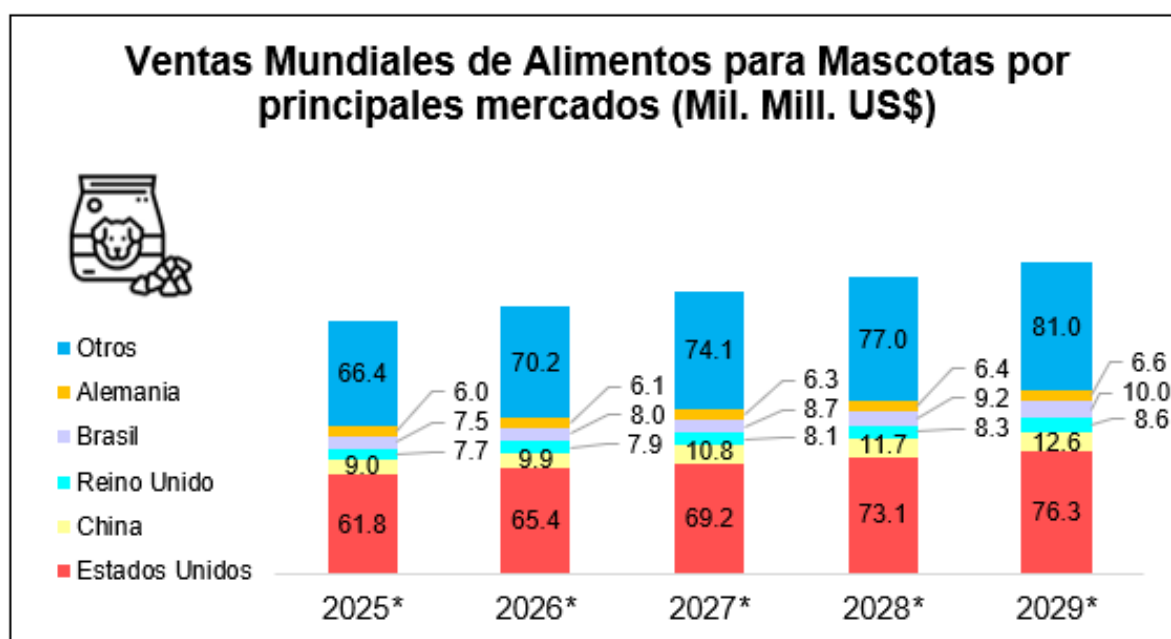
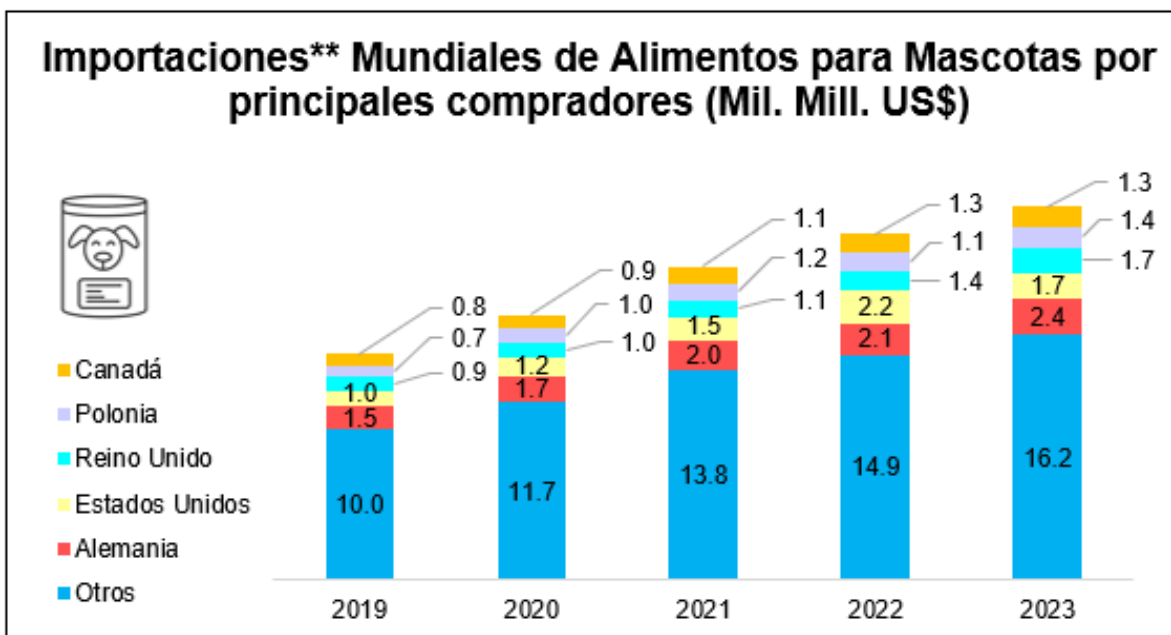


