

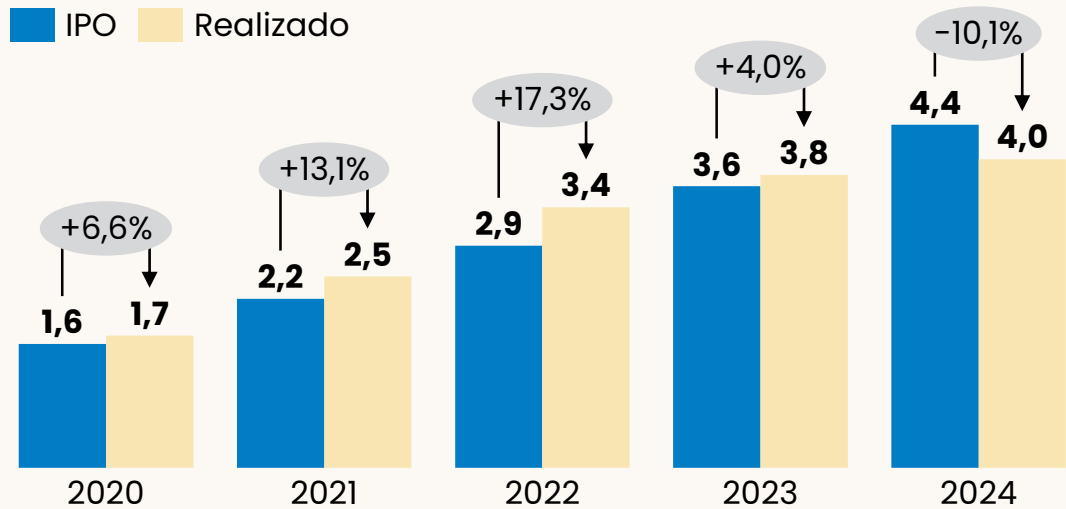
Apresentação Petz

Audiência Pública – CADE

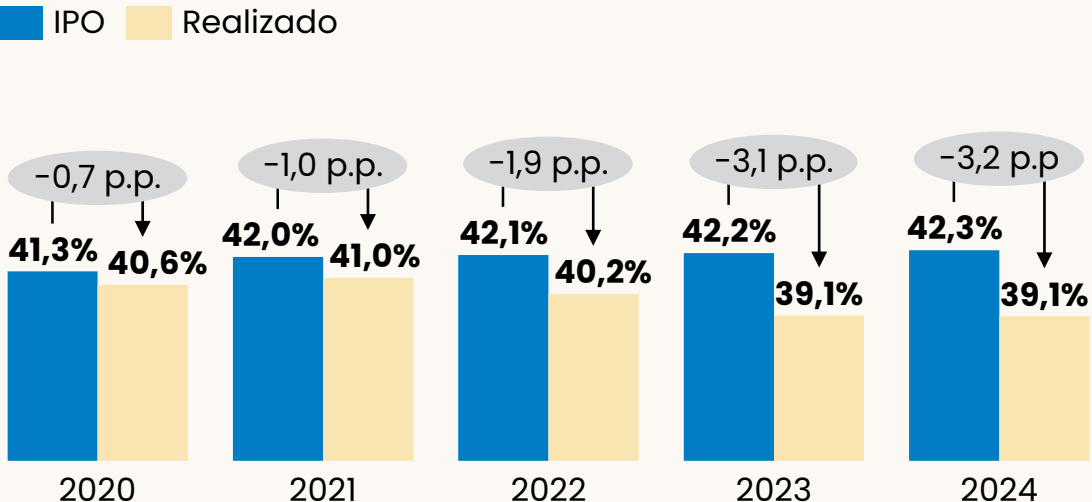
Outubro de 2025

Estimativas internas IPO vs Realizado: Grande discrepância nos resultados devido ao aumento da competição

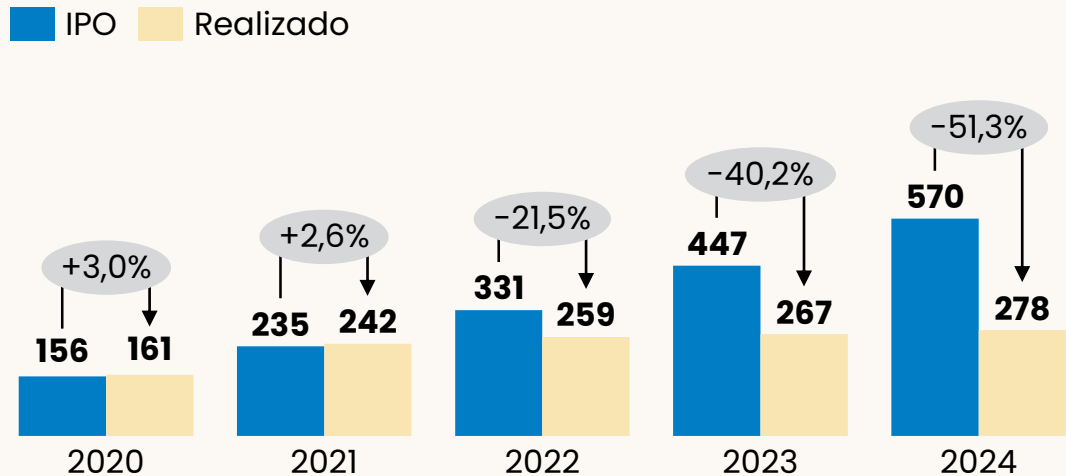
Receita Bruta (R\$ bilhões)



