

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL REI

CRISTINA APARECIDA DE CASTRO

**PRINCIPAIS INFLUÊNCIAS E PREVALENCIAS DOS COMPRADORES DE
RAÇÃO PARA CÃES E GATOS: UMA ESTIMATIVA DO CONHECIMENTO
POPULAR SOBRE NUTRIÇÃO ANIMAL**

SÃO JOÃO DEL REI –MG

ABRIL DE 2025

CRISTINA APARECIDA DE CASTRO

**PRINCIPAIS INFLUÊNCIAS E PREVALENCIAS DOS COMPRADORES DE
RAÇÃO PARA CÃES E GATOS: UMA ESTIMATIVA DO CONHECIMENTO
POPULAR SOBRE NUTRIÇÃO ANIMAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Zootecnia, da Universidade Federal de São João Del Rei-*Campus* Tancredo de Almeida Neves, como parte das exigências para a obtenção do diploma de Bacharel em Zootecnia.
Orientadora: Profª. Dra. Renata de Souza Reis

SÃO JOÃO DEL REI-MG

ABRIL DE 2025

CRISTINA APARECIDA DE CASTRO

PRINCIPAIS INFLUÊNCIAS E PREVALENCIAS DOS COMPRADORES DE RAÇÃO
PARA CÃES E GATOS: UMA ESTIMATIVA DO CONHECIMENTO POPULAR SOBRE
NUTRIÇÃO ANIMAL

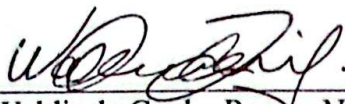
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Zootecnia, da Universidade Federal de São João Del Rei-*Campus* Tancredo de Almeida Neves, como parte das exigências para a obtenção do diploma de Bacharel em Zootecnia, pela seguinte banca examinadora:



Profa. Dra Renata de Souza Reis
Universidade Federal de São João del Rei



Prof. Dr. Alexandre de Oliveira Teixeira
Universidade Federal de São João del Rei



Waldir da Cunha Ramos Neto
Universidade Federal de São João del Rei

A Deus pela força e benções em casa etapa dessa jornada.

Aos meus pais Olimpio e Magna.

Ao meu irmão Paulo César.

Ao meu esposo Jean Augusto.

A minha filha Laura D'arc

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar agradeço a Deus, que me trilhou nesses anos de estudo, que fez com que meus objetivos fossem alcançados.

Aos meus pais Olímpio e Magna, e meu irmão Paulo César por todo apoio e incentivo nos momentos difíceis ao longo dessa trajetória. Serei eternamente grata a vocês.

Ao meu marido Jean que sempre esteve ao meu lado. Seu amor, companheirismo, cumplicidade e paciência foram fundamentais para concluir essa etapa.

A minha filhinha Laura, por ser o incentivo diário na minha vida.

A minha orientadora Renata Reis pela orientação nesse trabalho. Agradeço a humanidade que emana de seu coração. Jamais vou esquecer do quão importante você foi nessa caminhada.

A todos meus colegas de curso, com quem convivi durante os últimos anos. Agradeço pelo companheirismo e pela troca de experiências que me permitiram crescer não só como pessoa, mas profissionalmente.

E por fim agradeço a Universidade Federal de São João del Rei, ao Departamento de Zootecnia, a todos os professores e servidores que foram essenciais nesse processo de formação profissional.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Distribuição das espécies de pets entre os tutores	20
Figura 2. Número de animais por residência	21
Figura 3. Preferência alimentar dos tutores	22
Figura 4. Distribuição percentual de animais de estimação quanto à presença de doenças metabólicas (como insuficiência renal e obesidade) e alergias alimentares, conforme relato dos tutores.....	23
Figura 5. Influência da embalagem na escolha dos alimentos pelos tutores	24

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
REVISÃO DE LITERATURA.....	13
Panorama do Mercado Pet no Brasil	13
Evolução Histórica da Alimentação de Cães e Gatos	13
Classificação das Rações Comerciais	14
Fatores que Influenciam a Escolha de Rações	16
MATERIAL E MÉTODOS.....	18
RESULTADOS E DISCUSSÃO	20
Espécies e número de animais por domicílio	20
Alimentação dos animais	21
Rações terapêuticas e condições clínicas	23
Influência da embalagem no comportamento de compra	24
CONCLUSÃO.....	26
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	27

RESUMO

É amplamente reconhecido que os tutores demonstram preocupação com o bem-estar de seus cães e gatos, contudo, muitos ainda apresentam conhecimento limitado quanto à nutrição adequada para esses animais. Em decorrência disso, as escolhas alimentares feitas pelos responsáveis são frequentemente influenciadas por fatores externos e considerações que extrapolam o entendimento nutricional específico dos pets. Diante desse cenário, o presente trabalho teve como objetivo investigar o comportamento dos consumidores no momento da escolha da ração para seus animais de estimação, bem como avaliar seu nível de conhecimento sobre nutrição animal. Para tanto, foi aplicado um questionário junto à população residente na cidade de São João del-Rei. A análise das respostas revelou que critérios como custo-benefício, palatabilidade da ração e recomendações de profissionais especializados são determinantes no processo de decisão de compra. Os dados obtidos indicaram que 76,8% dos tutores optam exclusivamente por ração industrializada, enquanto 23,2% alternam entre ração e alimentação natural. Quanto ao número de animais por residência, 52,6% possuem apenas um pet, 23,2% têm dois, e 24,2% possuem mais de três animais. Em relação aos critérios de escolha, destacam-se o custo-benefício, a palatabilidade da ração e a orientação de profissionais como fatores decisivos na decisão de compra. Evidencia-se que, em muitos casos, a nutrição ainda é negligenciada, e as informações disponíveis nas embalagens das rações são mal compreendidas. Nesse contexto, torna-se fundamental o papel de profissionais, no auxílio aos tutores para a escolha da dieta mais adequada. Essa orientação deve levar em conta as particularidades de cada animal, as condições econômicas do tutor e o bem-estar dos pets, promovendo assim uma convivência mais saudável e harmoniosa para ambos.

