

2026

EDIÇÃO 001

MARKETING VIEWER

TENDÊNCIA &
COMPORTAMENTO



MERCADO PET



CURSO BRANDING CLASS

PENSE
MARCA



HELLO, CONHECIMENTO

NASCEMOS PARA – E PELO – CONHECIMENTO.

Mercado, pessoas e marcas são o que nos move. É o que nos faz feliz. Acreditamos no simples. Simples como direção. Simples como clareza. Simples como aquilo que permanece. É isso que buscamos. É isso que construímos todos os dias.

Apresentamos a Marketing Viewer. Literalmente, “observador de marketing” ou “visualizador de marketing”. Na prática, é sobre ir além do olhar: é enxergar com profundidade, interpretar movimentos, compreender comportamento e transformar informação em direção.

Ver antes, entender melhor, construir com mais consciência. Compartilhar conhecimento, para nós, é compartilhar felicidade.

Pense marca.

– VERA MÜLLER | MARKETING VIEWER

HISTÓRIAS SE CONSOLIDAM COMO A PRINCIPAL FORÇA DE ESCOLHA DO CONSUMIDOR CONTEMPORÂNEO.

Em um mundo de acesso imediato, o consumo ganha significado a partir do que está por trás: **origem, intenção e verdade.**

HISTÓRIAS OCUPAM O CENTRO DESSA RELAÇÃO.

Histórias conectam.
Histórias despertam interesse.
Histórias criam valor



TENDÊNCIA &
COMPORTAMENTO



Uma marca se revela nos bastidores, nos processos, nas pessoas e nos detalhes. Cada elemento constrói uma narrativa viva, capaz de aproximar e envolver.

A ESCOLHA SE TRANSFORMA

Entre opções semelhantes, ganha espaço aquela que carrega identidade, propósito e coerência.

A DECISÃO SE TORNA EMOCIONAL, CULTURAL E RELACIONAL.

TENDÊNCIA &
COMPORTAMENTO



HISTÓRIAS ATRAVESSAM TUDO



CONTEÚDO

PRODUTO

LOJA



EXPERIÊNCIA

Cada ponto de contato aprofunda
a relação e fortalece a confiança.

Mais do que contar,
AS MARCAS REVELAM.
MAIS DO QUE
APRESENTAR,
ENVOLVEM.

MARKETING
VIEWER

O consumo evolui para uma
escolha com contexto.

**E, NO FIM, PERMANECE O
QUE FOI SENTIDO,
COMPREENDIDO É VIVIDO.**

**O MERCADO PET
VIROU UM DOS
MAIORES DO MUNDO.
E O MOTIVO NÃO É
ECONÔMICO.
É EMOCIONAL.**

MERCADO PET

O mercado pet deixou de ser sobre animais. E passou a ser sobre vínculos.

Em um mundo mais acelerado e digital — impulsionado pela pandemia — os pets ganharam um novo papel na vida das pessoas.

Durante esse período, milhões de lares passaram a conviver mais tempo dentro de casa, fortalecendo a relação com seus animais e ampliando o olhar de cuidado.

O resultado é claro: mais adoções, mais presença e mais investimento emocional e financeiro no bem-estar dos pets.

Hoje, eles ocupam um novo espaço: rotina, afeto, equilíbrio e estabilidade emocional. Eles não são mais companhia. São parte da estrutura emocional das pessoas.

E isso muda tudo.

Muda o consumo.
Muda o ticket.
Muda a expectativa.

**PENETRAÇÃO
NO BRASIL:**

+70% DOS LARES
BRASILEIROS
TÊM PETS

CHEGANDO
A MAIS DE **50** MILHÕES DE
DOMICÍLIOS

Fonte: IBGE (2022) + Abinpet (2023)



MERCADO PET

Hoje, o consumidor não compra ração. Compra cuidado. Não compra produto. Compra presença – mesmo quando está longe.

Segundo a WGSN, o consumidor de 2026 valoriza pequenas fontes de felicidade no dia a dia – os “minorstones” – e os pets estão no centro desses momentos de cuidado e bem-estar.

O mercado pet cresce porque entrega algo que poucos mercados conseguem: conexão emocional real.

E marcas que entendem isso deixam de vender produto e passam a construir relação.

+R\$ 60
BILHÕES POR ANO
CRESCIMENTO CONTÍNUO

Fonte: Abinpet (2023) /
Instituto Pet Brasil (2023)



MERCADO PET

MERCADO GLOBAL:

+US\$ 350
BILHÕES POR ANO.

Um dos setores que mais cresce no mundo

BRASIL NO RANKING GLOBAL:

BRASIL ESTÁ ENTRE OS
3 MAIORES MERCADOS
PET DO MUNDO

Ao lado de EUA e China

Fonte: Euromonitor International (2024)



MARKETING
VIEWER

O CRESCIMENTO DO MERCADO PET TAMBÉM VEM DE UMA MUDANÇA SOCIAL:

Efeito do ninho vazio:

Filhos saem de casa e o pet ocupa um novo lugar emocional.

