

# ANÁLISE DO CONSUMIDOR DE ALIMENTOS PARA CÃES E GATOS, NO MUNICÍPIO DE PELotas, RIO GRANDE

**AZAMBUJA, Samantha Alves<sup>1</sup>; PIRES, Paula Gabriela da Silva<sup>2</sup>; SAMPAIO, Camila Graeff<sup>2</sup>; LACERDA, Viviane Vasconcelos<sup>3</sup>; MIER, João Carlos<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Alunade Graduação de Curso de Zootecnia UFPEL

<sup>2</sup>Alunas de Grdo Curso de Medicina Veterinária - NUTRIPET. F

<sup>3</sup>Aluna de Graduação do Curso de Zootecnia UFPEL

<sup>4</sup>Professor Associado UFPEL. - NUTRIPET

\*Autora para correções por [samhalves@gmail.com](mailto:samhalves@gmail.com)

NUTRIPET – Grupo de Estudos em Nutrição de Cães e Gatos

Revisor 1: Roberson Macedo de Oliveira – [macedogaucho@hotmail.com](mailto:macedogaucho@hotmail.com)

Revisor 2: Jaraí na Sampaio – [jainareis@gmail.com](mailto:jainareis@gmail.com)

## 1. INTRODUÇÃO

O segmento de alimentos pet movimentou quase US\$ 70 bilhões e só nos quais 6% cabem ao Brasil. Com um parque industrial de aproximadamente 130 fábricas e 600 marcas, no ano de 2009, o setor movimentou cerca de R\$ 6,2 bilhões devido ao valor agregado, pela utilização de ingredientes de alta tecnologia e formulações (ANFALPET 2009).

No entanto, apesar do crescimento do setor, o índice de penetração dos produtos industriais na dieta da população de cães e gatos em países do Hemisfério Norte, a indústria BAHIA DETEL (2005) NÃO

Buscando conhecer melhor o mercado pet no município de Pelotas, RS, esta pesquisa visou avaliar o tipo de classificação do alimento comprado por donos de cães e gatos.

## METODOLOGIA

Foi realizada uma pesquisa usando modelo *survey*, que segundo Babbie (1999), possui vantagens de proporcionar uma abordagem mais sistemática e levantar atitudes, opiniões e características dos entrevistados. Foram entrevistadas 147 pessoas, dentro de pet shops, supermercados e na Universidade Federal de Pelotas. A entrevista consistiu de duas perguntas de múltipla escolha: 1- Qual o tipo de alimento fornecido?; 2- Qual a classificação do alimento?; as respostas possíveis para a primeira foram: somente comida caseira, somente ração mais comida caseira e somente ração mais petiscos; para a segunda foram: somente comida caseira, somente ração mais comida caseira e somente ração mais petiscos.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com relação ao tipo de alimento fornecido, 73,46% dos donos forneceram somente ração e/ou ração acompanhada de comida caseira. Os resultados do estudo mostram que ao menos 42,85% dos entrevistados consideram a ração o único alimento adequado. Segundo uma pesquisa de mercado da REDE BAHIA DE TELEVISÃO (2010) no Brasil o uso de ração não ultrapassou outros tipos de alimentos avaliados no estudo e não foram fornecidos como demonstrado na Fig. 1.