Palavras-chave: Alimentação animal, Nutrição de pets, Comportamento do consumidor, Escolha de ração.

Abstract

It is widely recognized that pet owners are concerned about the well-being of their dogs and cats; however, many still have limited knowledge regarding the appropriate nutrition for these animals. As a result, their food choices are often influenced by external factors and considerations that go beyond a technical understanding of their pets' specific nutritional needs. In this context, the present study aimed to investigate consumer behavior when choosing pet food, as well as to assess their level of knowledge about animal nutrition. To this end, a questionnaire was administered to residents of the city of São João del-Rei, Brazil. The analysis of the responses revealed that cost-effectiveness, the palatability of the food, and recommendations from specialized professionals are key factors in the purchasing decision process. The data showed that 76.8% of pet owners choose to feed exclusively with industrialized pet food, while 23.2% alternate between kibble and natural food. Regarding the number of pets per household, 52.6% have only one pet, 23.2% have two, and 24.2% have more than three. Overall, cost-benefit ratio, taste, and professional guidance stood out as the most influential factors in the decision-making process. It is evident that, in many cases, nutrition is still neglected, and the information available on pet food packaging is poorly understood. In this context, the role of professionals becomes fundamental in assisting pet owners in choosing the most appropriate diet. This guidance should take into account each animal's particularities, the owner's economic conditions, and the pets' well-being, thereby promoting a healthier and more harmonious coexistence for both.

Keywords: pet food, animal nutrition, consumer behavior, pet care.

INTRODUÇÃO

"O cão é o melhor amigo do homem" é uma expressão amplamente conhecida. Ao longo dos anos, os seres humanos estreitaram progressivamente seus laços afetivos com os cães, que passaram a frequentar os lares e se tornaram parte essencial das famílias. De maneira semelhante, a relação entre os humanos e os felinos também se intensificou, tornando os gatos membros integrais de muitos lares (MAZON, 2017).

Com o fortalecimento dessa conexão, surgiram também preocupações dos proprietários em relação à saúde, bem-estar, alimentação e conforto de seus animais de estimação, impulsionando assim o mercado pet (FURLAN, 2021). Os tutores passaram a adotar critérios mais exigentes ao selecionar produtos e serviços para seus pets (GRAF, 2016). Transformações sociais e econômicas ocorridas nas últimas décadas contribuíram para o aumento do número de animais nos lares brasileiros (FURLAN, 2021), criando um cenário favorável à expansão do setor pet no país.

Do ponto de vista econômico, animais de estimação e animais de produção são realidades distintas. A pecuária gera receita para o produtor rural e precisa ser financeiramente viável para se sustentar no mercado. Já os animais de estimação representam despesas para seus tutores, que arcam com os custos de manutenção utilizando sua renda pessoal (XIMENES, 2021). Mesmo com o impacto da pandemia e o agravamento da crise econômica nacional, o setor pet não sofreu grandes abalos no faturamento durante esse período (CVA SOLUTIONS, 2021). Esse fenômeno pode ser explicado pela forte ligação afetiva entre os tutores e seus animais.

Cabe ressaltar que diversas transformações em curso na sociedade brasileira, incluindo mudanças no perfil demográfico e a tendência de verticalização das moradias, influenciam diretamente a forma como as famílias interagem com seus pets. Esses animais passaram a ser vistos simultaneamente como "membros da família", objetos de afeto e consumidores com

preferências e necessidades próprias (PESSANHA, 2008). A alimentação dos cães é influenciada não apenas pelas necessidades nutricionais dos animais, mas também por características demográficas de seus tutores. Um estudo realizado pelo *Dog Aging Project*, em parceria com a Texas A&M University, demonstrou que fatores como a idade dos responsáveis têm impacto significativo na escolha da dieta canina, sendo observado que tutores mais idosos tendem a preferir dietas caseiras ou alimentos enlatados, enquanto fatores como renda e escolaridade apresentaram influência menos expressiva nas decisões alimentares (GREER et al., 2024).

Dentre os principais gastos dos tutores com seus animais, destaca-se o valor despendido com alimentação. Os alimentos secos, especialmente as rações extrusadas, representam a principal forma de alimentação dos cães na atualidade (CAMPOS, 2021).

No contexto de um estilo de vida contemporâneo, onde o tempo é um recurso cada vez mais escasso devido às inúmeras atribuições diárias, as pessoas dispõem de menos tempo para preparar e cozinhar suas próprias refeições (ESBERSE, 2019). Da mesma forma, há uma disponibilidade reduzida para a preparação da alimentação dos pets. Nesse sentido, a ração comercial apresenta-se como uma alternativa atrativa, proporcionando praticidade e garantindo aos tutores a segurança de que seus animais estão recebendo uma nutrição completa e balanceada. No entanto, a escolha da ração por parte dos consumidores é influenciada por múltiplos fatores, como preferências pessoais, nível de conhecimento sobre nutrição animal e condições socioeconômicas (CAMPOS, 2021).

