

Pet Shop



O aumento pela busca de companhia animal vem trazendo mudanças significativas para a relação entre humanos e pets. Dessa forma, os animais de estimação estão se tornando membros das famílias, e, com isso, há um maior investimento dos donos com alimentação, creche, dog walkers e a saúde dos animais.

Em 2022, o total de pets no Brasil era de 167,6 milhões, valor 3,6% superior que o observado em 2021. Por sua vez, em 2023, a indústria pet (alimentação, acessórios e medicamentos) faturou R\$ 47,01 bilhões, 0,47% do PIB brasileiro.

Tendo em vista a importância desse segmento, a área de Pesquisa e Inteligência da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Minas Gerais (Fecomércio MG) realizou esta pesquisa com intuito de disponibilizar uma visão do cenário dos pet shops em Minas Gerais.

Esta análise permite, por um processo de amostragem, estimar o nível de disponibilização e consumo dos produtos e serviços oferecidos nos estabelecimentos. As informações estão disponíveis em um quadro geral e atual, com o objetivo de auxiliar os empresários do segmento na gestão de seus negócios, a partir da percepção dos demais empresários sobre diversos aspectos como: serviços e produtos prestados, aderência ao modelo de venda on-line, entre outros.

Em 66,0% dos casos, os pet shops ofertam produtos e serviços. Outros apenas produtos ou serviços em 27,0% e 7,1% dos casos, respectivamente. Os tipos de produtos mais buscados são os alimentícios, acessórios e higiene. Já os serviços mais procurados por clientes são banho, tosa e transporte.

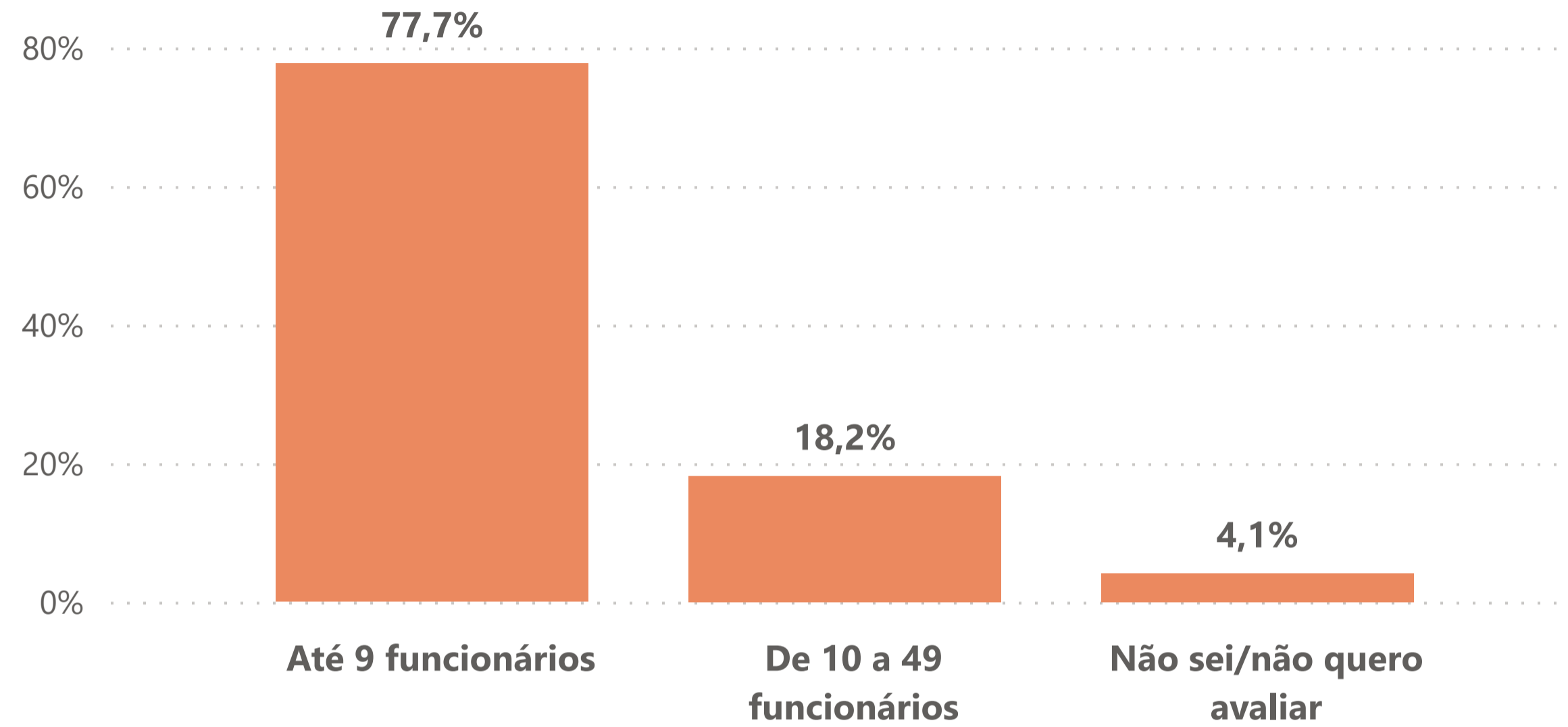
A principal procura nos pet shops está relacionada aos cães, de acordo com 90,5% dos empresários. Ainda, 82,2% não realizam vendas de animais. A pesquisa também mostra que 34,5% dos pet shops possuem atendimento veterinário, dos quais 29,8% atendem a todos os tipos de animais.

As vendas online são realizadas por 35,0% dos pet shops, sendo o Whatsapp a ferramenta de vendas pela internet mais utilizada, seguida das redes sociais.

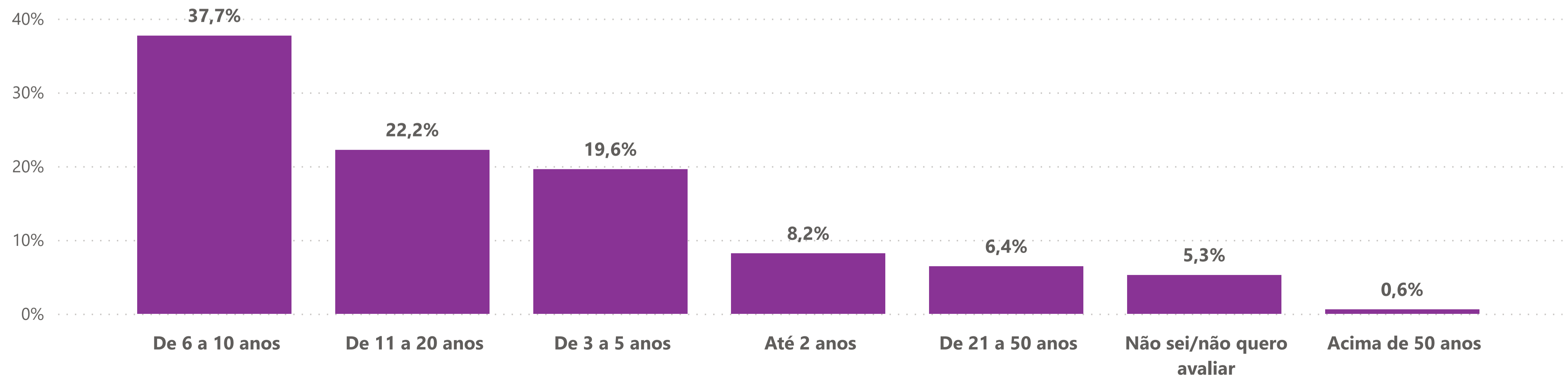
De acordo com 67,2% dos pet shops, o gasto médio por clientes fica em torno de R\$ 25,00 a R\$ 100.