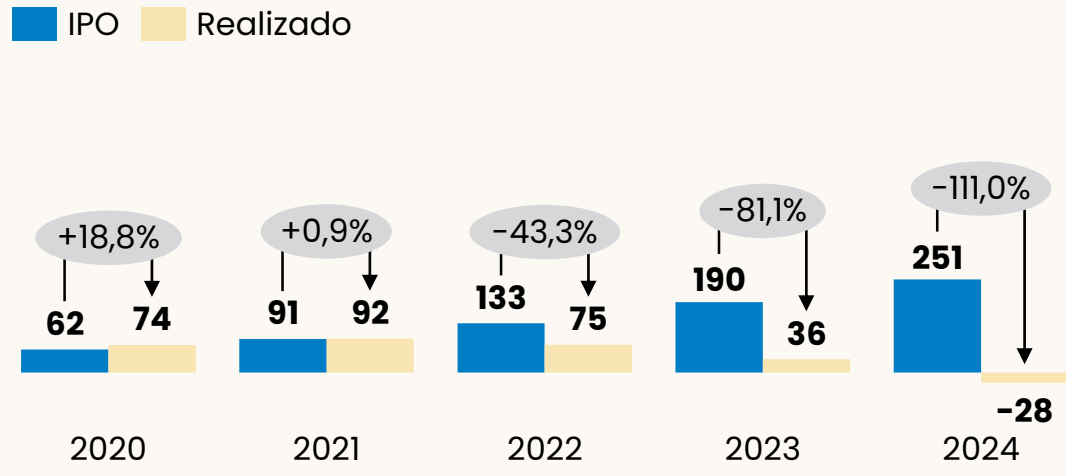
Margem Bruta (%)



EBITDA (R\$ milhões)



Lucro Líquido Contábil (R\$ milhões)

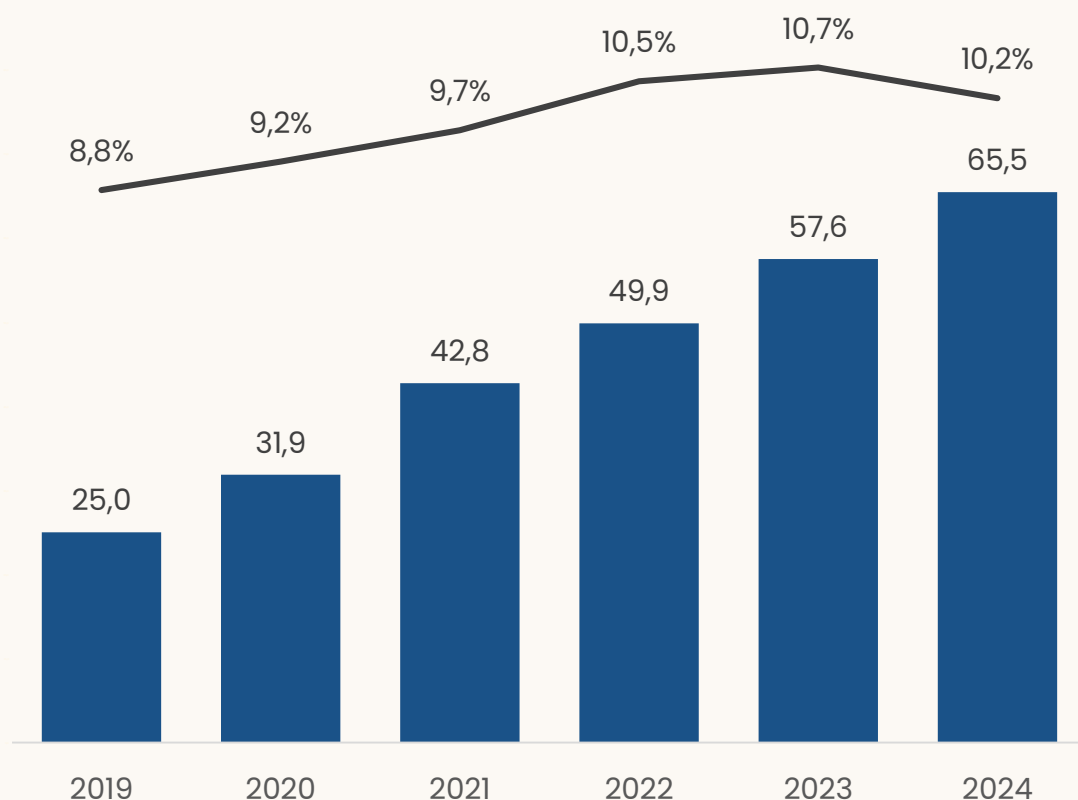


¹ Estimativas feitas pela companhia durante seu processo de abertura de capital em 2020