As empresas do setor pet, focadas na comercialização de seus produtos, utilizam diversas estratégias de marketing para atrair consumidores e maximizar as vendas. Para os tutores, o valor do animal de estimação reflete-se nos cuidados dispensados a ele, o que influencia diretamente a decisão de compra de rações. Diante desse cenário, é possível explorar os principais critérios que orientam a escolha dos tutores, sejam eles fatores sensoriais e visuais dos produtos, informações

nutricionais ou restrições impostas pela condição econômica do consumidor. Além disso, cabe analisar a relação entre as estratégias de marketing adotadas pelas empresas e os padrões de escolha observados entre os tutores.

Diante do exposto, o objetivo geral desta pesquisa é investigar o comportamento dos consumidores no momento da escolha do tipo de ração para seus pets, identificando os critérios mais relevantes nesse processo. Ademais, pretende-se analisar, a partir das respostas obtidas por meio de questionários, o conhecimento popular sobre nutrição de cães e gatos.

REVISÃO DE LITERATURA

Panorama do Mercado Pet no Brasil

Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação (ABINPET, 2021), o Brasil possui aproximadamente 144,3 milhões de animais de companhia. Dentre esses, destacam-se os cães, com 55,9 milhões; as aves canoras e ornamentais, com 40,4 milhões; e os gatos, com 25,6 milhões. Entre os anos de 2019 e 2020, foi registrado um crescimento médio de 2,0% na população total de animais de companhia, sendo de 1,5% para cães e 3,6% para gatos. Vale ressaltar que o crescimento médio de 2,0% se refere à população geral, que inclui não apenas cães e gatos, mas também aves, peixes ornamentais, pequenos mamíferos e outros animais de estimação.

Em 2024, o setor registrou um faturamento de aproximadamente R\$ 68 bilhões, com destaque para os segmentos de alimentação, serviços veterinários e produtos de cuidados e higiene (ABINPET, 2024). Tal panorama evidencia a robustez do mercado pet brasileiro e aponta para a necessidade de estratégias cada vez mais personalizadas para atender às novas demandas dos consumidores.

Em relação ao desempenho econômico, o setor pet brasileiro registrou um faturamento de R\$ 27,02 bilhões no ano de 2020, dos quais 75% se referem ao segmento de pet food — setor que compreende toda a cadeia produtiva de alimentos para animais. Comparativamente, em 2015 o mercado pet apresentou um faturamento de R\$ 16,7 bilhões, sendo que o pet food representava 66,9% desse montante. Esses dados demonstram a notável ascensão do setor, especialmente no que se refere à alimentação animal.

Evolução Histórica da Alimentação de Cães e Gatos

A alimentação de cães e gatos passou por diversas transformações ao longo do tempo, tornando-se mais elaborada e tecnicamente planejada. Esse processo acompanha o estreitamento

da relação entre humanos e animais de companhia, bem como o crescimento da indústria de alimentos pet.

A origem da indústria pet food remonta ao século XIX, na Inglaterra, com James Spratt, que observou cães se alimentando de restos e desenvolveu o primeiro biscoito industrializado para cães, conhecido como “biscoito de Spratt” (BRAGANÇA & QUEIROZ, 2021). Posteriormente, nos Estados Unidos, foi lançada a primeira comida enlatada para cães em 1922.

A década de 1950 iniciou a transição dos biscoitos para os alimentos secos, com a introdução do processo de extrusão. Esse avanço tecnológico possibilitou a criação de produtos com maior versatilidade e maior produtividade.

Essa evolução na alimentação de cães e gatos reflete as mudanças nos valores sociais, avanços científicos e maior conscientização sobre o bem-estar animal. O surgimento das rações comerciais, desenvolvidas para oferecer praticidade e equilíbrio nutricional são entre os avanços recentes um marco na alimentação destes animais. Nos últimos cinco anos, entretanto, tem-se observado uma crescente valorização das rações naturais e equilibradas, que evitam o uso de corantes, conservantes artificiais e subprodutos de origem duvidosa, priorizando ingredientes integrais e formulações adaptadas às necessidades fisiológicas dos pets. Essa tendência é impulsionada por tutores mais exigentes e informados, além de estudos que demonstram os benefícios de dietas mais naturais na saúde e longevidade dos animais (FERREIRA et al., 2020; MARQUES et al., 2022; OLIVEIRA; SILVA, 2023).

Classificação das Rações Comerciais

O desenvolvimento do mercado de rações impulsionou a criação de diferentes categorias de produtos, estabelecidas pela própria indústria. Atualmente, as rações comerciais são classificadas como: econômica (ou *standard*), premium e super premium.

As rações econômicas são formuladas com matérias-primas de baixo valor nutricional, geralmente subprodutos de origem animal, como penas, vísceras e ossos, os quais apresentam baixa digestibilidade para os cães (CAMPOS, 2021). Esse tipo de ração costuma ter baixa palatabilidade e, conseqüentemente, menor aceitação pelos animais.

As rações premium, por sua vez, utilizam ingredientes de qualidade superior e passam por um processo de seleção mais criterioso, resultando em maior palatabilidade e aceitação. Já as rações super premium apresentam densidade nutricional ainda mais elevada, alta digestibilidade e, frequentemente, incluem ingredientes funcionais que promovem benefícios adicionais à saúde dos pets (CARCIOFI et al., 2009).

Contudo, a categorização das rações ainda é alvo de debate. Lima (2022) discute a inconsistência entre as classificações nutricionais e os preços praticados no mercado, observando que algumas rações *standard* podem apresentar preços superiores a produtos classificados como super premium. Com base nisso, o autor propõe que a categorização das rações considere também os critérios econômicos, utilizando o preço de mercado como parâmetro.

