

Mercado dos animais de companhia está a crescer – Setor ainda não acompanha o consumidor

written by O Cidadão | 22 de Abril, 2026



O mercado pet em Portugal está a crescer de forma consistente, mas continua desalinhado com a evolução do consumidor – mais informado, mais exigente e cada vez mais orientado para qualidade, prevenção e decisões conscientes. Esta é uma das principais conclusões da primeira fase de um novo estudo desenvolvido pela UPPartner, que analisa o setor a partir da perspetiva dos profissionais.

Com base em entrevistas a diferentes “players” do setor, esta fase inicial do estudo cruza leitura qualitativa com dados que ajudam a enquadrar a dimensão e a velocidade de crescimento do

mercado. Em Portugal, o setor pet representa já cerca de 681 milhões de euros anuais, com cerca de 60% dos lares a terem animais de companhia e um crescimento médio anual na ordem dos 15%, mesmo em contexto económico adverso.

Apesar desta expansão, os dados evidenciam um setor ainda longe de uma lógica plenamente estruturada: 82% dos tutores visitam o veterinário apenas uma vez por ano e apenas cerca de 15% têm seguro, refletindo a predominância de um modelo reativo e a ausência de práticas preventivas consistentes.

Este desfasamento traduz-se numa tensão crescente entre a sofisticação da procura e a maturidade da oferta. O consumidor pet evoluiu – procura mais qualidade, mais informação e soluções mais completas – mas o setor continua, em muitos casos, pouco estruturado, com níveis de diferenciação e especialização ainda limitados.

A par deste desalinhamento, o estudo evidencia também a persistência de um modelo de cuidado maioritariamente reativo. A intervenção continua a acontecer, em grande medida, apenas perante o surgimento de problemas, o que não só aumenta o custo do cuidado, como limita a sua eficácia a longo prazo. Esta realidade expõe a necessidade de uma transição progressiva para modelos mais preventivos, alinhados com a evolução já observada noutras áreas da saúde.

Outro dos pontos críticos identificados prende-se com a distância entre intenção e execução. Apesar de existir maior consciência por parte dos tutores, essa evolução nem sempre se traduz em decisões mais informadas, refletindo limitações ao nível da literacia e da informação disponível no mercado.

Para Bernardo Soares, médico veterinário e responsável pela área One Health da UPPartner, **“o setor pet está a entrar numa fase de maior exigência, mas ainda não tem a estrutura necessária para acompanhar essa evolução. Existe hoje um consumidor mais informado e mais atento, mas o mercado**

continua, em muitos casos, a responder com modelos pouco diferenciados e ainda muito centrados na reação, e não na antecipação. É neste desfasamento que está, simultaneamente, o principal risco e a maior oportunidade de crescimento do setor.”

Esta primeira fase do estudo marca o início de uma leitura contínua sobre a evolução do mercado pet em Portugal, que a UPPartner irá aprofundar nos próximos meses, com foco em áreas críticas como a prevenção, a profissionalização do setor e o desenvolvimento de novos modelos de resposta.

Num contexto em que a procura continua a sofisticar-se, a capacidade do setor para se estruturar, diferenciar e antecipar necessidades será determinante para o seu crescimento sustentado. Mais do que acompanhar uma tendência, o mercado pet está agora perante uma exigência: evoluir para responder ao consumidor que já tem – ou arriscar ficar para trás.

OC/AJS