Número de funcionários



Tempo de atuação da empresa

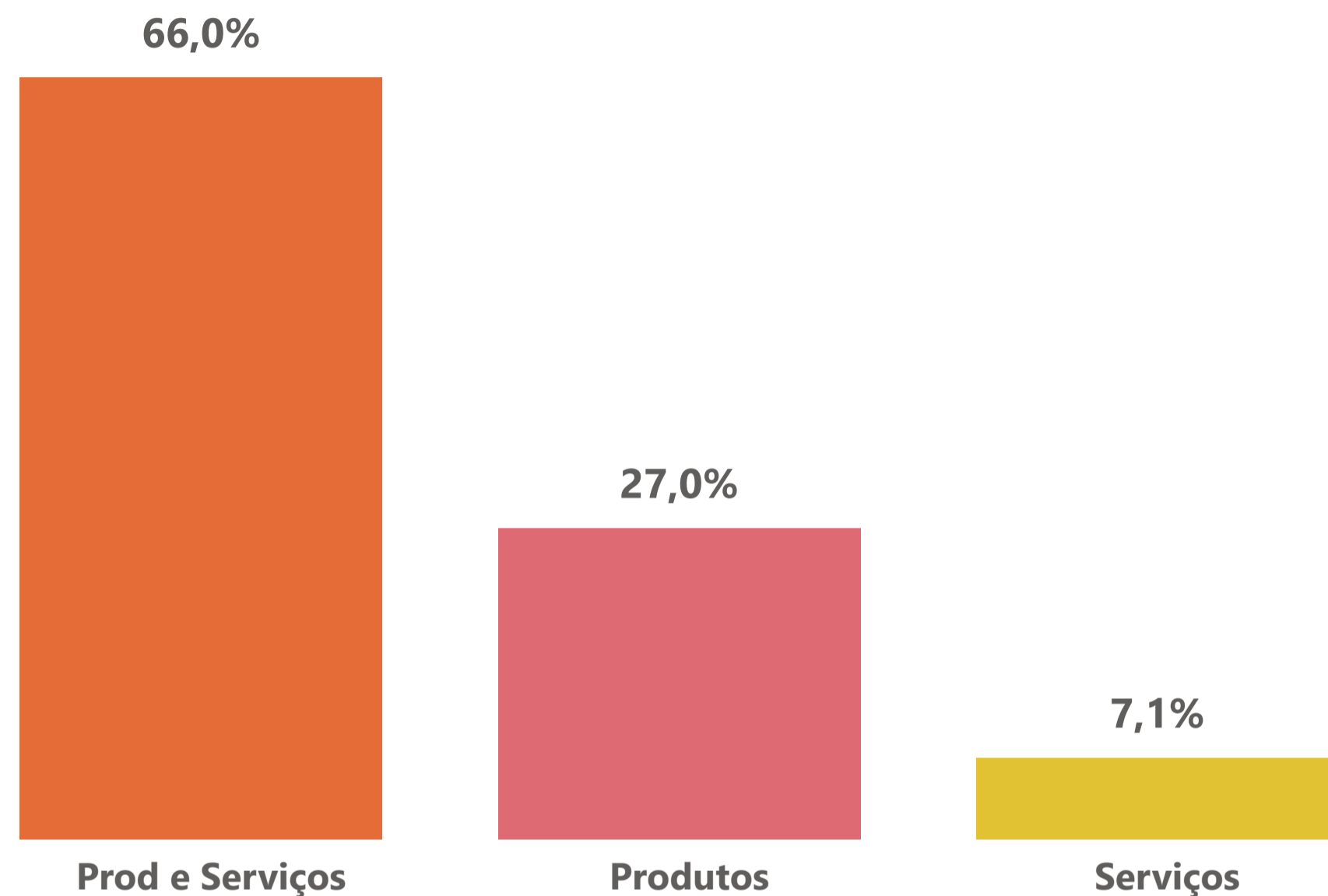


Pet Shop - Produtos

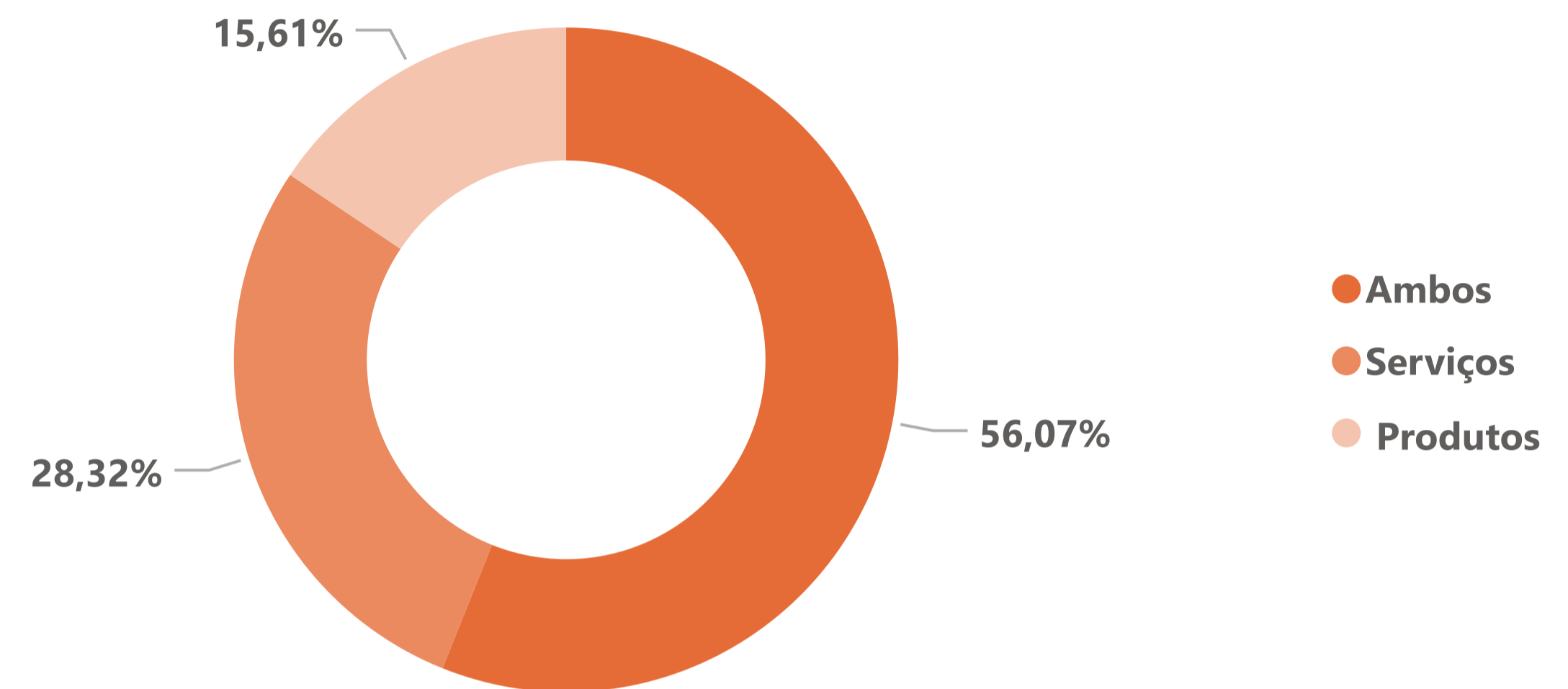
Ano

2024

Com o que trabalha?



Procura principal entre os produtos e serviços:



A maioria das empresas oferta tanto serviços quanto produtos (66,0%). Já para aquelas que ofertam apenas um dos dois, os produtos se destacam em relação a serviços, fortalecendo o conhecimento de que, ambientes que ofertam serviços tendem a disponibilizar itens para complementar seus resultados de trabalho.

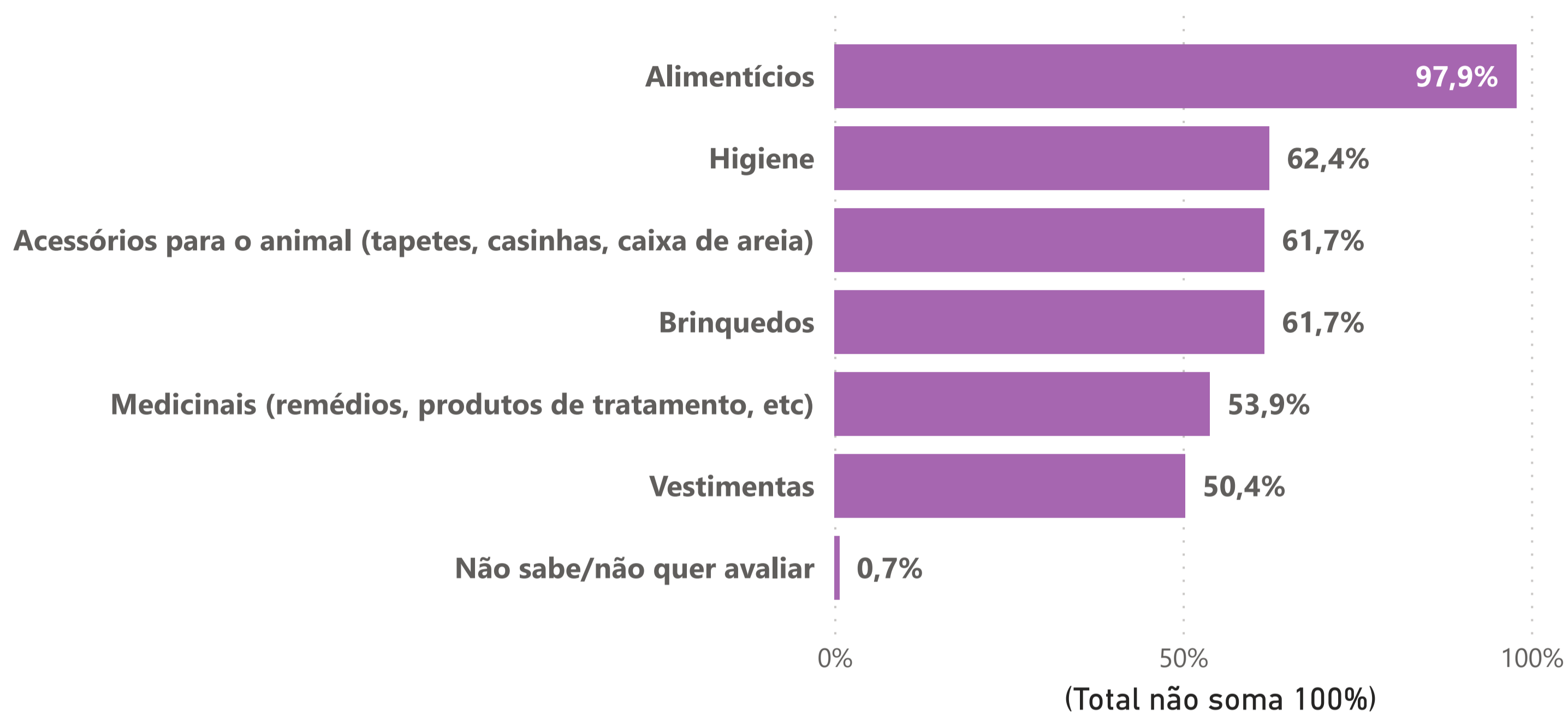
Para as empresas que ofertam produtos e serviços, a maioria destaca que não há uma procura principal entre os dois e que seus clientes procuram tanto um quanto o outro, no dia a dia.

Pet Shop - Produtos

Ano

2024

Produtos vendidos

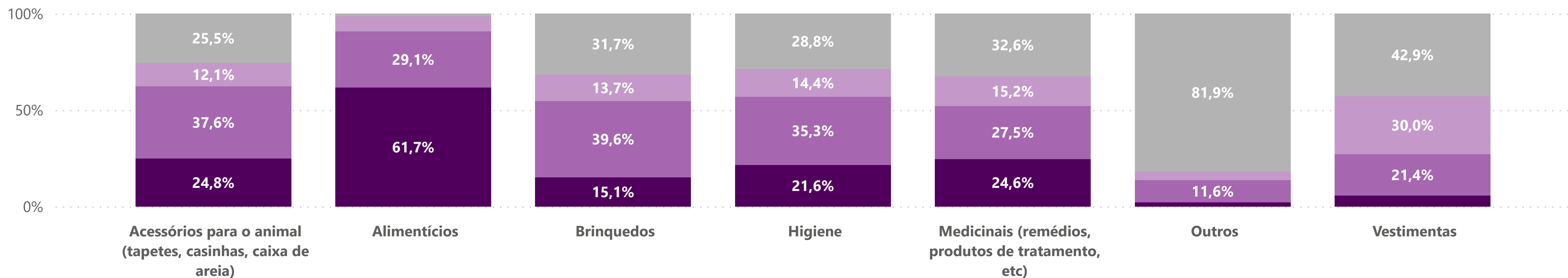


Para a parte entrevistada que vende apenas produtos (27,0%), o tipo alimentício é disponibilizado para venda por quase toda ela. Contudo, todos os tipos de produtos são comercializados por, pelo menos, metade desse grupo entrevistado.

Já em relação à procura dos clientes, a tendência de consumo segue a de disponibilização, sendo o tipo de produto mais procurado, o alimentício, seguido de higiene, acessórios, brinquedos e medicinais, tendo procura alta ou regular, na opinião de mais de 50,0% desse grupo entrevistado.

Procura por produtos

● Alta ● Regular ● Baixa ● Nula



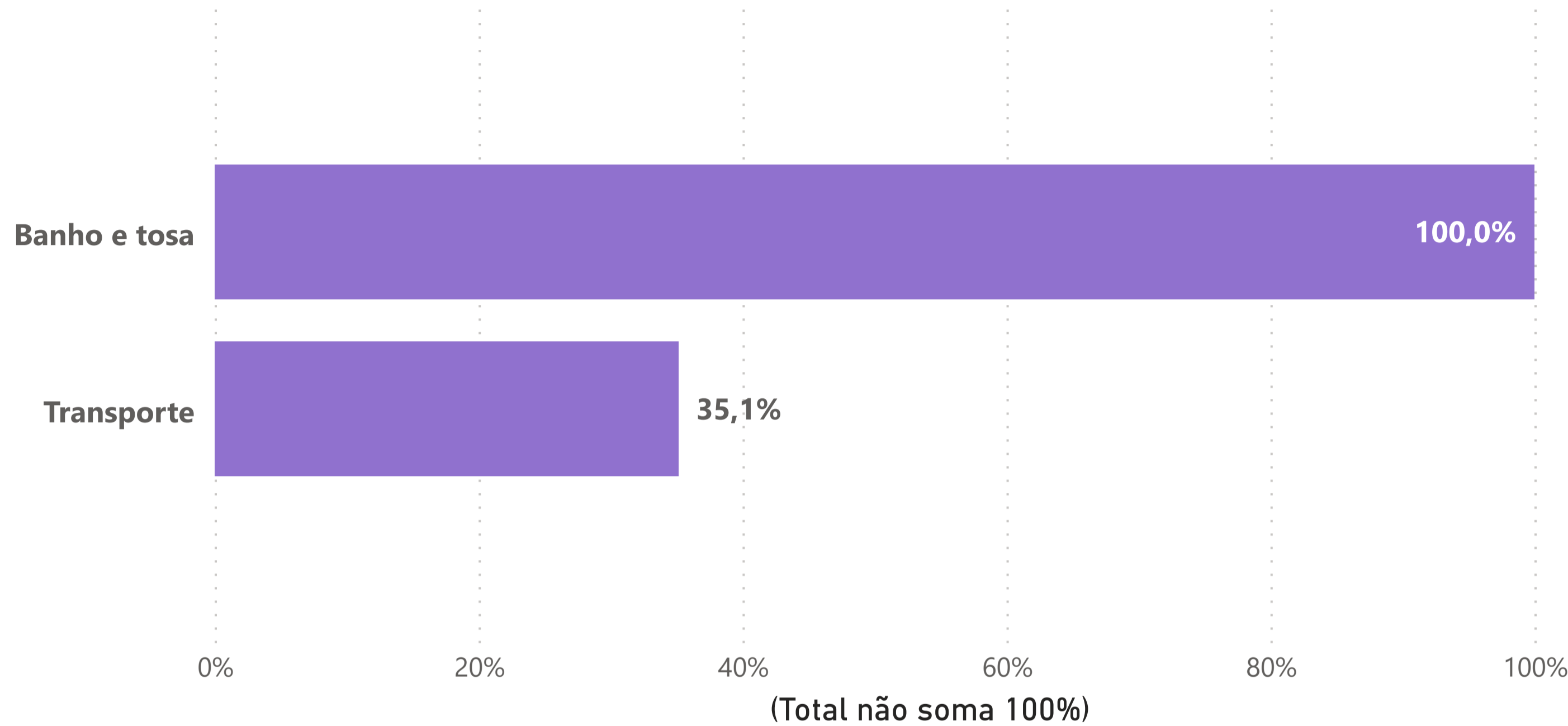
Pet Shop - Serviços

Ano

2024



Serviços ofertados

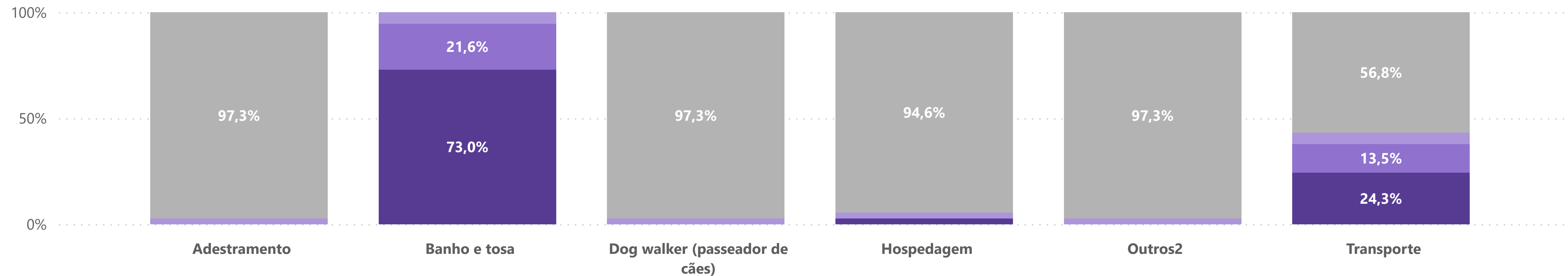


Entre os entrevistados que ofertam apenas serviços (7,1%), o banho e tosa é disponibilizado por todos, enquanto o transporte dos animais para receber o serviço é feito por 35,1% desses.