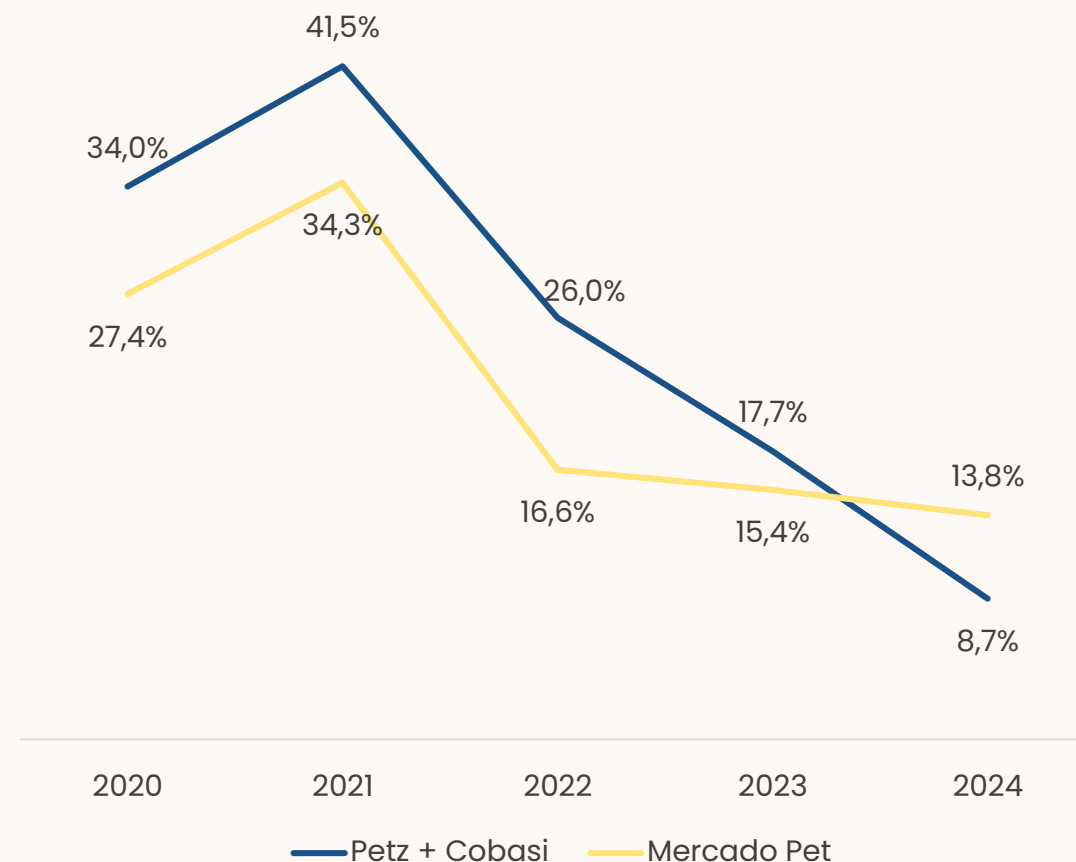
No último ano, Petz e Cobasi perderam participação de mercado

De 2019 a 2022, as empresas aumentaram a participação de mercado apresentando crescimentos acima do mercado pet. Porém, em 2023 apresentaram um crescimento em linha com o mercado, e em 2024 perderam 0,5 p.p. de share – fruto do aumento de competição, principalmente dos marketplaces

Mercado Pet (R\$ bi) e Market Share Petz + Cobasi



Taxa de Crescimento Anual: Petz + Cobasi x Crescimento do Mercado Pet



Mercado Pet como uma oportunidade, um mercado pulverizado

Diversas empresas anunciaram que estão investindo no segmento nos últimos anos, sendo muitas inclusive suportadas por fundos de investimento

Maior pet shop do interior paulista prevê 115 lojas em 2025

PetCamp celebra crescimento médio acima de 30% nos últimos cinco anos

Mesmo consolidada no setor, Leite aponta que a informalidade continua sendo o maior obstáculo da área varejista. "Nosso maior concorrente não é Petz ou Cobasi, são os informais. Empresas que não pagam impostos, vendem sem nota e reembalam produtos de forma irregular, comprometem a imagem do setor e geram riscos ao consumidor", critica.

