HÁBITO ALIMENTAR DOS TUTORES E A RELAÇÃO COM A DEMANDA DE PETISCOS PARA GATOS

ALINE D. S. CARNEIRO[1]; GRAZIANI F. CORREA[2]; LUCAS D. ELMÔR[2]; FLÁVIA M. O. B. SAAD[3]; AUGUSTO H. GAMEIRO[4]; ROBERTA A. BRANDI[1]

[1]Faculdade de Zootecnia e Engenharia de Alimentos – FZEA/USP, Pirassununga-SP; e-mail: aline.duarte.souza@usp.br;
[2]Zootecnista, graduado na FZEA/USP;
[3]Universidade Federal de Lavras – UFLA, Lavras-MG;
[4]Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia – FMVZ/USP, Pirassununga-SP.

Resumo: O presente trabalho teve como objetivo realizar um estudo exploratório do hábito de consumo de alimentos dos tutores de gatos e sua relação com a demanda de petiscos para gatos. Para isso, foi realizado uma prospecção de mercado com perguntas relacionadas ao hábito alimentar dos tutores e a opinião sobre petiscos para gatos, por meio da a plataforma do Formulários Google, disponibilizado por meio da mídia social Facebook e também encaminhado para contatos de e-mail, durante um mês. O questionário obteve 127 respostas, das quais 60% dos tutores consumiam produtos com apelo saudável (light, integral, fibras e outros). Da totalidade dos tutores avaliados, 75% compravam petiscos para seus gatos utilizando como critério para compra a indicação veterinária, marca, preço, facilidade para encontrar e condição financeira. Apesar da insatisfação de alguns tutores (51/127) em relação aos produtos para gatos disponíveis no mercado, eles estavam dispostos a experimentar novos produtos desde que esses fossem saudáveis, apresentando diferenças de funcionalidade semelhantes aos utilizados em sua dieta. O mercado de alimentos para gatos é receptivo a novos produtos com apelo de funcionalidade, desde que apresente preço convidativo, de fácil acesso e seja aceito pelo gato. A categoria de funcionalidade se remete ao produto consumido pelo tutor.
Palavras-Chave: Alimentação; felinos; funcionalidade.

EATING HABIT OF THE OWNERS AND THE RELATIONSHIP WITH THE DEMAND OF TREATS FOR CATS

Abstract: The objective of the present study was to conduct an exploratory study of the food consumption habit of the cat owners and its relationship with the demand for cat treats. For this, a market survey was conducted with questions related to the owners eating habits and the opinion about cat treats, through the Google Forms platform, made available through social media Facebook and also sent to e-mail contacts, during a month. The questionnaire obtained 127 responses, of which 60% of the owners consumed products with healthy appeal (light, integral, fibers and others). From the total of tutors evaluated, 75% bought treats for their cats using as a criterion for purchase the veterinary indication, brand, price, facility to find and financial condition. Despite the dissatisfaction of some tutors (51/127) with regard to commercially available cat products, they were willing to experiment new products as long as they were healthy, with differential in functionality similar to those used in their diet. The cat food market is receptive to new products with appeal for functionality, as long as it offers an attractive price, easy access and is accepted by the cat. The functionality category refers to the product consumed by the tutor.
Keywords: Feeding; feline; functionality.

Introdução: Como o mercado de petiscos para gatos é muito restrito, se faz necessário conhecer a opinião dos tutores sobre o produto desejado para seus animais. A prospecção de mercado é uma estratégia de suma importância para as empresas obterem informações do mercado (CHEQUE;

BARROSO, 2007). O presente trabalho teve como objetivo realizar um estudo exploratório do hábito de consumo de alimentos dos tutores de gatos e sua relação com a demanda de petiscos para gatos.