Conforme a ABINPET (2019), os alimentos destinados a animais de companhia podem ser classificados em diferentes categorias, de acordo com sua composição, grau de processamento e finalidade nutricional. Os chamados alimentos naturais são compostos exclusivamente por ingredientes de origem vegetal, animal ou mineral, em seu estado bruto ou após processos como purificação, extração, hidrólise, enzimólise ou fermentação. No processo de purificação ocorre a separação para se obter um composto puro. Na extração é separado uma substância da mistura. A hidrólise quebra moléculas com água, a enzimólise utiliza enzimas para hidrólise e a fermentação é um processo metabólico que produz energia e compostos. Esses produtos não devem conter aditivos ou auxiliares de processamento quimicamente sintéticos, exceto em quantidades mínimas permitidas pelas boas práticas de fabricação (AAFCO, 2020a). Já os alimentos industrializados

englobam qualquer produto que tenha passado por algum tipo de processamento em ambiente fabril, respeitando as normas regulatórias do setor com o objetivo de garantir a qualidade e a segurança nutricional.

Os alimentos completos são formulados especificamente para suprir todas as exigências nutricionais dos animais de estimação, fornecendo todos os nutrientes essenciais à manutenção da saúde. Em contrapartida, os alimentos coadjuvantes, são destinados a animais que apresentam distúrbios fisiológicos ou metabólicos, como por exemplo rações hipoalergênicas e rações renais, que são destinadas a animais com esse distúrbios, sendo indicativo de um veterinário. Esses produtos, apesar de não conterem agentes farmacológicos ativos, são capazes de atender plenamente às necessidades nutricionais específicas desses indivíduos, desempenhando papel importante no suporte a tratamentos clínicos e na manutenção da saúde dos animais em condições especiais.

Além disso, há os alimentos específicos, que têm como finalidade principal agradar, recompensar ou premiar os animais. Por não fornecerem todos os nutrientes necessários, não se enquadram como alimentos completos e devem ser utilizados apenas como complemento à dieta principal. Já os alimentos caseiros correspondem àqueles preparados fora do ambiente industrial, geralmente pelos próprios tutores, utilizando ingredientes domésticos. Embora bastante comuns, essa modalidade de alimentação requer acompanhamento profissional para garantir o fornecimento equilibrado de nutrientes e evitar deficiências nutricionais. A correta identificação e compreensão dessas categorias é essencial para orientar escolhas alimentares adequadas, contribuindo significativamente para a saúde e o bem-estar dos animais de companhia.

Fatores que Influenciam a Escolha de Rações

A escolha da ração envolve dois agentes decisores: o tutor e o próprio animal. O tutor pode ser influenciado por fatores como a aparência da embalagem, aroma da ração, preço e pelas

estratégias de marketing das marcas (FONSECA, 2017). Por outro lado, o animal pode recusar a ração ofertada caso não a considere palatável ou atraente, evidenciando o papel importante do pet na decisão de compra.

Atualmente, o marketing tem papel fundamental no sucesso das marcas de ração, sendo um dos pilares do crescimento e consolidação desse setor. Por meio de campanhas publicitárias, as empresas buscam fidelizar consumidores e promover a diferenciação de seus produtos no mercado (GRAF, 2016).

Segundo a CVA Solutions (2020) (empresa brasileira especializada em soluções de inteligência de mercado, consultoria e tecnologia), as marcas líderes no mercado brasileiro de rações para cães incluem: Mars (Pedigree), Royal Canin, Premier (Golden), Purina (Dog Chow), Adimax (Magnus) e Lupus (Foster). Para gatos, destacam-se: Mars (Whiskas), Premier (Golden), Royal Canin e Purina (Friskies e Cat Show). Essas marcas apresentam elevada aceitação entre os consumidores, tanto pela satisfação dos tutores quanto pela aceitação por parte dos animais.

O mercado de pet food no Brasil apresenta crescimento expressivo, com destaque para a alimentação de cães e gatos. A evolução tecnológica, a diversificação de produtos, as estratégias de marketing e a valorização do bem-estar animal contribuíram para consolidar esse segmento como um dos mais relevantes dentro do setor pet.

Além disso, a ampla oferta de informações em redes sociais e canais especializados tem impactado diretamente no comportamento de compra, muitas vezes direcionando os consumidores para marcas que promovem dietas livres de grãos, com alta palatabilidade e ingredientes funcionais (PEREIRA; COSTA, 2024). Entretanto, ainda há escassez de estudos que detalhem os fatores que motivam a escolha de rações, o que justifica a relevância de pesquisas voltadas para o comportamento do consumidor nesse contexto.

MATERIAL E MÉTODOS

O presente trabalho iniciou-se com a elaboração de uma revisão bibliográfica do tema, com buscas ativas de artigos e relatórios, utilizando as plataformas Google Acadêmico e SCIELO como principais ferramentas de pesquisa.

A coleta de dados para a pesquisa de campo foi realizada por meio da aplicação de um formulário via Google Forms. Este contou com perguntas ordenadas, que foram respondidas sem a presença do pesquisador. No início do formulário distribuído, havia um texto explicando a natureza da pesquisa, sua importância e a necessidade de obter as respostas, bem como o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

A escolha por um método de coleta de dados online foi motivada por fatores sanitários, sendo assim uma preocupação com a segurança da pesquisadora e das pessoas a serem abordadas para a obtenção dos dados, visto que, o trabalho foi desenvolvido durante a pandemia de COVID-19. As questões contidas no formulário foram fechadas, de múltipla escolha, apresentando várias opções de resposta — podendo ser escolhidas uma ou mais de acordo com a finalidade da pergunta — e havia espaço para resposta aberta, caso as opções ofertadas no formulário não correspondessem à resposta do tutor.