O GLOBO  | Capital

Shopper, e-commerce de supermercado, quer agora concorrer com Petz e Petlove

Empresa que tem fundo de Cingapura como sócio lança loja de produtos pet

NEGÓCIOS

Com família Jereissati como sócia, Petland acelera franquias de bairro e evita online

CEO da rede focada em franquias do mercado pet, quarto maior player do segmento, Rodrigo Albuquerque diz à Bloomberg Línea que fusão Petz-Cobasi estimula união de pequenos comerciantes e abre oportunidade de expansão com margens mais altas

NEOFEED

ECONOMIA

PODER

WEALTH MANAGEMENT

STARTUPS

FINDE

NEOSUMMIT

VÍDEOS

Home > Negócios

EXCLUSIVO: Janguê Diniz compra fatia relevante da Popular Pet e entra no setor pet

Fundador da Ser Educacional compra fatia da Popular Pet, que tem 16 lojas na região do Vale do Paraíba, no interior de São Paulo. Plano é transformá-la na

"Atualmente, o mercado está em expansão e é muito pulverizado", diz Diniz, ao **NeoFeed**. "Estudos dizem que metade das casas hoje tem ao menos um pet. Faz sentido para o nosso portfólio estar em um mercado em expansão."

"Nosso *business plan* está desenhado para atender cidades menores, com lojas pequenas e próximas das residências, diferente dos modelos tradicionais com lojas grandes e distantes. Queremos abrir mais de 30 lojas entre 2024 e 2025", afirma Diniz.

Brazil Journal

Vídeos ▶

Metro Quadrado

Negócios

Grupo Mateus testa o mercado pet

O mercado pet deve movimentar R\$ 67 bilhões este ano, segundo o Instituto Pet Brasil. O Nordeste tem uma fatia de cerca de 20%.

Apesar do crescimento de empresas como Petz e Cobasi, 49% do faturamento do setor ainda está nas lojas de bairro.

Noticiário de negócios também reforça o domínio e expansão dos marketplaces

Investimentos bastante significativos em crescimento de receita e número de clientes através de preços baixos, entrega rápida e distribuição capilar pelo país

GESTÃO DO NEGÓCIO

.StartSe



Mercado Livre deve dominar quase 50% do e-commerce no Brasil em 2025

Com logística própria, serviços financeiros e inteligência de dados, a empresa se aproxima de um feito global e transforma a forma como os brasileiros compram online.

Atualmente, o Meli detém 40% do market share (alta anual de 14 pontos), com R\$ 140 bilhões do mercado. Em seguida vêm a Shopee, com 15%, o Magalu, com 13%, e Amazon, com 11%.

Mercado Livre anuncia combo de assinatura com Netflix, Disney+, HBO Max e Apple TV+ por R\$ 39,90

seu**dinheiro**

ÚLTIMAS NOTÍCIAS REPORTAGENS ESPECIAIS LIFESTYLE COLUNISTAS IMÓVEIS E FII ANUNCIE

DISPUTA NO E-COMMERCE

Na guerra com Mercado Livre, Shopee anuncia redução no prazo de entrega para BH, Rio e mais de 75 cidades

Na Grande São Paulo, uma em cada quatro encomendas foi entregue até o dia seguinte, enquanto 40% chegaram em até dois dias

exame.

‘É uma escolha global investir no Brasil’, diz CEO da Amazon Brasil

Com R\$ 55 bilhões investidos em uma década e 36 mil empregos gerados, a executiva vê o país como um dos mercados prioritários — mesmo diante do novo tarifaço de Trump

“Ainda temos muito espaço para crescer, e é por isso que o Brasil é uma escolha estratégica para a Amazon no mundo.”

Buscar

Pipeline



Negócios

Valor

Amazon vai passar Magalu na disputa do e-commerce, diz UBS

MERCADO &
CONSUMO

EDITORIAS MERCADO&TECH MERCADO&FOOD ESPECIAIS OPINIÃO EVENTOS

Home > E-commerce

Amazon amplia Prime com frete grátis no mesmo dia para produtos a partir de R\$ 19

Serviço de entrega gratuita no mesmo dia já está disponível para membros Prime nas regiões contempladas

Relatórios de analistas de mercado

Documentos reforçam que o mercado altamente competitivo é a principal preocupação com os resultados da Petz desde 2023

BTG Pactual – Setembro de 2025

“Após o forte crescimento durante a pandemia, o mercado pet brasileiro desacelerou, pressionado por menor demanda em itens não alimentares e **competição crescente com marketplaces como Amazon, Mercado Livre e Magalu.**”

“O estudo do BTG comparou preços de 12 produtos (alimentos e não alimentares) entre Petz, Cobasi, Petlove e os marketplaces. **Constatou que a disputa de preços é mais acirrada em itens não alimentares, onde Magalu chega a praticar valores 33% menores que a Petz.** Já em alimentos, o ambiente é mais racional: Petz e Cobasi têm preços equivalentes, e as assinaturas de fidelidade oferecem até 6% de desconto adicional frente aos marketplaces.”