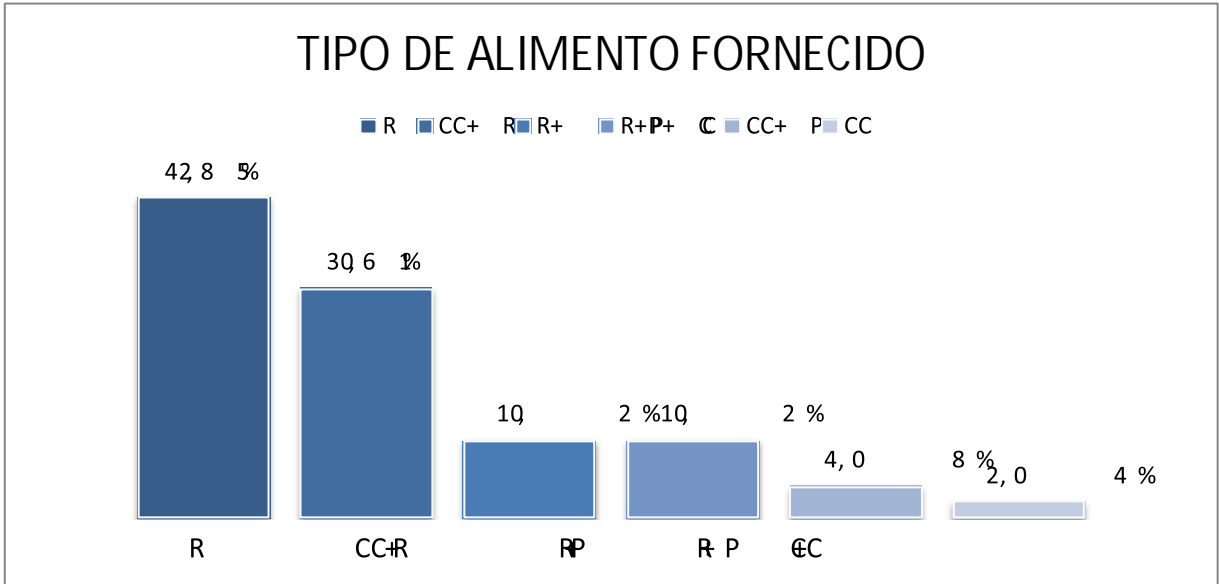


Figura 1. Tipos de alimentos fornecidos para os pets no município de petotas de acordo com os entrevistados.

R - raça ; CC e comida caseira; P - petisco.

Com relação à classificação dos alimentos, os alimentos do tipo *premium* são os mais procurados pelos consumidores, representando 44,89% de todas as vendas, seguido do tipo *standard* e *econômico*, com 22,44% e 20,40% respectivamente. No estudo o alimento *super premium* mostrou-se o de menor preferência de acordo com os entrevistados, como pode ser observado na Fig. 2.

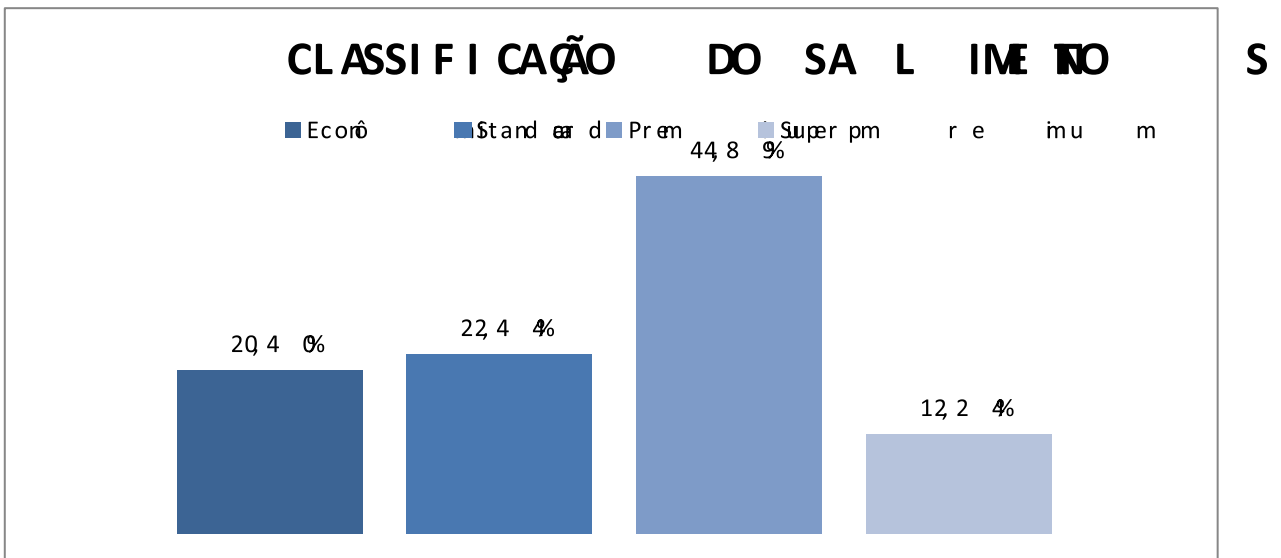


Figura 2. Classificação dos alimentos fornecidos para cães e gatos de acordo com o estudo.

**CONCLUSÃO**

Conclui-se com o presente trabalho que o comprador de alimentos balanceados para cães residentes no município de, preferem fornecer somente rações para as classificadas como *premium*.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE ALIMENTOS PARA MAMÍFEROS DE ESTIMAÇÃO. **Manual do programa integrado de qualidade pet**. São Paulo: Editora Stilo, 2009.
- BABBIE, E. **Métodos de Pesquisas Sociais**. Trad. Guilherme Cezarino. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1999.
- REDE BAHIA DE TELEVISÃO. **O Mercado petshop: uma análise de mais relevantes**. In: \_\_\_\_\_. **Estudo de mercado**: Marketing Rede Bahia de Televisão, fevereiro de 2005. Disponível em: <http://ibahia.globo.com/tvbahia/comercial/pdf/pet.pdf>. Acesso em: 19 de agosto de 2011.