Delimitou-se que os entrevistados fossem residentes no município de São João del-Rei, com ao menos um cão ou um gato em casa, para que assim a amostragem alcançasse com rigor o público-alvo: compradores de ração pet em São João del-Rei. O formulário foi divulgado nos grupos de redes sociais (Instagram e Whatsapp) por um período de 6 meses, no qual obtiveram-se 295 representantes.

A análise de dados foi realizada a partir da leitura e transcrição das respostas obtidas pelo questionário, bem como da leitura dos relatos feitos. A análise objetivou-se à interpretação das respostas para cada pergunta feita e suas correlações, buscando verificar como os resultados

obtidos dialogam com os referenciais teóricos, com a hipótese levantada e com o tema trabalhado.

Os dados foram compilados e analisados com o auxílio do programa operacional Microsoft® Office Excel®, utilizando estatística descritiva básica de distribuição de frequência em relação ao número total de entrevistados.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Espécies e número de animais por domicílio

O primeiro questionamento fazia referência as espécies e número de animais por domicílio (Figura 1).

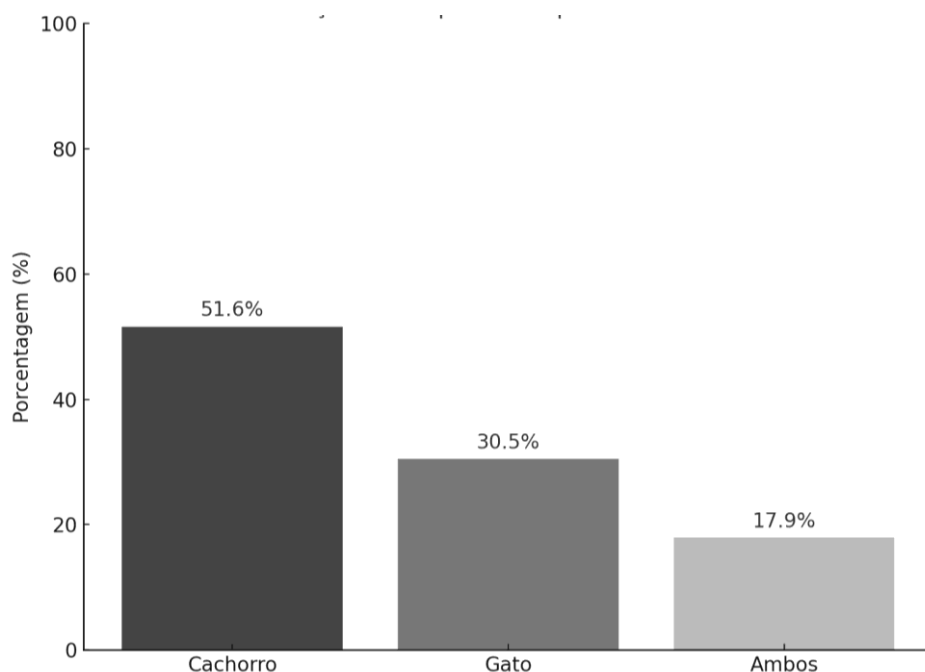


Figura 1. Distribuição das espécies de pets entre os tutores

Dos 295 tutores entrevistados, 51,6% dos tutores possuem exclusivamente cães, enquanto 30,5% convivem apenas com gatos. Já 17,9% relataram possuir ambas as espécies em seus domicílios. Esses resultados corroboram achados de Guastello (2017), que associam a preferência por cães a traços de personalidade mais extrovertidos, ativos e sociáveis, enquanto a predileção por gatos tende a ocorrer entre indivíduos mais introspectivos e reservados. Essa relação entre perfil comportamental humano e escolha da espécie destaca a relevância do vínculo humano-animal para o bem-estar dos pets.

No que tange ao número de animais por residência, observou-se que 52,6% dos entrevistados possuem um único pet, 23,2% possuem dois, e 24,2% possuem mais de três (Figura 2).

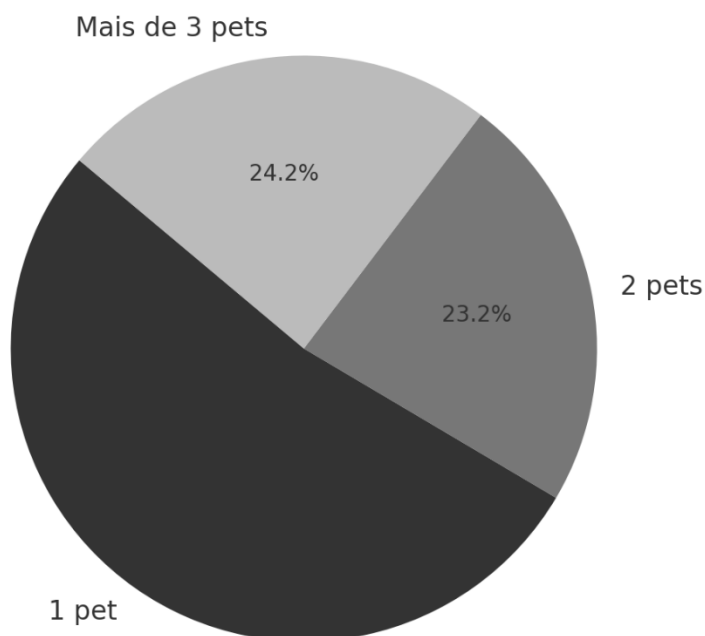


Figura 2. Número de animais por residência

Esse dado se alinha à tendência observada durante a pandemia de COVID-19, período em que houve aumento significativo na adoção de animais domésticos. Estudos apontam um crescimento de até 400% nas adoções no início da pandemia, com 30% dos tutores afirmando ser a primeira vez que adotavam um pet (GUIMARÃES et al., 2022; UIPA, 2020). Tais números reforçam o papel dos animais como fonte de companhia e suporte emocional durante situações de isolamento social.