“**Petlove é a mais agressiva entre as especializadas, com até -9% vs. Petz no programa de fidelidade. O setor continua desafiador, com poder de precificação limitado, alta competição e margens em queda.**”

Figure 4: BTG Pet Index - Full basket - 17.09.2025

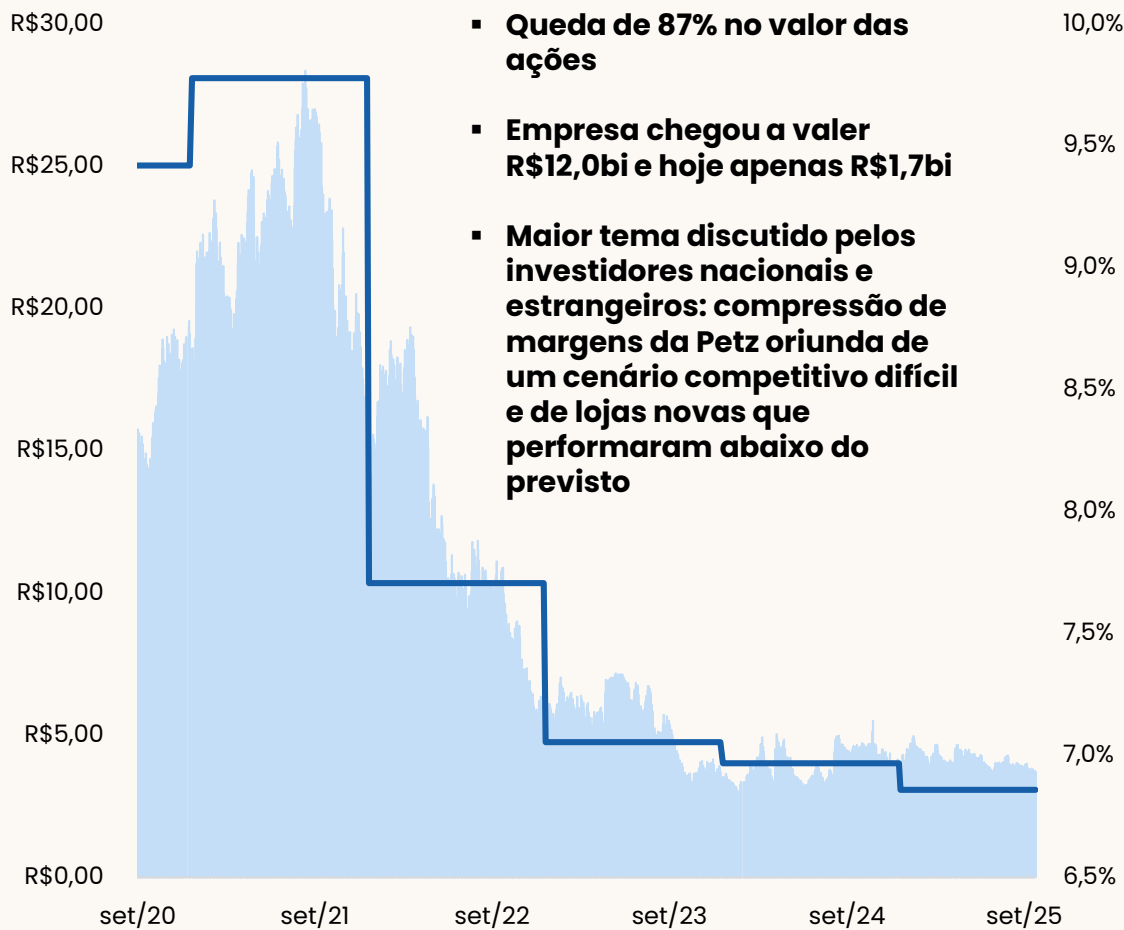
Description		Petz	Petz (Loyalty Program)	Cobasi	Cobasi (Loyalty Program)	Petlove	Petlove (Loyalty Program)	Amazon	Mercado Livre	Magazine Luiza	Average
Ração Royal Canin Medium Adult Cães Adultos 2,5kg		118.25	106.42	118.25	118.25	115.71	98.36	115.71	115.70	121.50	114.24
Ração Pro Plan Cães Adultos Raças Médias 2,5kg		117.89	117.89	125.50	112.95	117.89	106.82	125.50	112.00	117.89	117.15
Ração Premier Gatos 6 Meses a 6 Anos 1,5kg		89.90	80.91	89.90	80.91	89.90	76.42	90.00	77.88	89.90	85.08
Ração Biofresh para Cães Adultos de Raças Médias 3kg		187.99	169.19	182.90	164.61	182.90	155.47	168.99	171.99	179.56	173.73
Petisco para Cães Linguinha Purina Doguitos Pacote 45g		7.99	7.19	7.34	6.61	7.34	5.88	7.19	19.90	22.90	10.26
Cookie Premier para Gatos Adultos 40g		9.90	9.44	9.90	8.91	9.90	8.42	9.90	16.04	9.90	10.26
Biscoito Premier Cookie para Cães Adultos 250g		18.90	17.99	18.90	17.00	18.90	16.07	18.90	20.53	16.90	18.23
Areia Pipicat Ultra Dry para Gatos 12kg		176.90	176.90	176.90	176.90	181.89	154.61	171.39	156.90	128.79	166.80
Repelente Good Pet Contra Mordedura 200ml		44.19	44.19	41.50	41.50	41.50	41.50	56.90	59.15	41.50	45.77
Lenço Umedecido Pet Clean 75un		16.99	16.98	16.90	16.90	16.90	14.37	16.99	19.90	16.99	16.99
Shampoo Antipulgas Sanol 500 ml		26.50	26.09	26.50	23.85	26.50	24.65	25.42	24.10	25.83	25.49
Tapete Higiênico Clean Pads 30 unidades		117.99	106.19	109.50	109.50	121.90	103.62	83.00	67.91	73.46	99.23