Confirmando a necessidade da oferta, banho e tosa tem procura alta e regular por boa parte dos clientes na opinião de 94,6% desse grupo.

Procura por serviços

● Alta ● Regular ● Baixa ● Nula

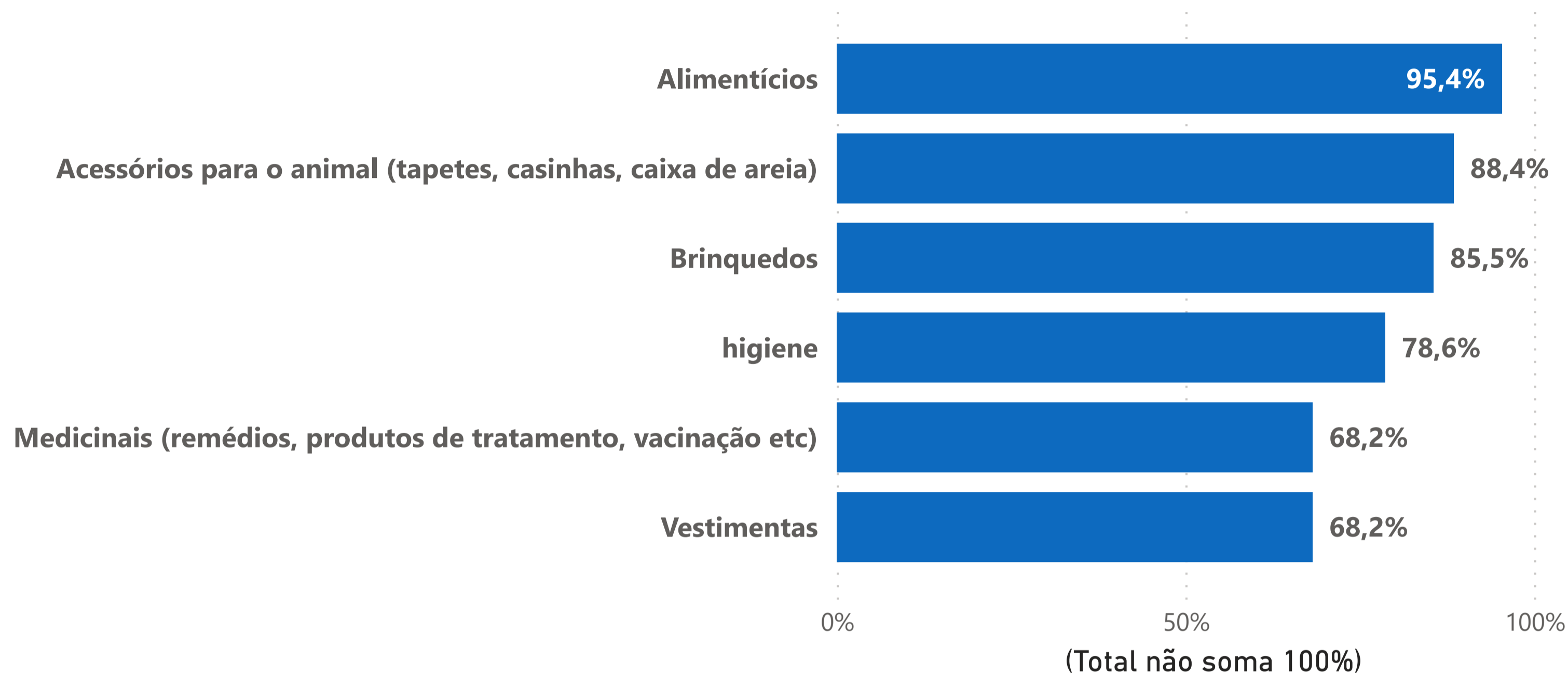


Pet Shop - Produtos e Serviços

Ano

2024

Produtos vendidos

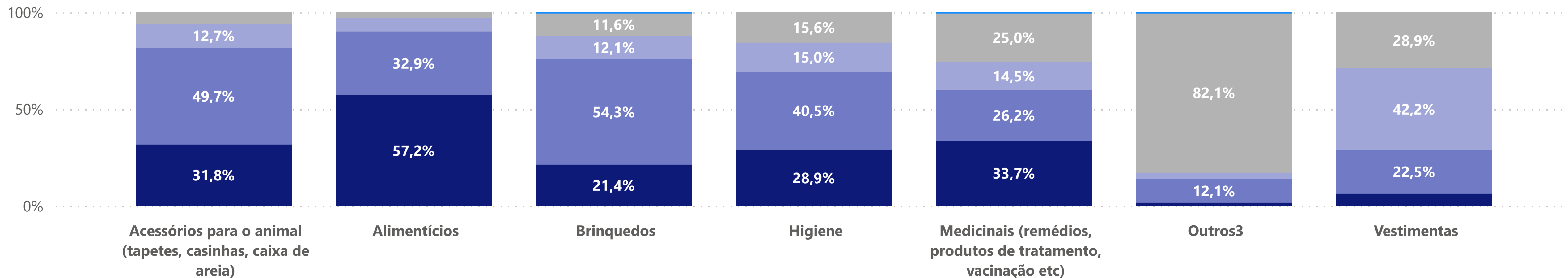


Todos os produtos apontados na pesquisa são ofertados por, pelo menos, 68,0% daqueles que trabalham com produtos e serviços, com destaque para alimentícios, acessórios e brinquedos.

Assim como a oferta, a demanda por esses tipos de produtos é apontada como alta e regular pelos entrevistados.

Procura por produtos

Valor ● Alta ● Regular ● Baixa ● Nula ● Não sabe/não quer avaliar

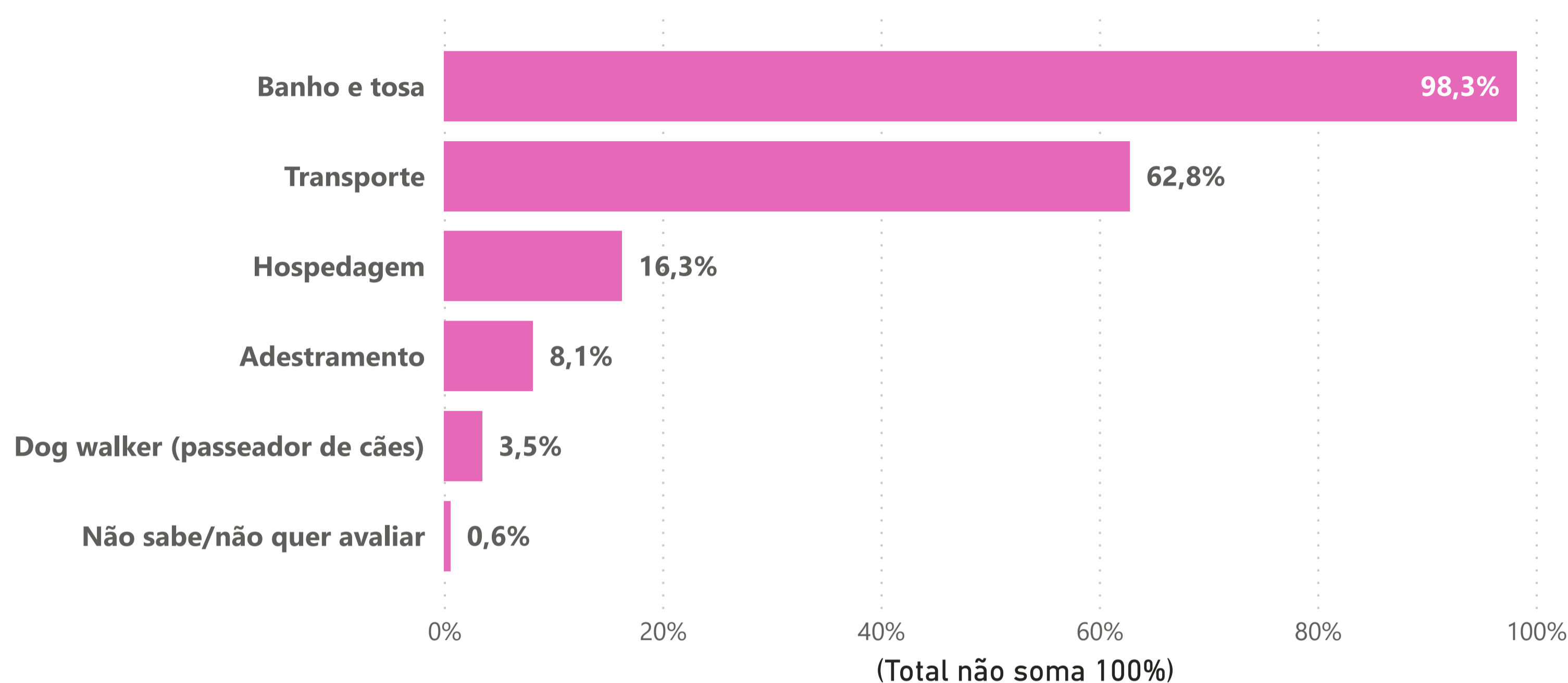


Pet Shop - Produtos e serviços

Ano

2024

Serviços vendidos

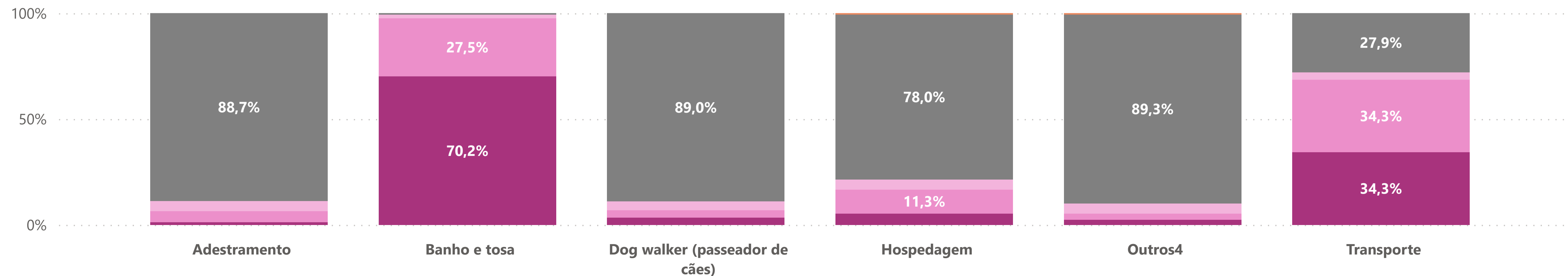


Para os que trabalham com produtos e serviços (66,0%), os serviços mais disponibilizados são banho e tosa e transporte. Também aparecem como serviços disponibilizados hospedagem, adestramento e passeador de cães.