Alimentação dos animais

Quando questionados sobre o tipo de alimentação ofertada (Figura 3), a maioria dos tutores (76,8%) fornece exclusivamente ração industrializada aos seus pets, enquanto 23,2%

afirmaram combinar ração com alimentação natural. Nenhum dos participantes relatou ofertar apenas dieta natural.

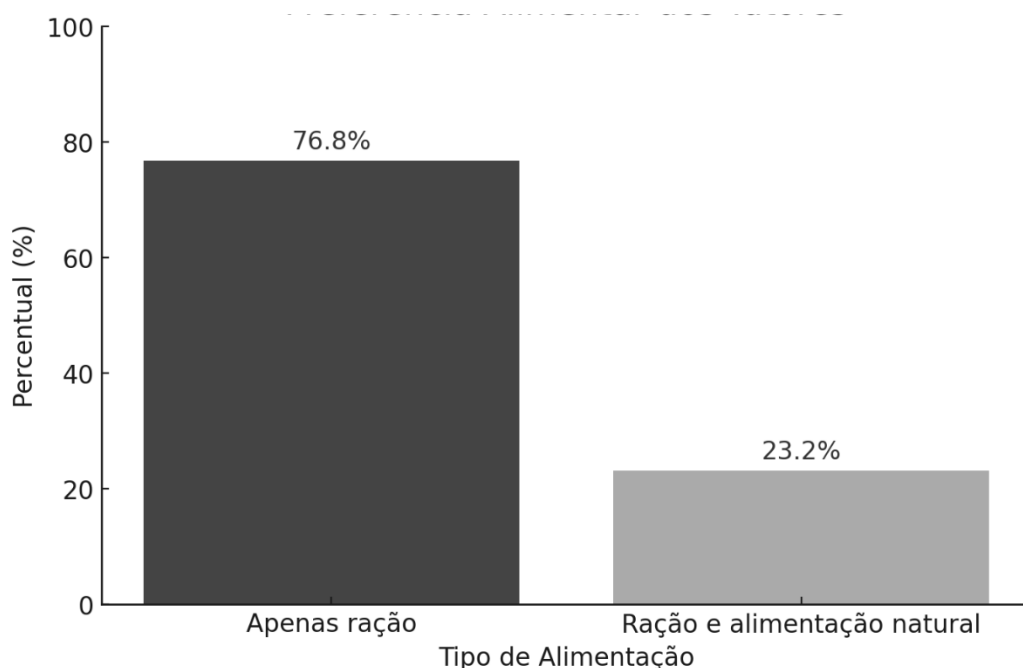


Figura 3. Preferência alimentar dos tutores

A preferência pela ração pode estar relacionada à praticidade e segurança do alimento, além de sua formulação nutricionalmente balanceada. Rações do tipo premium e super premium oferecem maior densidade energética e digestibilidade, reduzindo o volume fecal e contribuindo para a saúde geral do animal (BRAGANÇA et al., 2020).

No momento da compra, 50,5% dos tutores consideram o sabor da ração como critério importante. Esse comportamento pode refletir um processo de antropomorfização, em que os tutores atribuem preferências humanas aos animais (TATIBANA et al., 2009). Apesar disso, verifica-se uma valorização crescente de aspectos técnicos, como a composição nutricional e a recomendação profissional. A maioria dos respondentes (56,8%) afirmou que o preço não é o principal fator de escolha, destacando que optam por produtos com melhor custo-benefício e, em muitos casos, seguem orientações de médicos veterinários. Tal comportamento indica

uma mudança de perfil entre os consumidores de produtos pet, mais atentos à qualidade e aos efeitos da nutrição sobre a saúde animal.

Entre os comentários abertos, destacaram-se a busca por alimentos com composição clara, ausência de corantes e transgênicos, presença de proteína de origem animal, além da reputação da marca. Esses dados revelam um perfil de tutor mais informado e exigente, que compreende seu papel no cuidado integral com os animais de estimação.

Rações terapêuticas e condições clínicas

Mais de 85% dos tutores informaram que seus animais não apresentam doenças metabólicas, como insuficiência renal ou obesidade, não havendo, portanto, indicação para o uso de rações terapêuticas. De forma semelhante, 87% afirmaram que seus pets não sofrem de alergias alimentares (Figura 4).