Source: Companies, BTG Pactual

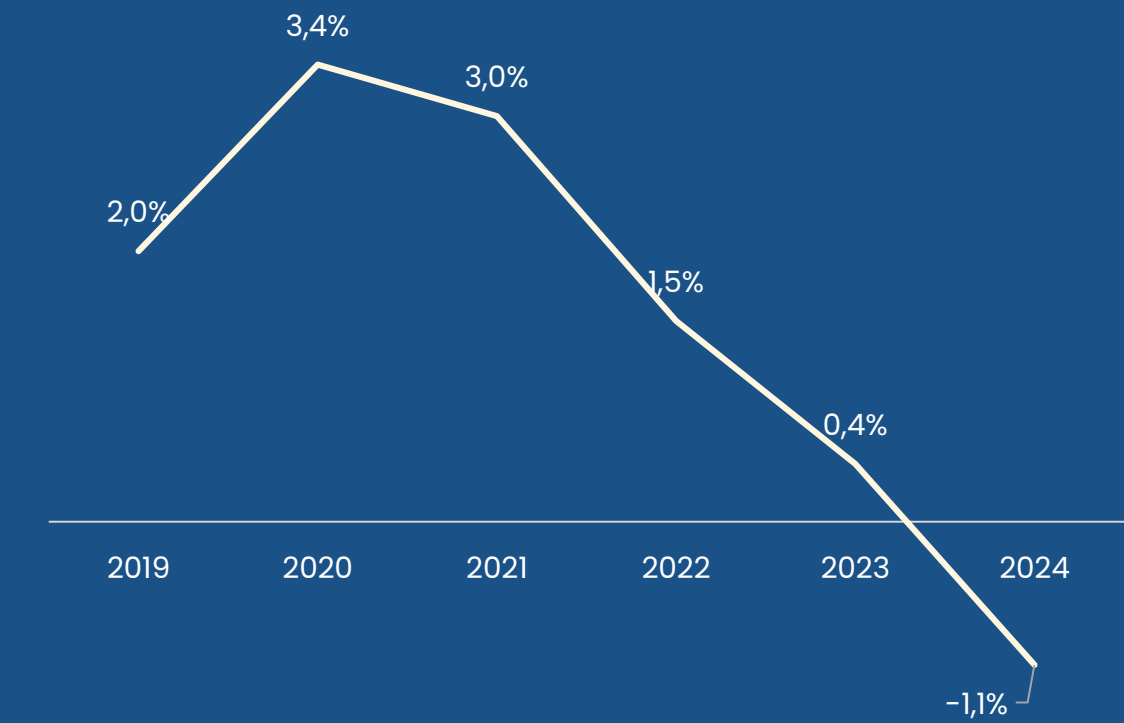
Racional da Fusão: Busca por eficiência

União de forças para, por meio das sinergias obtidas através do corte de custos e despesas, ser substancialmente mais competitivo em preços ao consumidor final, voltando a crescer market share

Performance Ação Petz x Mg. EBITDA %



Margem de Lucro da Petz ao longo dos anos



• No último ano fiscal completo (2024), houve prejuízo líquido

Petz foi eleita a empresa que mais respeita o consumidor da categoria varejo pet pela Revista Consumidor Moderno em 2025



ReclameAQUI



Índice do Reclame Aqui com nota positiva evidencia a preocupação e o cuidado no atendimento ao consumidor