Banho e tosa e transporte são os que possuem maior saída, de acordo com esse grupo.

Procura por serviços

● Alta ● Regular ● Baixa ● Nula ● Não sabe/não quer avaliar

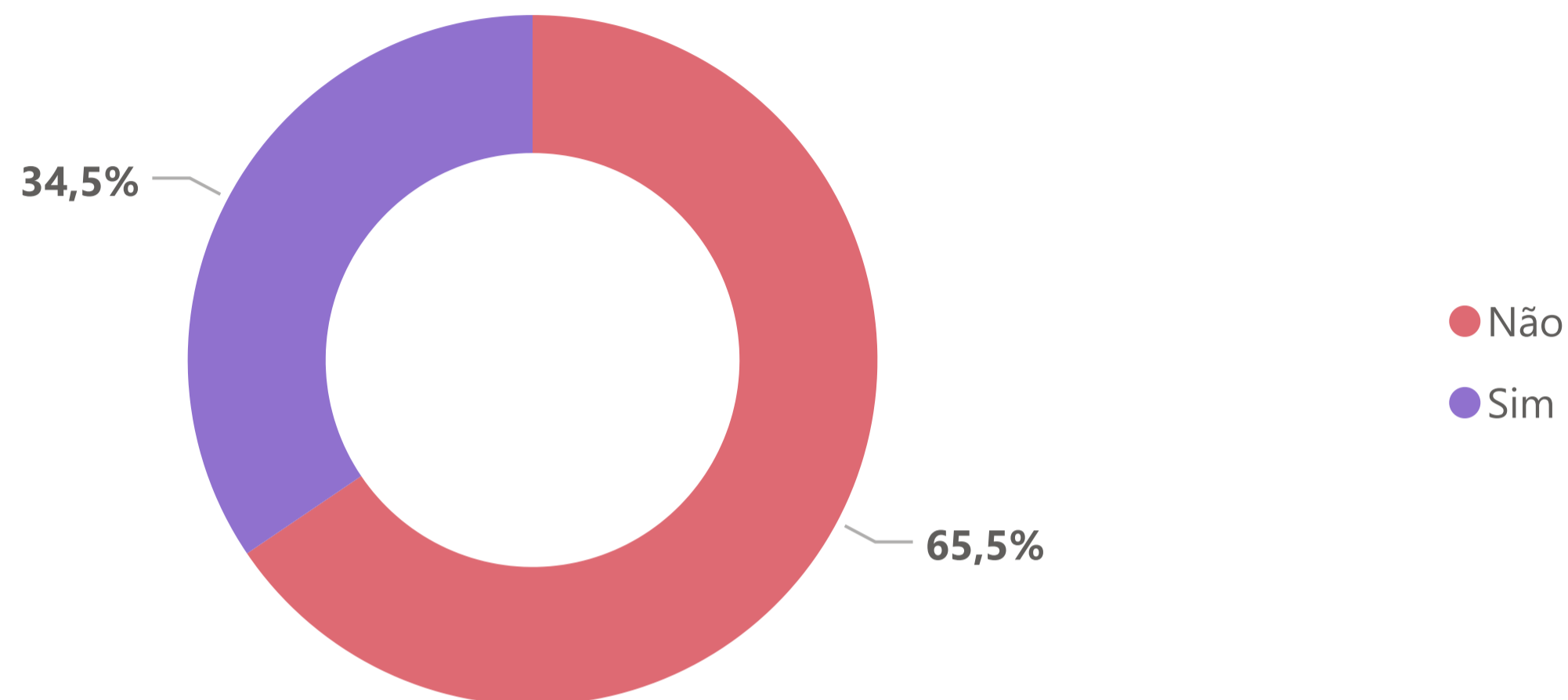


Pet Shop - Atendimento Veterinário

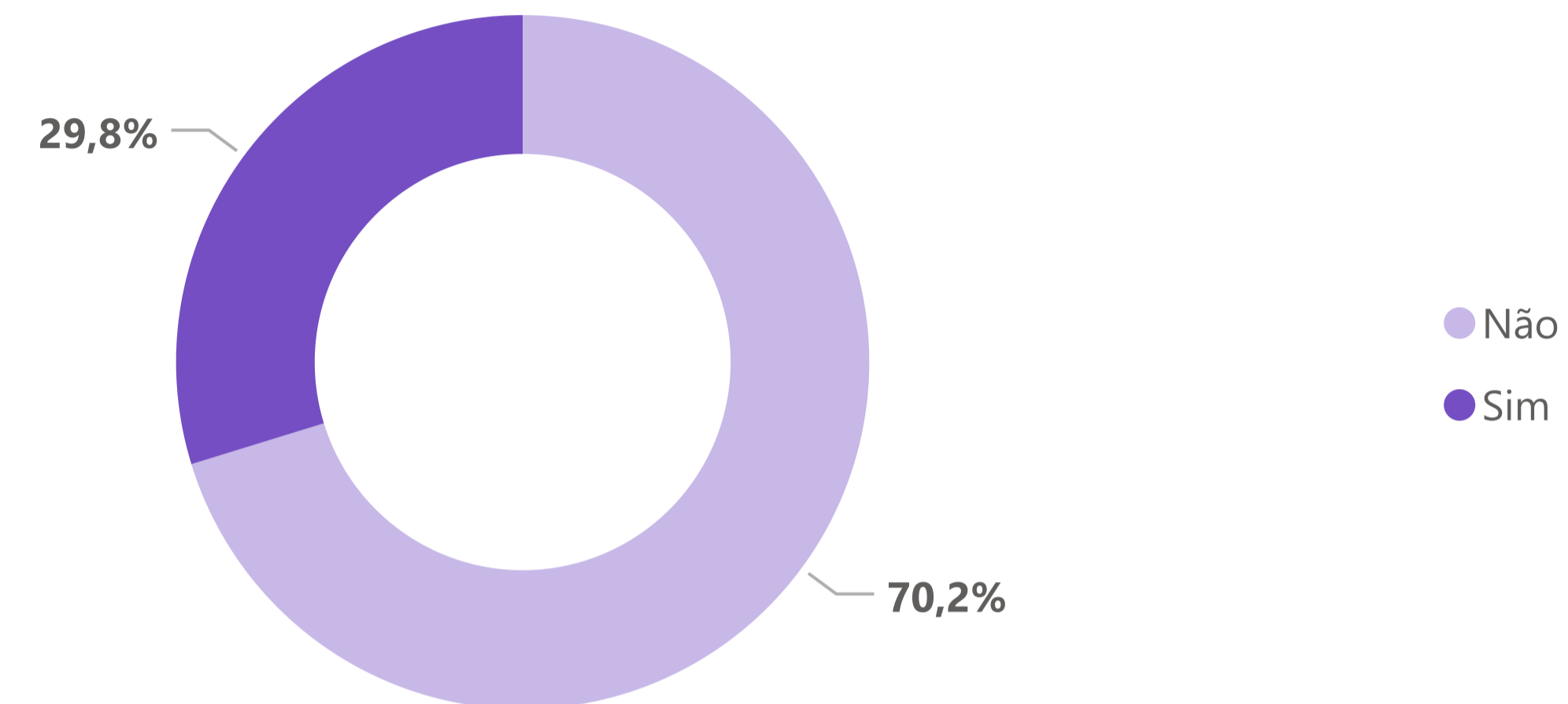
Ano

2024

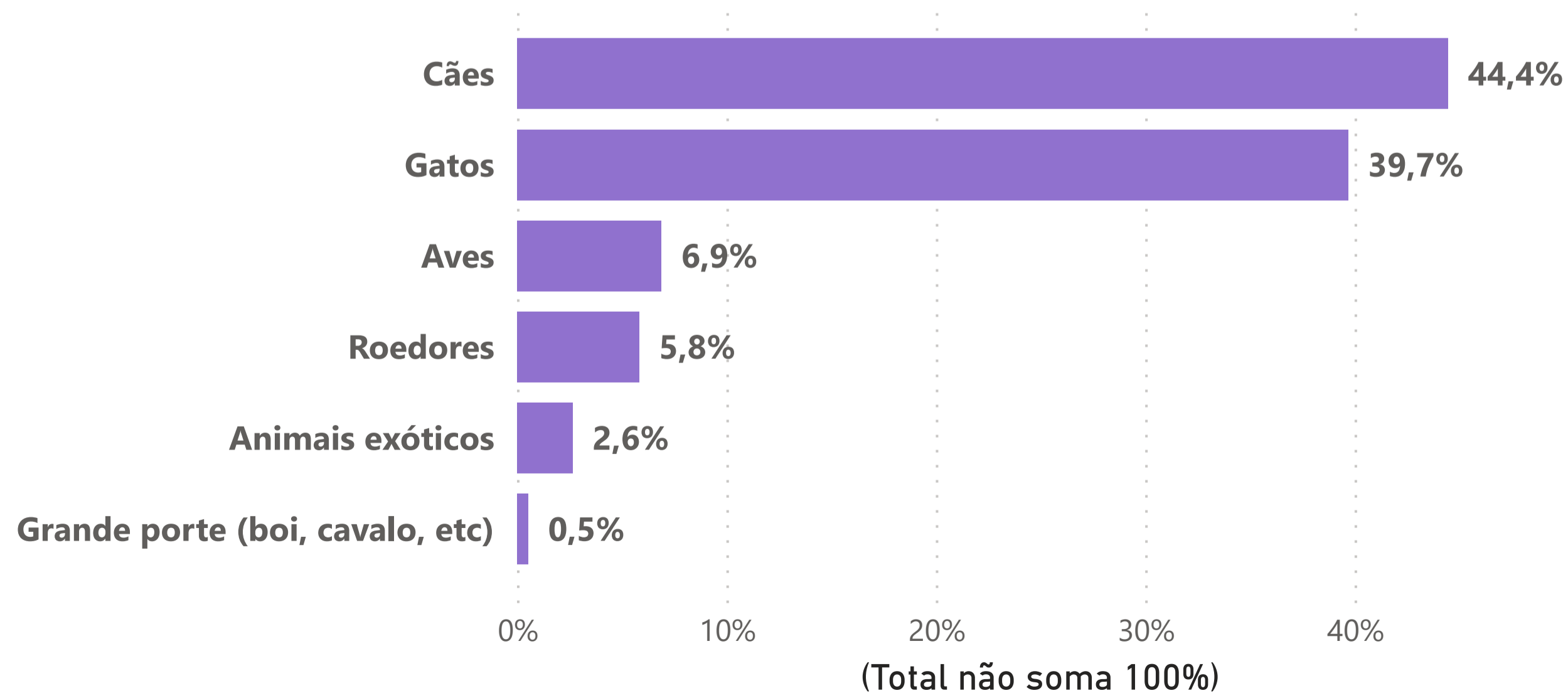
Possui atendimento veterinário?



Atende todos os animais?



Quais animais atende?



Quase 1/3 dos Pet Shops possuem atendimento veterinário. Desses, aproximadamente 30,0% atendem a todos os animais.

Os animais mais atendidos nesses espaços são cães, gatos, aves e roedores, nesta ordem.