Novas dinâmicas de vida:

Lares menores e mais pessoas morando sozinhas.



73%

DAS PESSOAS CONSIDERAM SEUS PETS COMO FAMÍLIA

ESSE DADO EXPLICA O CRESCIMENTO DO SETOR

Fonte: Nielsen (2022)



+ 60%

DOS DONOS GASTAM MAIS COM BEM-ESTAR DOS PETS

Alimentação premium
Experiência

Saúde
Tecnologia

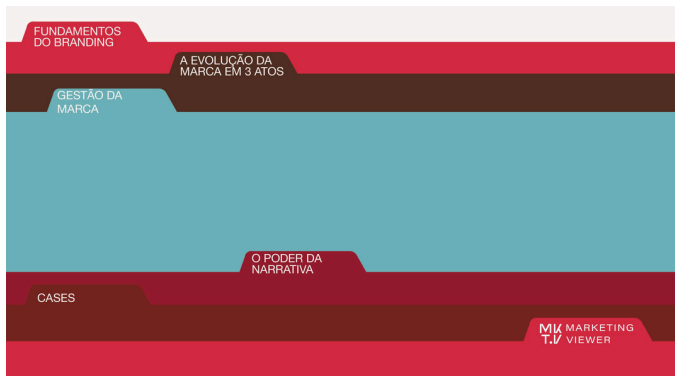
Fonte: PwC (2023)



CURSO BRANDING CLASS

Construir uma marca é uma jornada com
pensamento, direção e estratégia.

E MÉTODO EXIGE APLICAÇÃO.

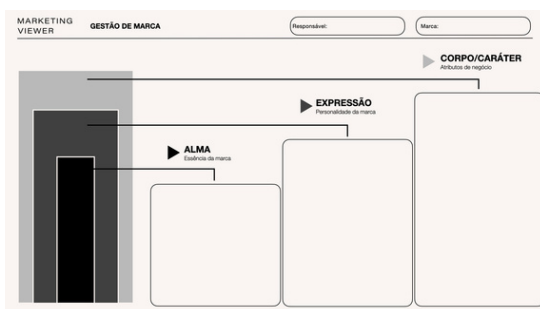


4 MÓDULOS QUE GUIAM A CONSTRUÇÃO DA MARCA:
FUNDAMENTOS DO BRANDING.
A GESTÃO DA MARCA.
A EVOLUÇÃO DA MARCA EM 3 ATOS.
O PODER DA NARRATIVA.

CLAREZA DIRECIONAL.
DISCIPLINA SUSTENTA.
CONSISTÊNCIA CONSTRÓI.

VOCÊ VAI CONSTRUIR:

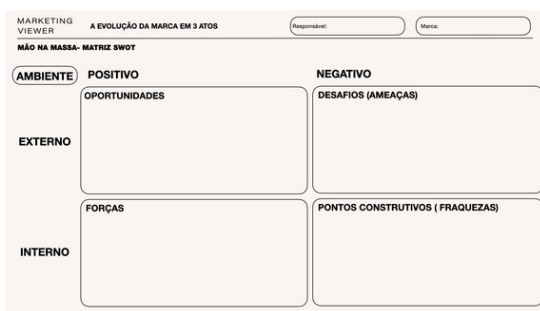
- Propósito e clareza estratégica.
- Posicionamento e cenário.
- Missão, visão e valores.
- Comunicação e percepção.
- Poder da narrativa.
- Persona da marca.
- O que a marca é e o que não é.
- Plataforma da marca.



COM 20 FERRAMENTAS PRÁTICAS



- Clareza • Disciplina • Consistência.
- Construção de propósito.
- Matriz SWOT.
- Plataforma de marca.



VOCÊ APRENDE E APLICA NA SUA MARCA.



CASES REAIS COM CLIENTES DA MARKETING VIEWER

Marcas construídas com método,
estratégia e consistência.



TEMPLATE DE BRAND BOOK

Um guia orientativo para alinhar, com
todos os públicos, os pilares da marca.
Você constrói o brand mindset: a
habilidade de pensar a marca.

REFERÊNCIA PARA PENSAR E
DECIDIR MELHOR.

CLAREZA

para decidir

DISCIPLINA

para executar

CONSISTÊNCIA

para construir valor

CLAREZA

para decidir

DISCIPLINA

para executar

CONSISTÊNCIA

para construir valor

CURSO
**BRANDING
CLASS**

POR VERA MÜLLER

Já disponível no link:
<https://hotm.io/branding-class>

MARCAS ICÔNICAS -
@marketing_viewer



2026

EDIÇÃO 001

MARKETING VIEWER

PENSE
MARCA