Em 2025, por mais uma vez, a cia concorre ao prêmio de melhor na categoria

PROCON

Índice baixíssimo de reclamações no PROCON

0,002731% de reclamações vs pedidos entregues (8,3 milhões em 2025)

Ou seja, a cada 36.294 pedidos, 1 com reclamação

Apoio das companhias em relação à causa animal:

- * Programa Adote Petz**

Programa Adote Petz

O maior programa privado de adoção de cães e gatos do país, responsável **pela adoção de 86mil pets desde sua criação** em 2007

Adoção

-  122 lojas Petz com espaços permanentes de adoção
-  137 ONGs parceiras, apoiando projetos de adoção, terapias assistidas e animais impactados por desastres ambientais

Doação

-  Programa Válidos | Combate ao desperdício, com doação de alimentos e medicamentos próximos ao vencimento para ONGs parceiras
-  Programa de Voluntariado Corporativo | Ações sociais realizadas mensalmente em comunidades carentes, com aplicação de vacinas e preventivos, avaliação física e castrações
-  Venda de produtos com renda revertida: Livros vendidos em parceria com editora MOL
-  Venda de produtos com renda revertida: doação de 1% do lucro obtido pela venda da ração de marca própria Selections
-  Doações de clientes no momento da compra em lojas físicas | Parceria com o Movimento Arredondar

Formação

-  Programa de profissionalização e certificação das ONGs parceiras | Parceria com Phomenta

**R\$38,2
milhões**

arrecadados pelo Adote Petz desde sua criação

**R\$ 11,8
milhões**

arrecadados em parceria com a editora MOL desde o início do programa

**R\$ 6,9
milhões**

doados pela Petz em 2025



Parecer da Superintendência-Geral (SG)/CADE: Aprovação sem restrições em junho/25

Trata-se de um mercado dinâmico e competitivo, caracterizado por baixas barreiras à entrada, diversidade de modelos de negócios e forte complementaridade entre os canais físico e digital. Nesse contexto, a operação não gera riscos concorrenciais.

Mercado altamente competitivo

- Baixa barreira de entrada de novos players;
- Mercado físico é dinâmico, com muitas entradas e saídas de novos players, com entrada líquida anual de estabelecimentos pet;
- Existe grande número e diversidade de concorrentes (pet shops menores, marketplaces, supermercados, agrolojas);
- Alta rivalidade impede aumento de preços ou redução de qualidade sem perda significativa de market share

Mercado online e competição marketplaces

- Marketplaces facilitam entrada e digitalização de pequenos vendedores, aumentando rivalidade do segmento;
- Não há pressão competitiva suficiente para evitar abuso de poder de mercado;
- Operação pode gerar ganhos de eficiência (maior poder de compra, sinergias de despesas) → potencial de preços mais baixos no geral o que seria altamente benéfico aos consumidores;
- O online segue sendo bastante agressivo em preços e tal competitividade tende a disciplinar preços e repassar sinergias aos consumidores.

Conclusão

- Setor está em crescimento acelerado, o que reduz risco de poder de mercado.
- **Decisão: aprovação sem restrições, pois não foram identificados riscos concorrenciais.**

Estratégias do Terceiro Interessado (Petlove): Conflito de interesse, mentiras e único objetivo: defender interesses próprios

Entrevista concedida por Talita Lacerda ao Show Business, da Rádio Jovem Pan, em 10.3.2025.
Disponível em: YouTube.



A CEO da Petlove, Talita Lacerda, afirmou nesta segunda-feira, 18, em entrevista ao portal Money Times que a fusão entre Petz e Cobasi representa “o movimento mais nocivo que o mercado pet já enfrentou”. A executiva da empresa que entrou como terceira interessada contra a fusão no CADE, no entanto, parece ter mudado de ideia. Ano passado, em outra declaração à imprensa, afirmou, sobre as tentativas de fusão, ver o movimento com bons olhos. “O mercado é grande e muito fragmentado. Metade dele está com players independentes, então eu acho que se vier um movimento do tipo será positivo. Não tem nenhum aspecto particular em relação a esse movimento competitivo que nos preocupe.” Mudou o mercado ou mudou Talita?



[Entrevistador – “Como é que você vê a união da Cobasi e da Petz?”]
A gente entende como uma consolidação super importante do setor, né.

[Entrevistador – “Mas você acha que prejudica? Vocês, o setor?”]
Acho que não porque, enfim, a Petlove, a gente sempre fez o diferente. A gente lançou o primeiro e-commerce para pets do Brasil, o primeiro aplicativo para pets, o primeiro plano de saúde, o primeiro marketplace de serviços... Então, para a gente foi muito sobre como ser diferente e como resolver a dor do pet. Então, a gente, na verdade, é muito preocupado com a Petlove, como a Petlove pode surpreender o tutor, democratizar o acesso à saúde. Então, pra gente, a gente entende que, né, continua o jogo e, enfim, a competição sempre tem um papel muito importante, também, de manter a gente atento, fazendo melhor, não deixar a gente se acomodar.