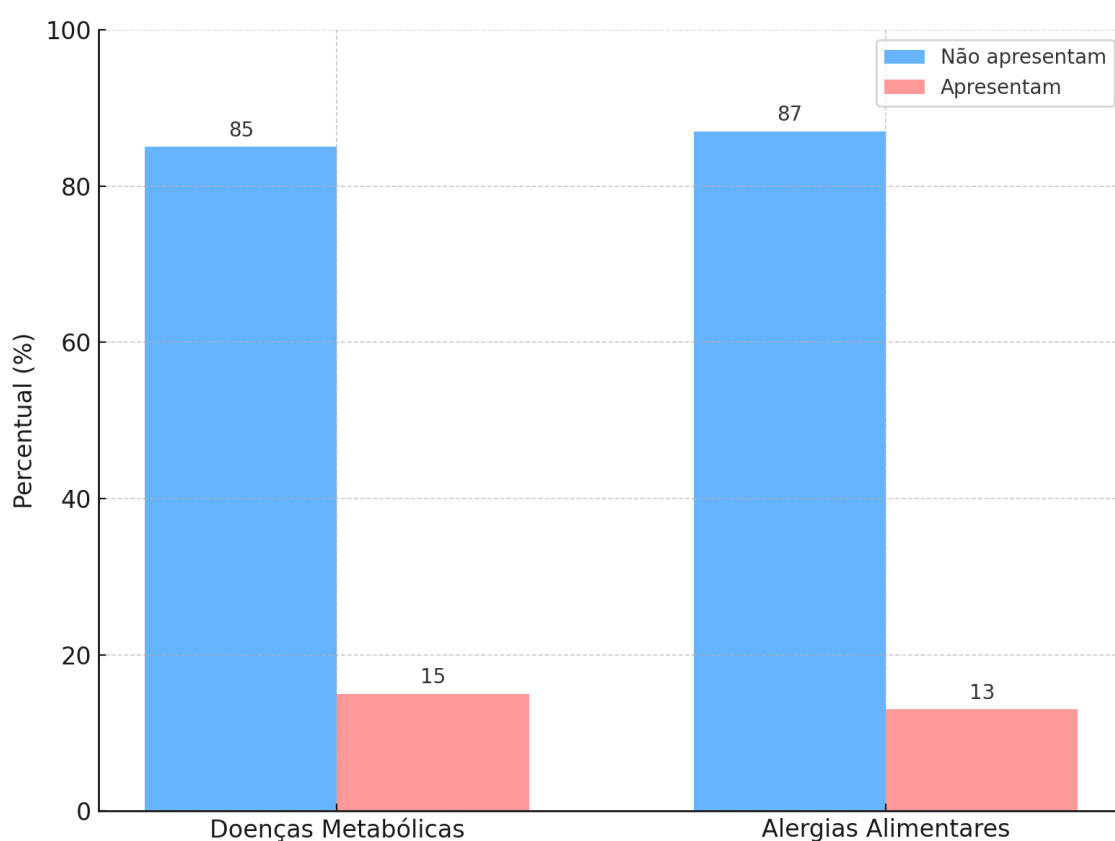


Figura 4. Distribuição percentual de animais de estimação quanto à presença de doenças metabólicas (como insuficiência renal e obesidade) e alergias alimentares, conforme relato dos tutores.

Influência da embalagem no comportamento de compra

Os tutores foram indagados ainda acerca da influência da embalagem na escolha dos alimentos (Figura 5).

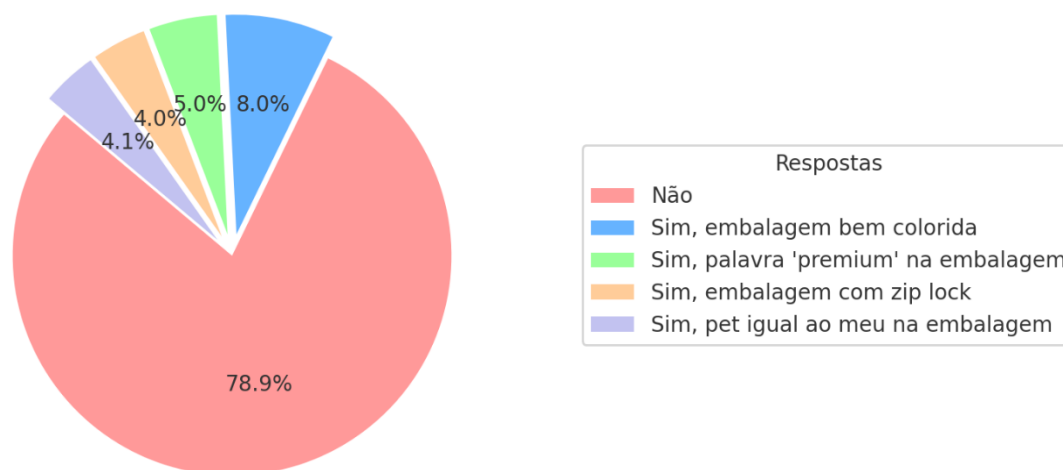


Figura 5. Influência da embalagem na escolha dos alimentos pelos tutores

A maioria dos entrevistados (78,9%) afirmou que a embalagem não influencia sua decisão de compra. Contudo, 16,8% relataram considerar o *design* e as informações visuais, como rótulos com os dizeres “premium” ou “super premium”, como indicativos de qualidade. Embora secundária, a embalagem pode desempenhar papel importante na comunicação com o consumidor, transmitindo mensagens sobre a composição do produto, seus benefícios e o posicionamento da marca (VASCONCELOS, 2007).

Considerando os aspectos observados, é evidente que a população de São João del Rei apresenta uma preferência maior por cachorros do que por gatos quando se trata da adoção de animais de estimação. Além disso, a pandemia provocou um notável aumento no número de adoções, já que muitas pessoas recorreram aos pets como forma de amenizar a solidão decorrente do isolamento social.

Em relação ao tipo de alimentação fornecida, observou-se que a maioria dos entrevistados prefere a ração seca, fundamentando essa escolha nas vantagens que ela oferece. É interessante notar que nenhum tutor optou exclusivamente pela alimentação natural para seus animais. Esse cenário pode estar relacionado à falta de informação ou ao desconhecimento sobre esse tipo de dieta. Trata-se de um ponto relevante, pois reforça a necessidade de orientação por parte de profissionais como médicos-veterinários e zootecnistas, que detêm conhecimento técnico e são considerados fontes confiáveis de informação. Assim, a disseminação de informações sobre a alimentação natural é essencial para que os tutores possam tomar decisões mais conscientes em relação à nutrição de seus animais.

Outro aspecto importante é a tendência à humanização dos pets, o que influencia significativamente as escolhas dos tutores — especialmente na seleção da ração. Muitas vezes, essa escolha é feita com base em sabores que os tutores acreditam ser atrativos, mesmo sem ter certeza se seus animais realmente os apreciam.