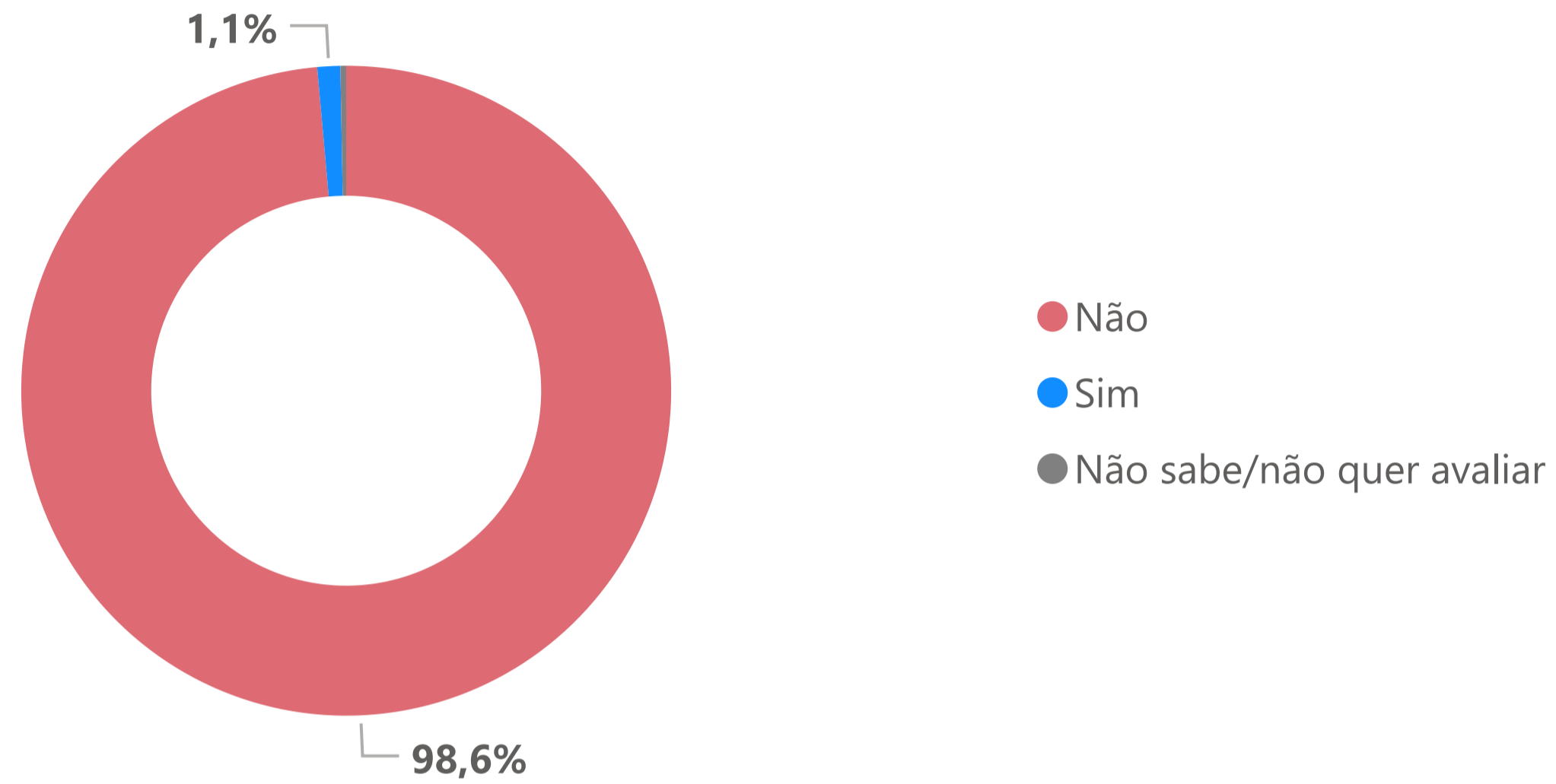
Pet Shop - plano de saúde

Ano

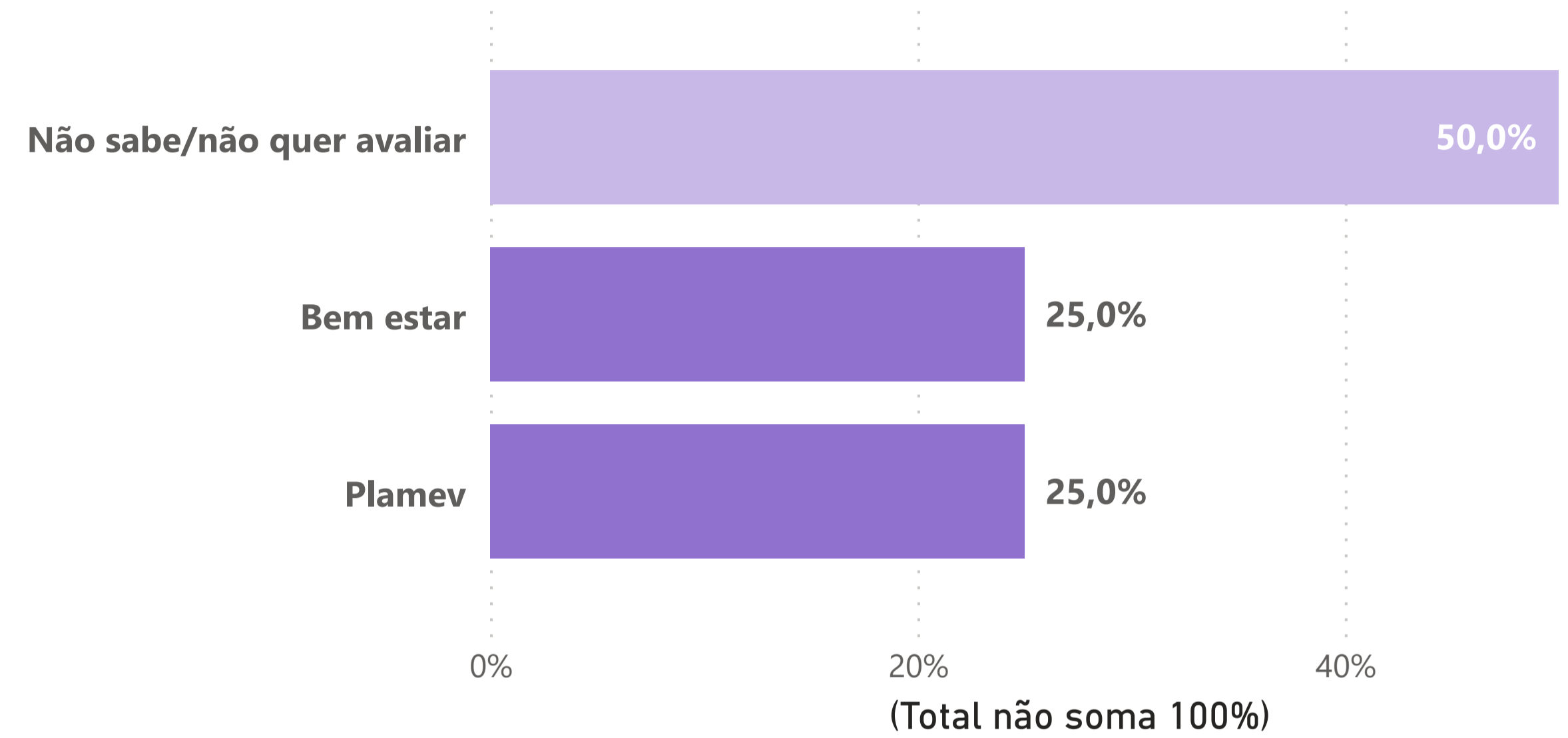
2024



Oferece algum plano de saúde?



Qual plano de saúde?



Apenas 1,1% indicaram ofertar algum plano de saúde.

Os planos que aparecem na lista foram Plamev e Bem estar.