Material e métodos: Todos os procedimentos deste estudo forma submetidos e aprovados pela Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEPH) processo Nº CAAE 57004416.3.0000.5422, da Faculdade de Zootecnia e Engenharia de Alimentos (FZEA-USP). A metodologia utilizada foi a confecção e aplicação de questionário utilizando-se a plataforma do Formulários Google disponibilizado na mídia social Facebook e também encaminhado para contatos de e-mail. O questionário foi composto por perguntas relacionadas ao hábito alimentar dos tutores e a opinião e critérios de compra de petiscos para gatos. O critério de compra foi analisado utilizando-se escala likert de cinco pontos (5=mais importante até 1=menos importante). Todas as respostas foram analisadas por frequência de ocorrência.

Resultados e discussão: O questionário foi respondido por 127 tutores. Ao analisar-se o perfil da alimentação dos tutores observou-se que 60% (76/127) consomem produtos com características nutricionais diferenciadas (funcionais) e dentro dos produtos consumidos destacam-se o light (26/76), integral (17/76) e com fibras (10/76). O perfil dos produtos, sugere que os tutores possuem precaução com a saúde e utilizam o conceito de alimentos funcionais. Quando os tutores foram consultados sobre o oferecimento de petiscos para seus gatos, 75% (95/127) dos respondentes ofereciam petisco, dados semelhantes aos obtidos por Schuch (2009), trabalhando com cães. Os tipos de petiscos elencados na pesquisa foram biscoitos, nuggets, bifinho, stick, caseiro e outro, e o mais oferecido dentre os citados foi o "Outro" (38/95) e "Biscoitos" (33/95). Dentre a categoria "Outro" a maioria dos tutores informa oferecimento de alimentos úmidos (saches), como recompensa para seus animais, desconsiderando que este produto é classificado como alimento completo úmido para gatos e não petisco (BERMUDES, 2016). Para aquisição do produto, os tutores consideram a indicação veterinária (22,74%), seguido por marca (21,84%), preço (21,59%), facilidade para encontrar (19,61%) e condição financeira (14,23%). Dentre os tutores que ofereciam petiscos, 69,15% (65/94) estavam satisfeitos com os produtos de mercado. Já dentre os tutores que não compravam petiscos, 66,67% (22/33) não estavam satisfeitos, pelos seguintes motivos "Causam problemas de saúde" (5/22), "Produtos caros" (3/22) e "Rejeição dos animais" (3/22). Ao consulta-se sobre o lançamento de novos produtos para gatos, os tutores mostraram-se interessados por petisco saudável, não houve nenhuma rejeição por parte dos tutores, e mais de 80% comprariam o novo produto. Os respondentes citaram que tinham interesse em produtos saudáveis, com apelo nutricional e/ou funcional, para que o petisco fosse além de um agrado ou recompensa, mas fosse fornecido como uma forma saudável de suplementar a alimentação dos gatos. O comportamento manifestado pelos tutores quanto ao seu perfil de consumo de alimentos funcionais, pode ter influenciado nesta escolha, uma vez que através da humanização e filiação dos animais, o mesmo comportamento alimentar poderá ser seguido por todos os membros da família, refletindo ativamente no animal de estimação.

Conclusões: O mercado de alimentos para gatos é receptivo a novo produto com apelo de funcionalidade, desde que apresente preço convidativo, de fácil acesso e seja aceito pelo gato. A categoria de funcionalidade se remete ao produto consumido pelo tutor.

Agradecimentos: A Qualipet Ind e Com para Animais LTDA – EPP.

Referências:

BERMUDES, P. Tendências de Mercado & Perfil do Consumidor (palestra - texto em anais). In: XV Congresso sobre Nutrição de Animais de Estimação CBNA PET, 2016. **Anais...** Campinas: Colégio Brasileiro de Nutrição Animal, 2016.

CHEQUE, F.; BARROSO, L. **Pesquisa de Mercado**. Universidade de São Paulo, Instituto de Matemática e Estatística (IME – USP), São Paulo, 2007.