O custo-benefício também se destacou como fator relevante para muitos entrevistados. Eles buscam um equilíbrio entre os benefícios nutricionais oferecidos pela ração e seu custo financeiro. Isso mostra que os tutores valorizam não apenas a qualidade do alimento, mas também procuram opções que apresentem uma boa relação entre qualidade e preço acessível.

CONCLUSÃO

Portanto, evidencia-se que, em muitos casos, a nutrição ainda é negligenciada, e as informações disponíveis nas embalagens das rações são mal compreendidas. Nesse contexto, torna-se fundamental o papel dos profissionais, como zootecnistas e veterinários, no auxílio aos tutores para a escolha da dieta mais adequada. Essa orientação deve levar em conta as particularidades de cada animal, as condições econômicas do tutor e o bem-estar dos pets, promovendo assim uma convivência mais saudável e harmoniosa para ambos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABINPET – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO. **Censo pet 2019**. São Paulo: ABINPET, 2019. Disponível em: <https://abinpet.org.br/>. Acesso em: 4 abr. 2025.

ABINPET – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS PARA ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO. **Relatório de mercado 2021**. São Paulo: ABINPET, 2021. Disponível em: <https://abinpet.org.br/>. Acesso em: 4 abr. 2025.

AAFCO – ASSOCIATION OF AMERICAN FEED CONTROL OFFICIALS. **Official publication**. Champaign: AAFCO, 2020a.

ARAÚJO, T. M.; et al. **Dermatite trofoalérgica em cães e gatos: uma revisão de literatura**. *Revista Brasileira de Medicina Veterinária*, v. 43, n. 2, p. 78-85, 2021.

BRAGANÇA, F. L.; QUEIROZ, J. P. **Evolução histórica da alimentação de cães e gatos**. In: BRAGANÇA, F. L.; QUEIROZ, J. P. (org.). *Nutrição e alimentação de cães e gatos*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2021. p. 19-35.

BRAGANÇA, F. L. et al. **Nutrição e saúde intestinal de cães e gatos**. *Revista Acadêmica: Ciência Animal*, v. 18, n. 1, p. 31-45, 2020.

CAMPOS, M. J. **Alimentação de cães e gatos: conceitos básicos para tutores**. São Paulo: MedVet, 2021.

CARCIOFI, A. C. **Nutrição e alimentação de cães e gatos**. Jaboticabal: FUNEP, 2009.

CASE, L. P. et al. **Canine and Feline Nutrition**. 2. ed. St. Louis: Mosby, 1997.

CVA SOLUTIONS. **Pesquisa de mercado pet food Brasil 2020**. São Paulo: CVA Solutions, 2020. Disponível em: <https://www.cvasolutions.com.br/>. Acesso em: 4 abr. 2025.

CVA SOLUTIONS. **Relatório setorial do mercado pet 2021**. São Paulo: CVA Solutions, 2021. Disponível em: <https://www.cvasolutions.com.br/>. Acesso em: 4 abr. 2025.

ESBERSE, G. C. **Estilo de vida contemporâneo e comportamento alimentar**. *Revista Brasileira de Pesquisa em Alimentos*, v. 10, n. 2, p. 45-52, 2019.

FONSECA, T. L. **Marketing e comportamento do consumidor pet**. *Revista de Negócios e Marketing*, v. 4, n. 1, p. 14-26, 2017.

FURLAN, A. M. **O crescimento do setor pet no Brasil**. *Revista Gestão Pet*, v. 5, n. 1, p. 7-15, 2021.

GRAF, S. **Consumo consciente e marketing no setor pet.** *Revista Brasileira de Marketing*, v. 15, n. 2, p. 30-45, 2016.

GUASTELLO, E. F. **Cães versus gatos: preferências e traços de personalidade dos tutores.** *Revista Psicologia e Comportamento Animal*, v. 9, n. 1, p. 33-40, 2017.

GUIMARÃES, C. R. et al. **Adoção de animais durante a pandemia da COVID-19.** *Revista de Ciências Humanas e Sociais*, v. 12, n. 2, p. 105-115, 2022.

GREER, K.; WATERS, D. J.; RUPPERT, E.; KAEHLER, S. Influence of Owner Demographics on Canine Nutrition Choices. *Journal of Comparative Veterinary Research*, [S.l.], v. 49, n. 3, p. 210-218, 2024.

LIMA, C. R. **Classificação das rações comerciais: uma abordagem crítica.** *Revista de Nutrição Animal*, v. 4, n. 3, p. 22-28, 2022.

MAZON, R. **Gatos e humanos: uma relação em construção.** *Revista Brasileira de Etologia*, v. 16, n. 1, p. 52-58, 2017.

PESSANHA, E. L. **Transformações sociais e o papel dos animais de estimação.** *Cadernos de Antropologia e Imagem*, v. 19, n. 2, p. 209-228, 2008.

TATIBANA, M. C.; et al. **Antropomorfismo e comportamento do consumidor pet.** *Revista de Psicologia Animal*, v. 3, n. 1, p. 55-63, 2009.

UIPA – UNIÃO INTERNACIONAL PROTETORA DOS ANIMAIS. **Adoções cresceram 400% durante a pandemia.** São Paulo: UIPA, 2020. Disponível em: <https://www.uipa.org.br/>. Acesso em: 4 abr. 2025.

VASCONCELOS, M. M. **Marketing sensorial e embalagem no mercado pet.** *Revista Brasileira de Marketing*, v. 6, n. 3, p. 22-35, 2007.

XIMENES, D. S. **Economia e consumo no setor pet: um estudo comparativo entre pets e animais de produção.** *Revista de Economia Rural*, v. 43, n. 1, p. 61-69, 2021.