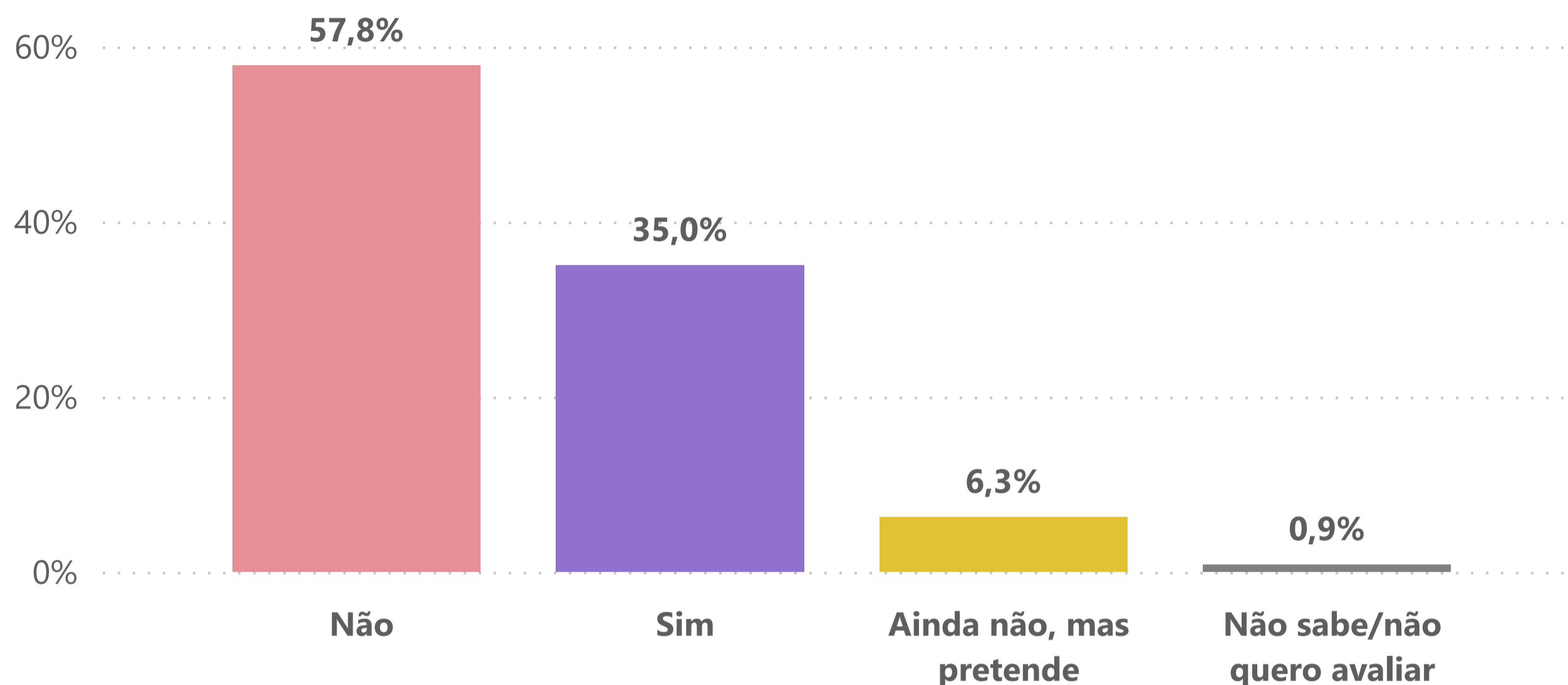
Pet Shop - Online

Ano

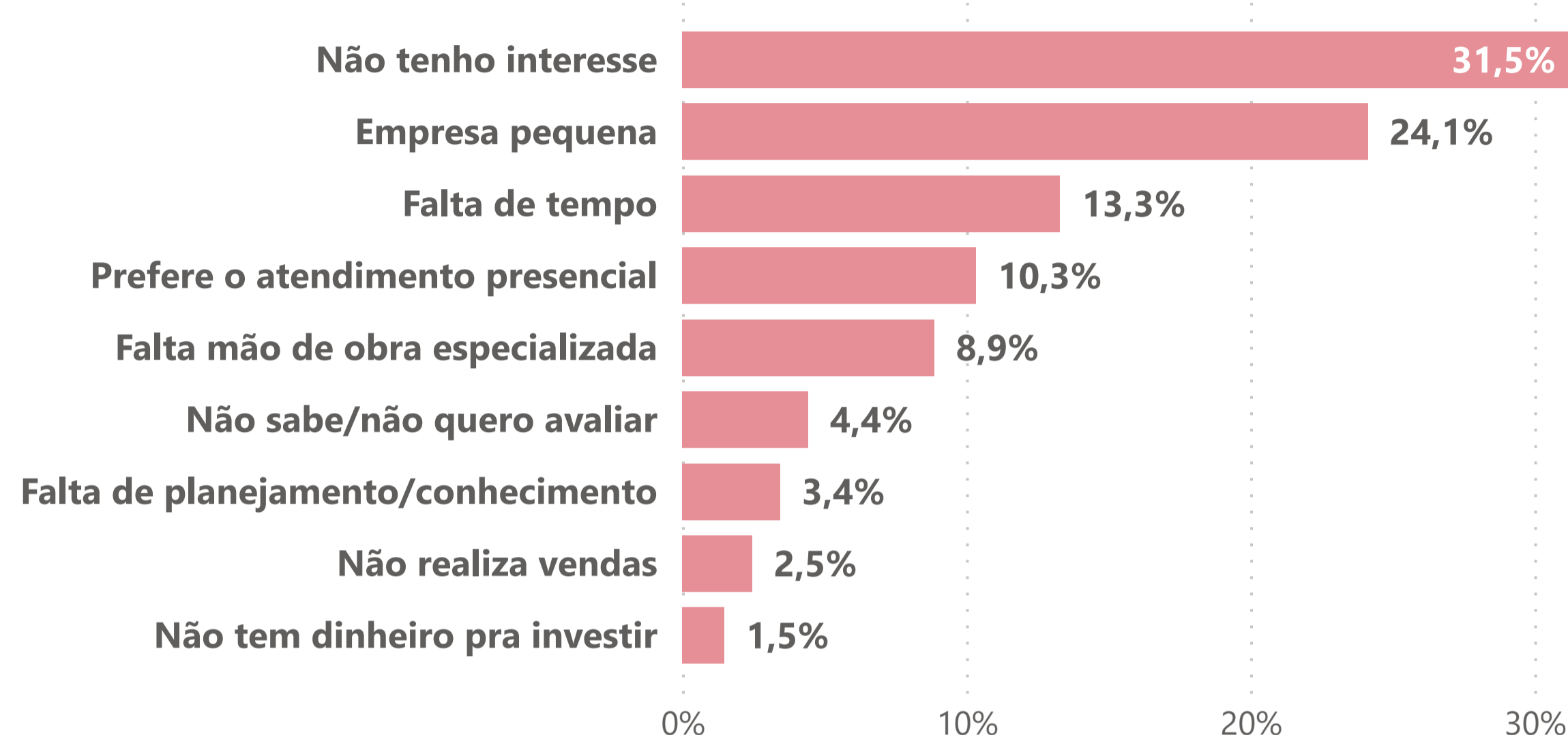
2024



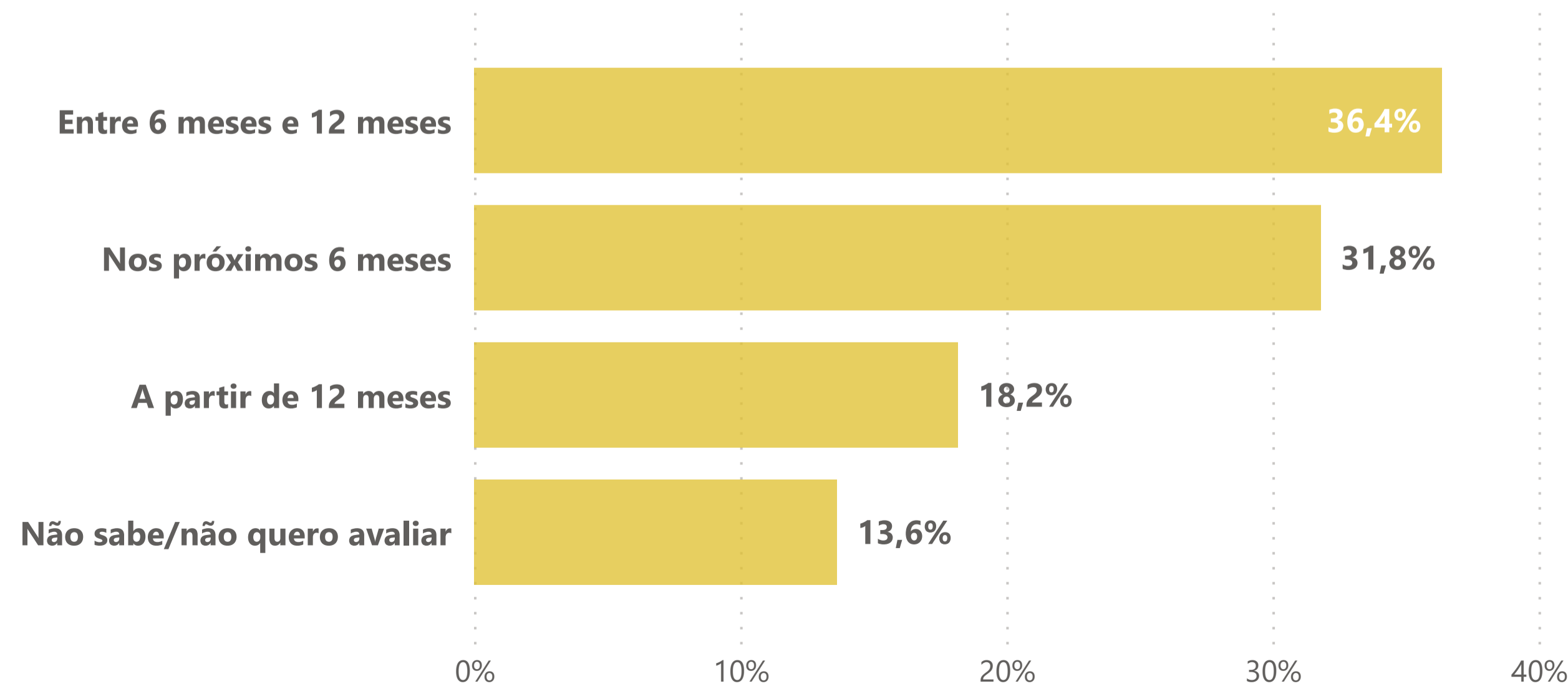
Realiza vendas pela internet?



Por que não realiza vendas pela internet?



Quando pretende começar as vendas online?



As vendas pela internet são feitas por 35,0% dos pet shops, enquanto 57,8% não vendem e 6,3% ainda não vendem, mas tem intenção.

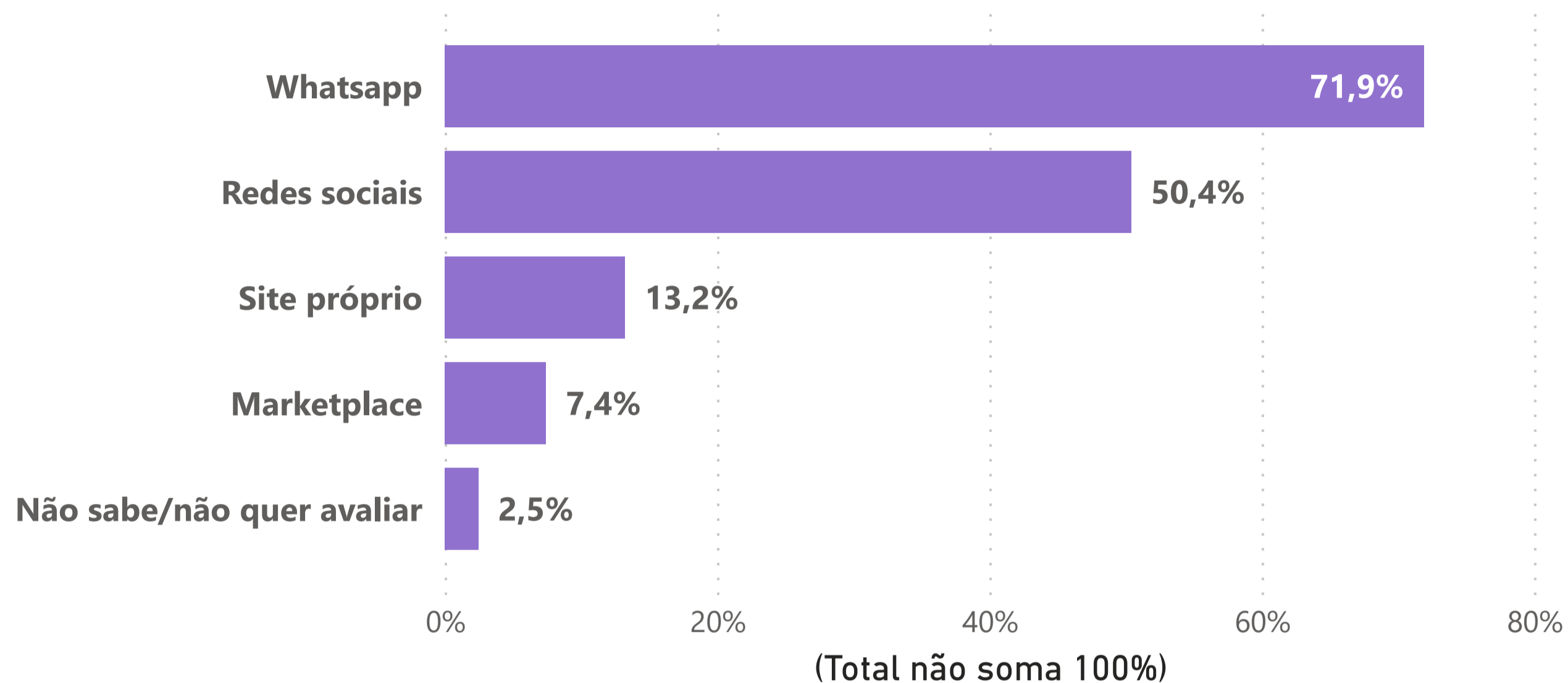
Os motivos que mais se destacam para não trabalhar com vendas online são falta de interesse, porte da empresa pequeno e falta de tempo. Já a maioria dos que pretendem trabalhar com esse modelo, devem iniciar suas vendas em até 12 meses.

Pet Shop - Online

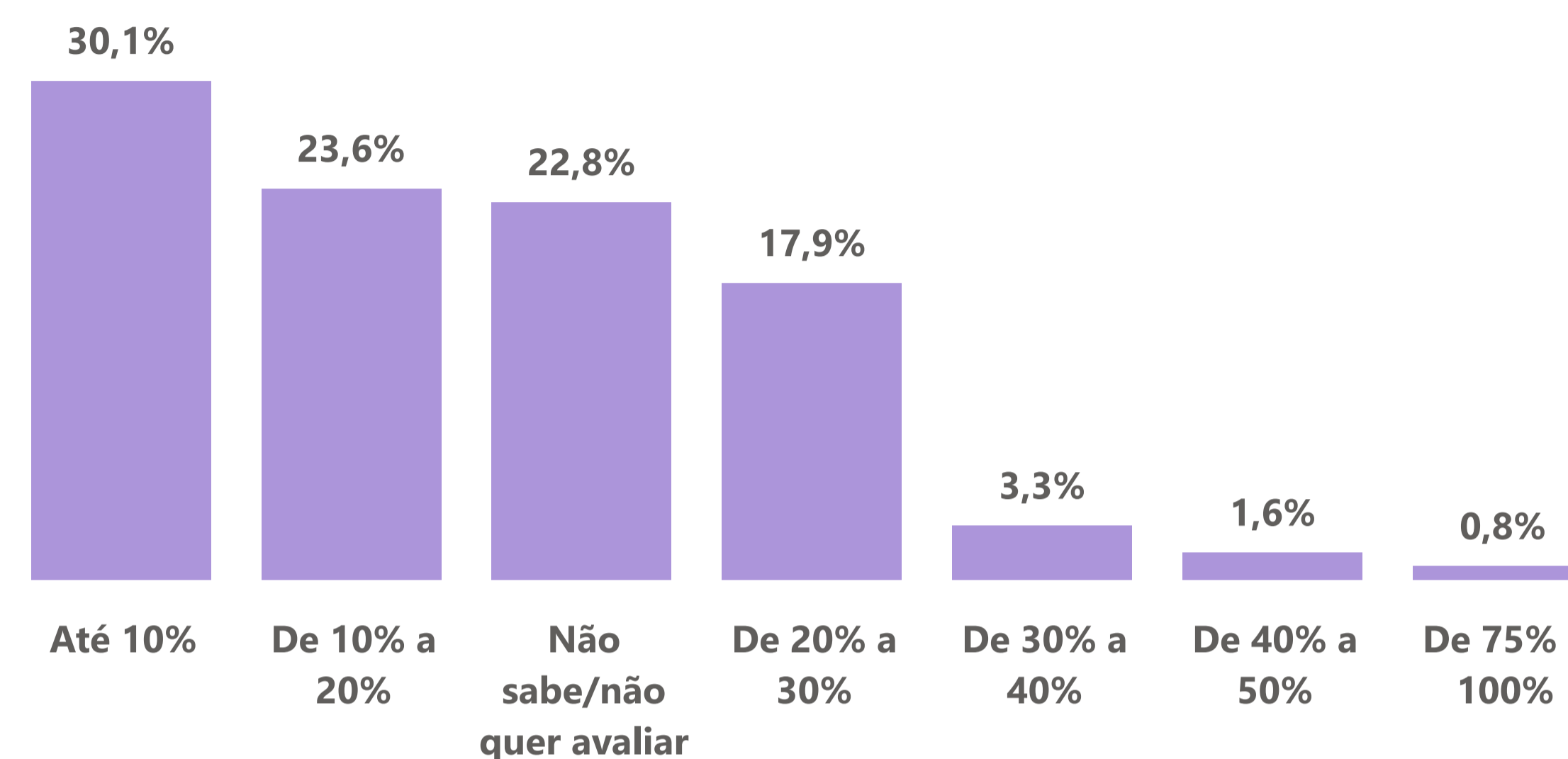
Ano

2024

Por quais meios realiza a venda online?