Estratégias do Terceiro Interessado (Petlove): Conflito de interesse, mentiras e único objetivo: defender interesses próprios

Márcio Waldman, fundador da Petlove

Entrevista ao canal Neofeed, em 03 de maio de 2024.

“Eu vejo [a competição] com muita tranquilidade. Eu sempre acreditei no mercado pet, eu acho que é um mercado hoje de, depende da referência, mas **alguns falam de R\$ 70 bilhões, ano né? É um mercado gigante, é um mercado que cresce.** [...] Então eu acho que é um mercado gigante, que ainda não atingiu o seu potencial e que vai crescer muito mais ainda e que tem lugar para todo mundo. **E todas essas questões que você falou de movimentações no mercado pet [fusão entre Petz e Cobasi], eu vejo com a maior naturalidade possível, mostrando a potência e a resiliência desse mercado.**”



Obrigado

Programa Adote Petz (exemplos)



“Graças ao apoio da Petz e da MOL Impacto, conseguimos alcançar uma grande conquista: a construção de um muro ao redor de toda a nossa instituição. Essa obra trouxe mais segurança, tranquilidade e bem-estar para os animais resgatados, reduzindo o barulho e proporcionando um ambiente mais acolhedor para todos. Parcerias como essa são fundamentais para seguirmos firmes em nosso propósito de proteção e cuidado com os animais. Obrigada por acreditarem na nossa missão e caminharem conosco!”

Priscilla Finamore, fundadora da Associação Amigos dos Animais de Louveira (SP) (AMALO)



Programa Adote Petz (exemplos)



+86 mil
pets adotados
nas lojas



Ação Social Gaviões da Fiel

Ação realizada em parceria com a Torcida Gaviões da Fiel, com o objetivo de atender animais das comunidades do Gato (SP), Moinhos (SP) e Prates (SP).

+270
atendimentos entre cães e gatos



MRSC

Marco de R\$ 1 milhão doado pela MOL Impacto em quatro anos de parceria com a Organização Moradores de Rua e Seus Cães (MRSC).

+ R\$ 1 milhão
doado à MRSC



Ações para o Rio Grande do Sul

Em 2024, realizamos uma série de ações durante as enchentes do Rio Grande do Sul, com três focos principais: ações pela causa animal, pelos colaboradores Petz e pelos moradores do estado. Saiba mais detalhes no [Relatório de Sustentabilidade da Petz de 2023](#).

+ 67,7 mil
itens doados pelo Grupo Petz

Pesquisa de Mercado Independente Instituto Provokers

1.039 entrevistas em mais de 50 cidades

Outubro de 2025

Multiplicidade de canais de compra

A compra de produtos pet é realizada em sua maioria mixando compras em lojas físicas e canais online. Entre aqueles que compram em loja física, os principais tipos de lojas são o petshop/loja de bairro, seguido de supermercado, grandes redes e casa de ração. Já na compra online, o destaque fica com grandes lojas especializadas e market places.

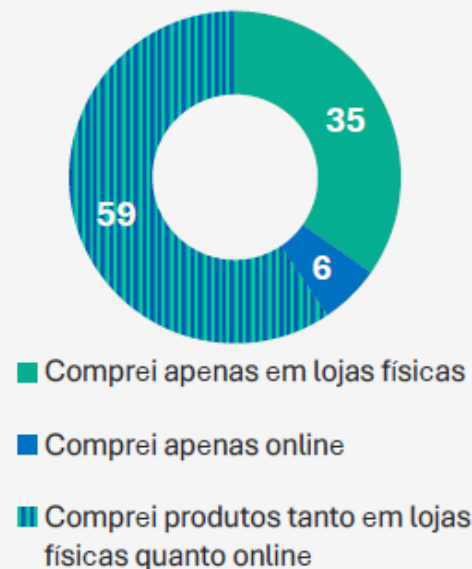
Em quais **lojas online** comprou produtos para seu animal de estimação no último ano: (%)



Em média compram em 2,5 tipos de lojas

Base respondente: 773 (comprou em loja online)

Tipos de loja que comprou produtos para seu animal de estimação no último ano: (%)



Base respondente: 1039 (total da amostra)

Em quais **lojas físicas** comprou produtos para seu animal de estimação no último ano: (%)



Em média compram em 2,5 tipos de lojas

Base respondente: 990 (comprou em loja física)

Seleção dos três aspectos mais importantes no processo de decisão de compra



Preços mais baixos e confiança no estabelecimento seguem sendo muito relevantes quando mapeamos as demais colocações.

Base respondente: 1039 (total da amostra)

P21. O que é mais importante para você quando vai decidir onde comprar produtos para seu animal de estimação? E o segundo mais importante? E o terceiro?