Qual o percentual do faturamento total provém da venda pela internet?



Para quem vende pela internet, os canais que se destacam são o Whatsapp e as redes sociais.

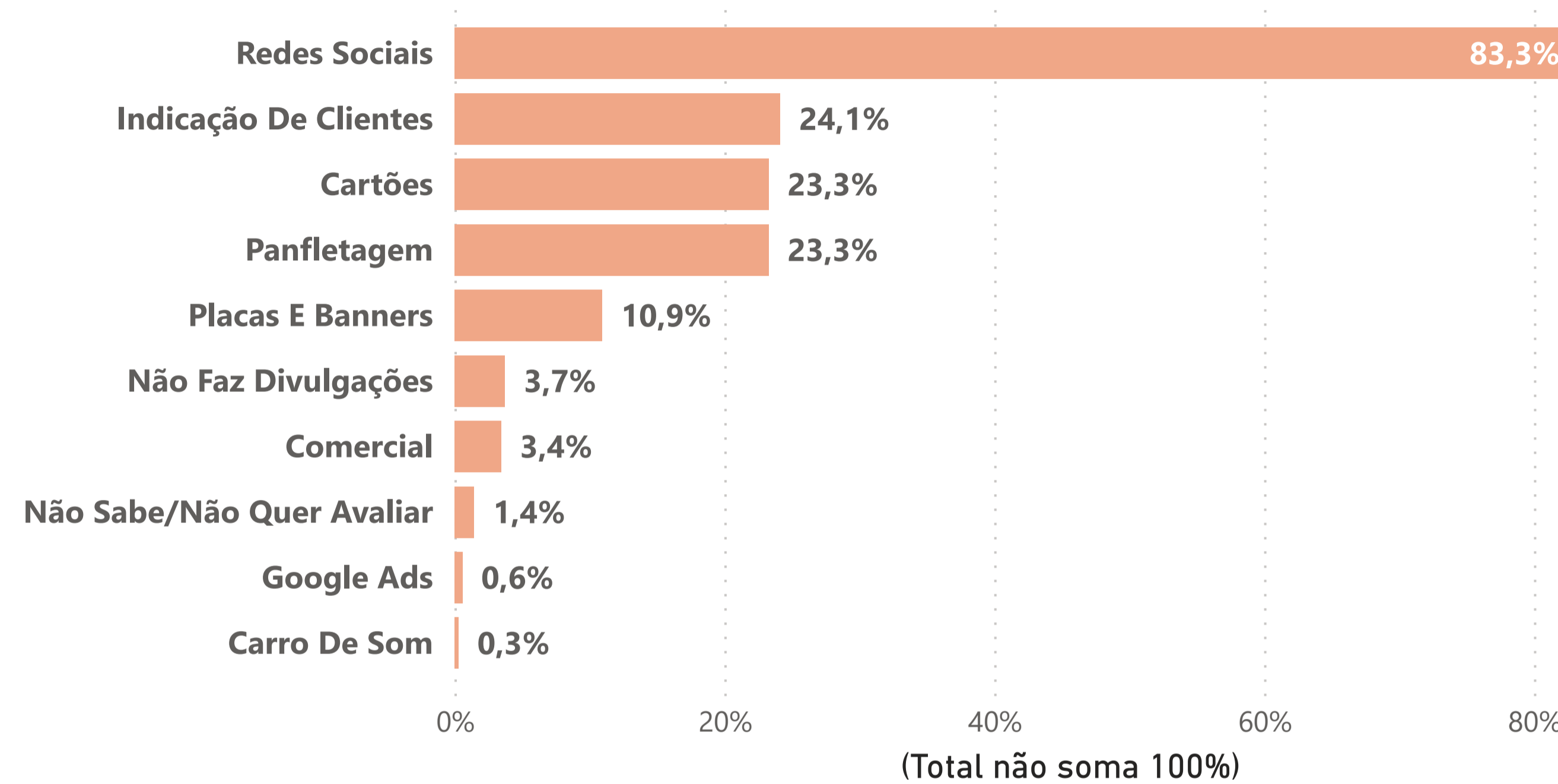
Desses entrevistados, 53,7% têm faturamento de até 20,0% do total sendo proveniente dos canais de vendas online.

Pet Shop - Meios de Divulgação

Ano

2024

Quais os principais canais de divulgação online e off-line?



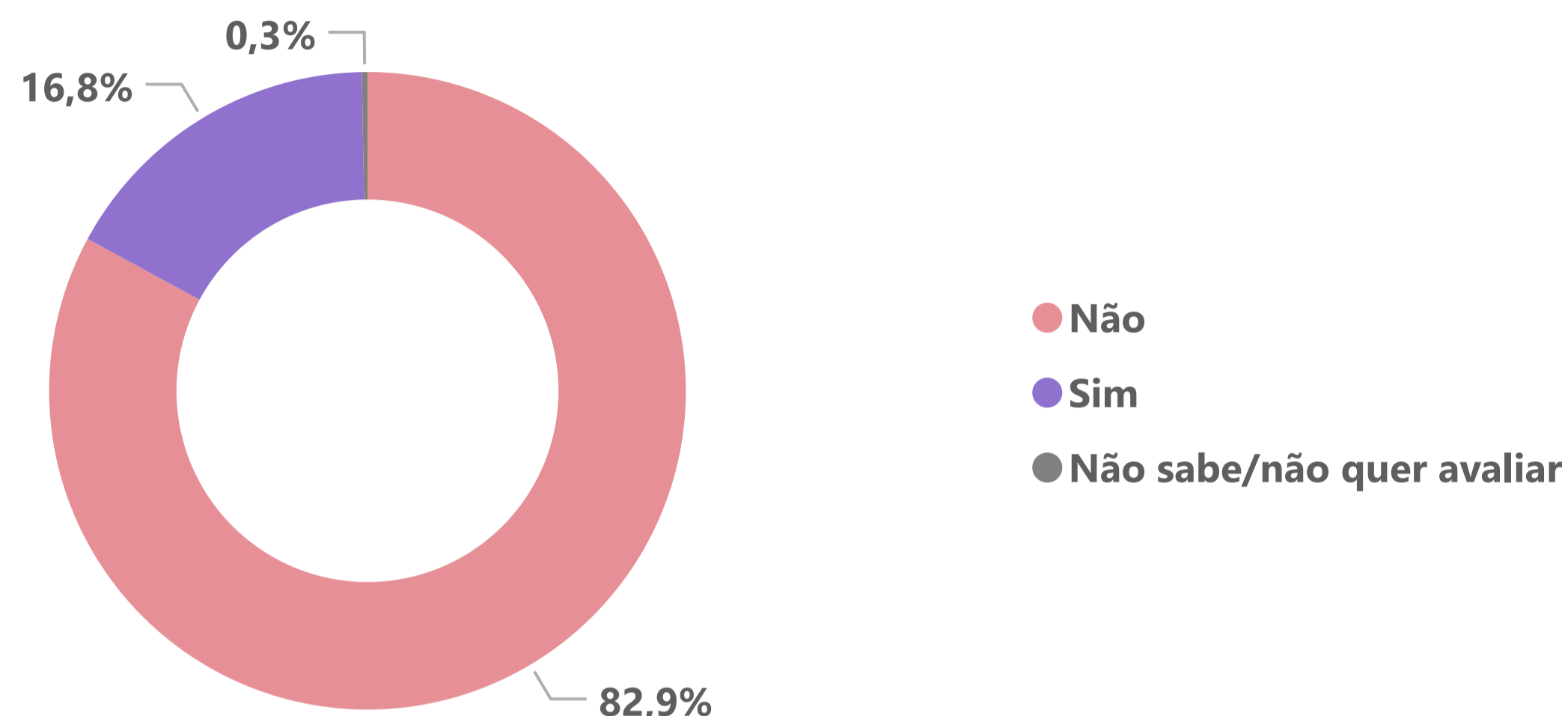
Para divulgação, as redes sociais são utilizadas pela maioria. Boa parte também conta com a indicação de clientes, cartões e panfletagem.

Pet Shop - Atendimento

Ano

2024

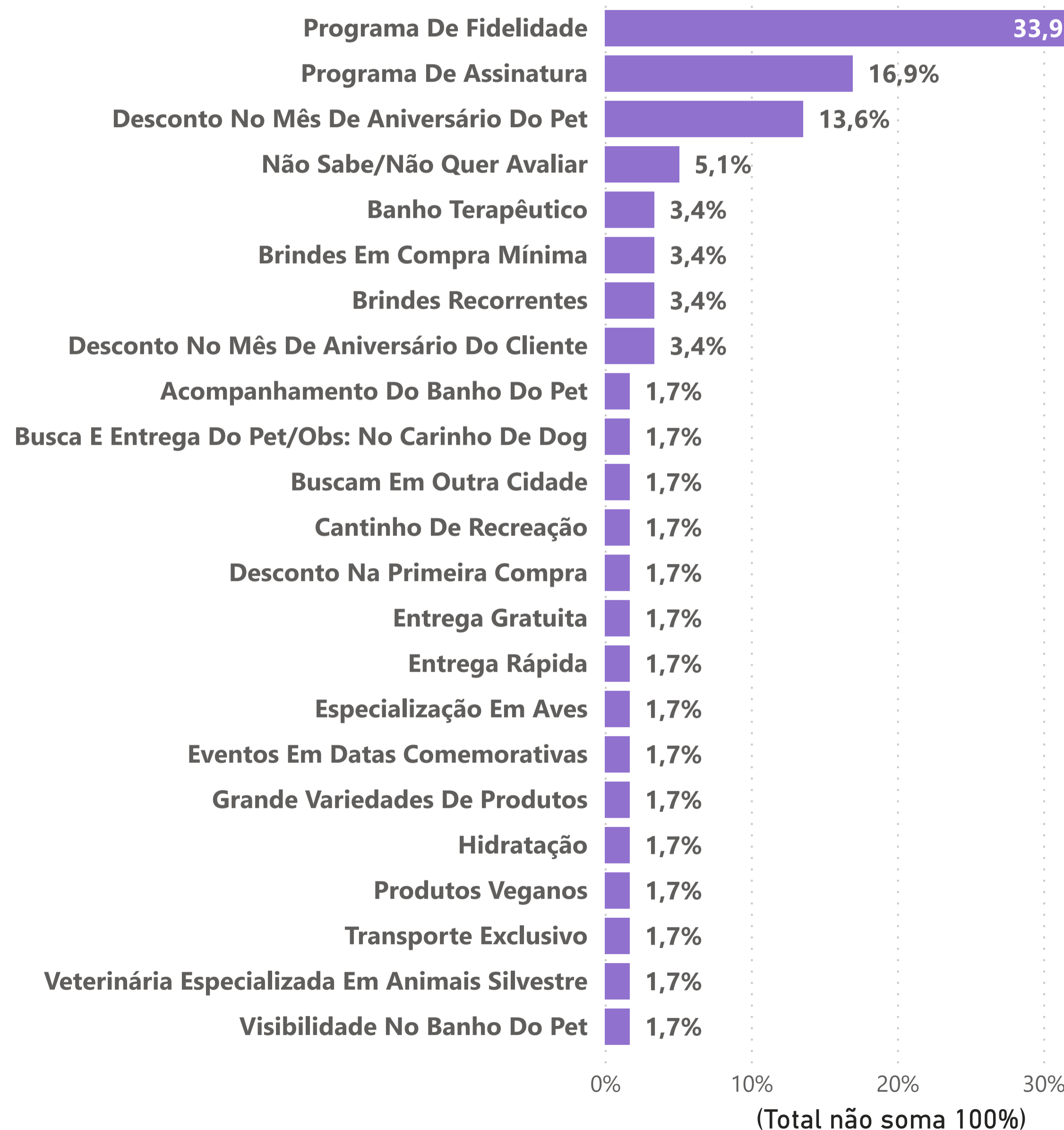
Oferece algum tipo de diferencial?



Apenas 16,8% disseram trabalhar com diferenciais para seus clientes.

Os três mais citados foram: programa fidelidade (33,9%), programa de assinatura (16,9%) e desconto no mês do aniversário do pet (13,6%).

Qual(is) o(s) diferencial(s) que você oferece?

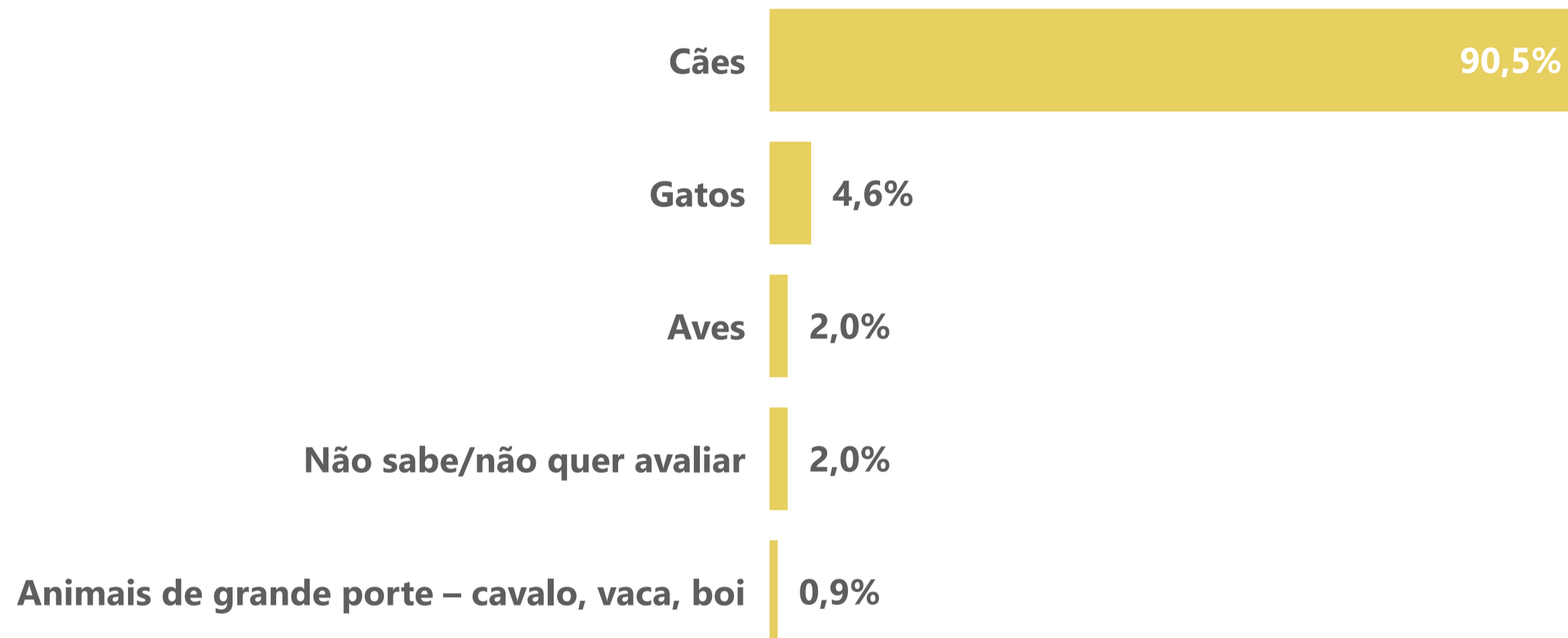


Pet Shop - Atendimento

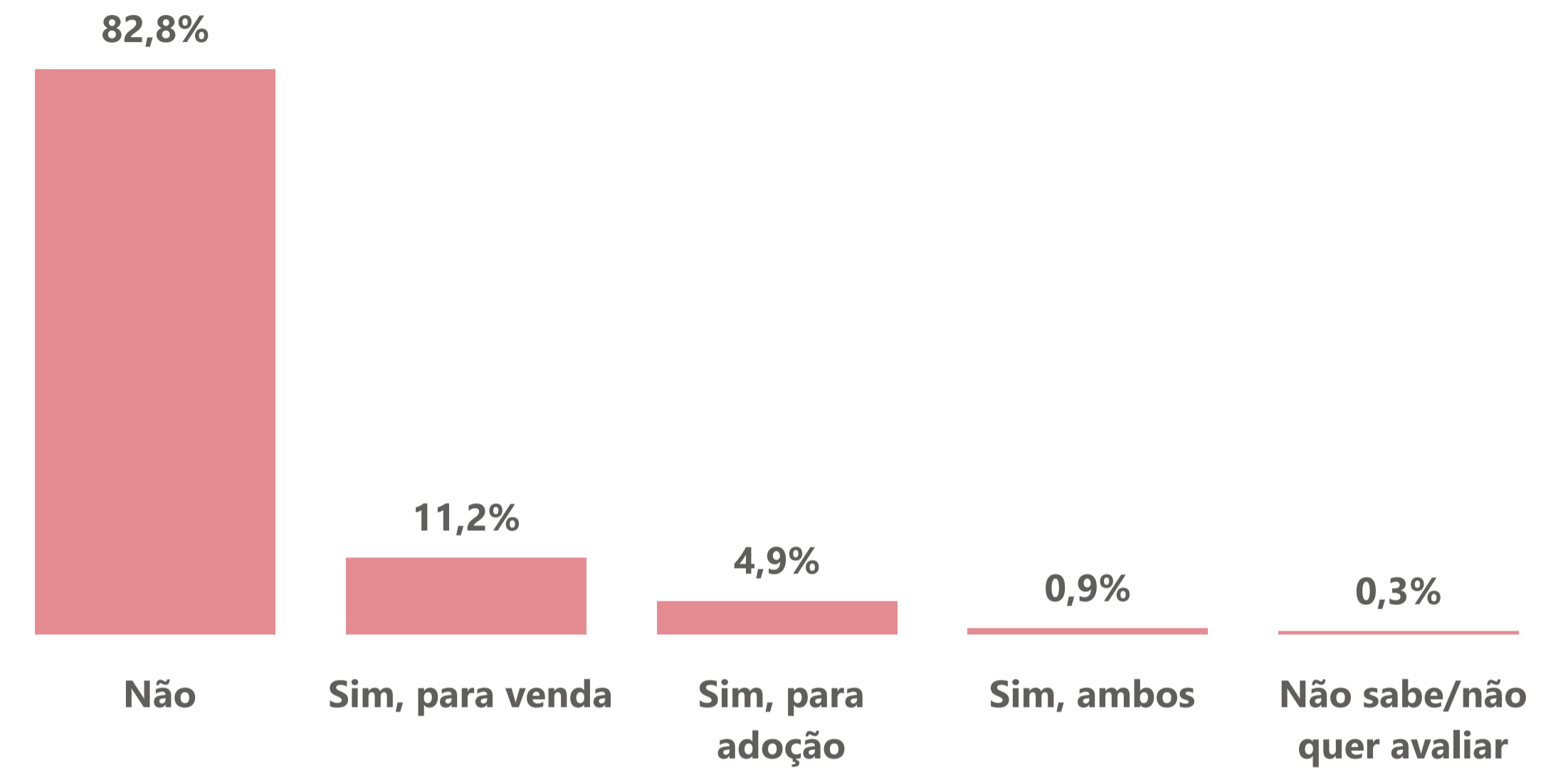
Ano

2024

A procura principal está relacionada a qual tipo de pet?



Disponibiliza animais para venda/adoção?

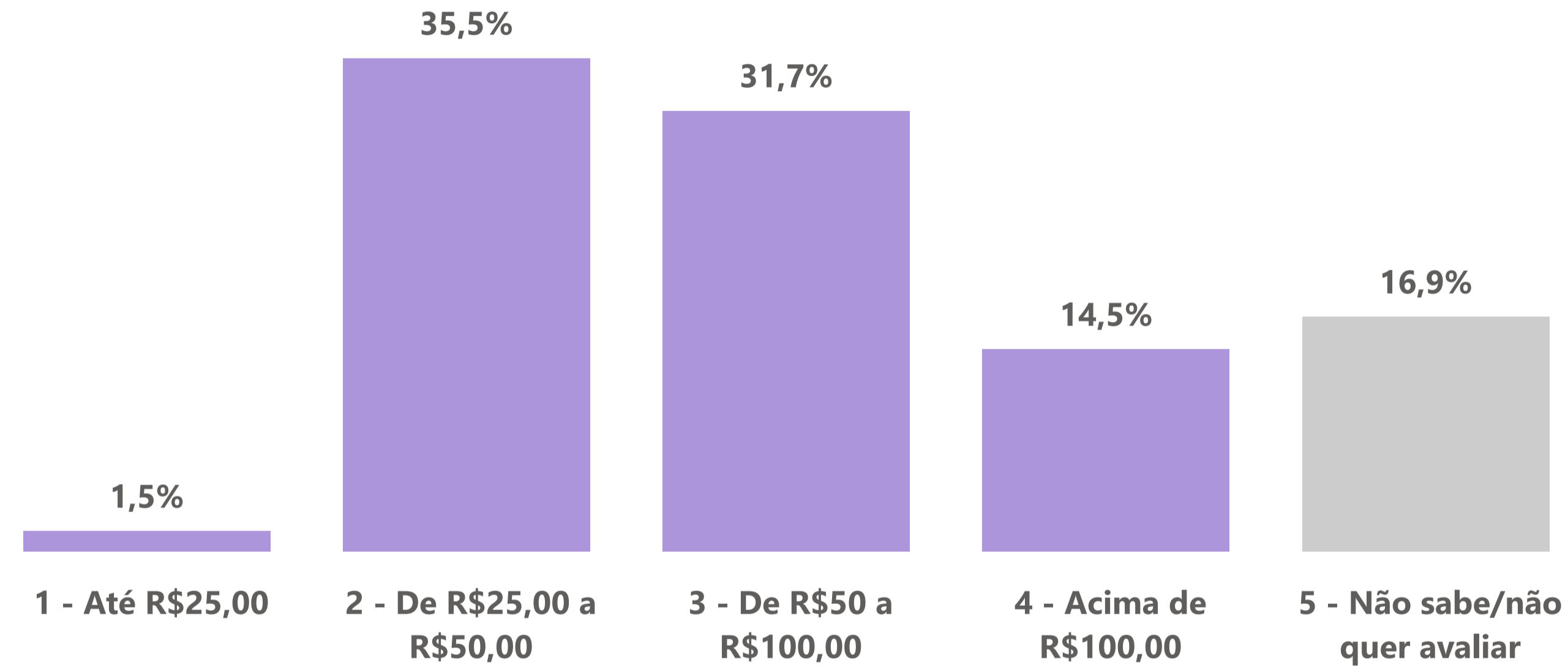


A principal procura nos pet shops está relacionada aos cães, de acordo com 90,5% dos empresários.

Ainda, 82,8% não realizam vendas de animais ou os disponibilizam para adoção. Contudo, 11,2% disponibilizam animais para venda e 4,9% para adoção.



Qual o valor médio gasto por cliente?



As compras por cliente, em média, ficam em torno de R\$25,00 a R\$100,00, de acordo com 67,2% dos pet shops.

Foram aplicados questionários (survey) por telefone para uma amostra proporcional do segmento de pet shops no estado de Minas Gerais. As lojas foram selecionadas com base no cadastro da área de Estudos Econômicos do Sistema Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 05 e 13 de março de 2024. Foram avaliadas 353 estabelecimentos das regiões de planejamento: Alto Paranaíba, Central, Centro-Oeste, Jequitinhonha-Mucuri, Zona da Mata, Noroeste, Norte, Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo. A amostra avaliada perfaz uma margem de erro da ordem de 5,0%, a um intervalo de confiança de 95%.

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.

Equipe Técnica

Núcleo Estudos Econômicos e de Inteligência & Pesquisa

Coordenador CEDES – Centro de Desenvolvimento Econômico Sustentável: Jorge Marinho Rolla

Coordenador de Estudos Econômicos: Stefan Wilson D'Amato

Analista de economia: Gabriela Filipe Martins e Gilson Jose Machado

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, Polyane Pereira Casagrande e Rafael Rei de Oliveira

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
do Estado de Minas Gerais

Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG

CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324

economia@fecomercomg.org.br | www.fecomercomg.org.br