Fuente: Statista

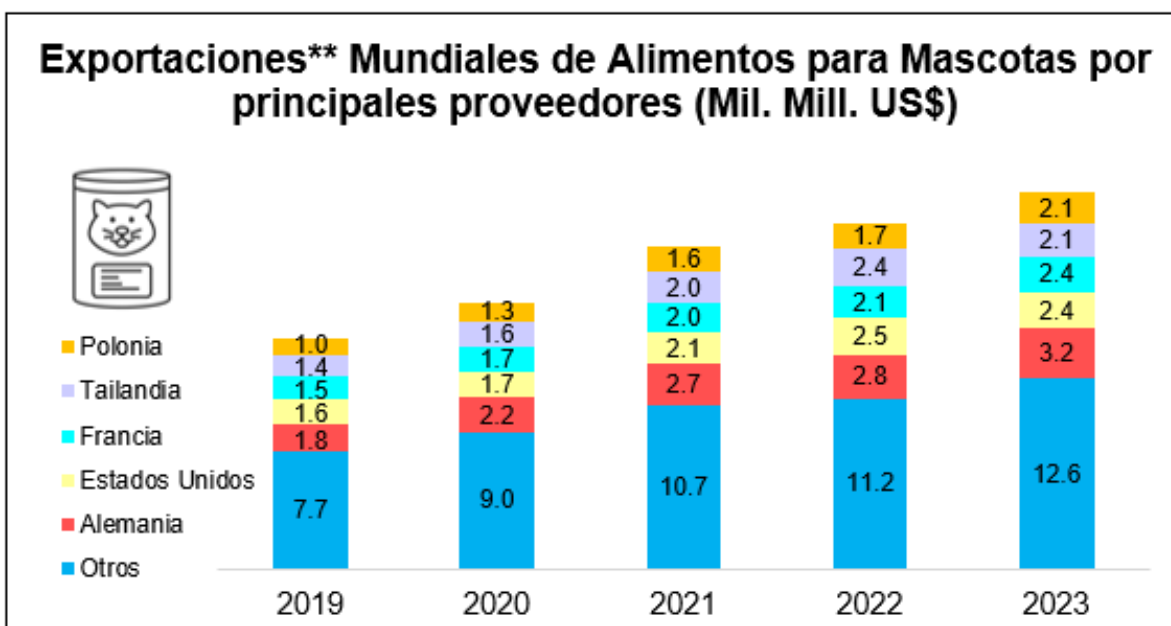


Fuente: Statista



\*\* Se consideraron solo las subpartidas de alimentos para perros y gatos: 230910.

Fuente: Trade Map



\*\* Se consideraron solo las subpartidas de alimentos para perros y gatos: 230910.

Fuente: Trade Map

### Mercado mundial de alimentos para mascotas

El mercado de alimentos para mascotas cubre alimentos para perros y gatos, así como para otras mascotas domésticas, como roedores, aves y reptiles. La alimentación de los animales de granja no está incluida.

En 2025, las ventas mundiales de alimentos para mascotas alcanzarían los US\$ 158.4 mil millones. Se espera que al 2029 el sector alcance ventas por US\$ 195.2 mil millones, con un crecimiento promedio anual de 5.4% entre 2025 y 2029.

Los principales mercados para el sector de alimentos para mascotas en 2025 serían Estados Unidos, China, Reino Unido, Brasil y Alemania. Estos cinco mercados acumularían el 39.0% de las ventas mundiales en 2025.

En 2025, Estados Unidos sería el país con mayores ventas internas de alimentos para mascotas, con una facturación de US\$ 61.8 mil millones (39.0% de las ventas mundiales). Se estima que para 2029 alcanzaría los US\$ 76.3 mil millones y crecería a una tasa promedio anual de 5.4% entre 2025 y 2029.

China sería el segundo país con mayores ventas internas en 2025 (US\$ 9.0 mil millones). Se estima que para 2029, alcanzaría los US\$ 12.6 mil millones y tendría una tasa de crecimiento promedio anual de 8.8% entre 2025 y 2029 (la más alta entre los 5 principales mercados).

Asimismo, Reino Unido alcanzaría la tercera posición en 2025 por un valor de US\$ 7.7 mil millones. Sin embargo, a partir de 2026 sería superado por Brasil, el cual llegaría a los US\$ 10.0 mil millones en 2029, con una tasa de crecimiento anual de 7.6% entre 2025 y 2029.

### Importaciones mundiales de alimentos para mascotas

En el caso de las importaciones de alimentos para mascotas, sólo se consideraron para el análisis las subpartidas que corresponden a alimentos para perros y gatos, incluidas dentro de la subpartida 230910. Las importaciones mundiales de estas alcanzaron los US\$ 24.7 mil millones en 2023 y registró una tasa de crecimiento promedio anual de 13.4% entre el 2019 y 2023.

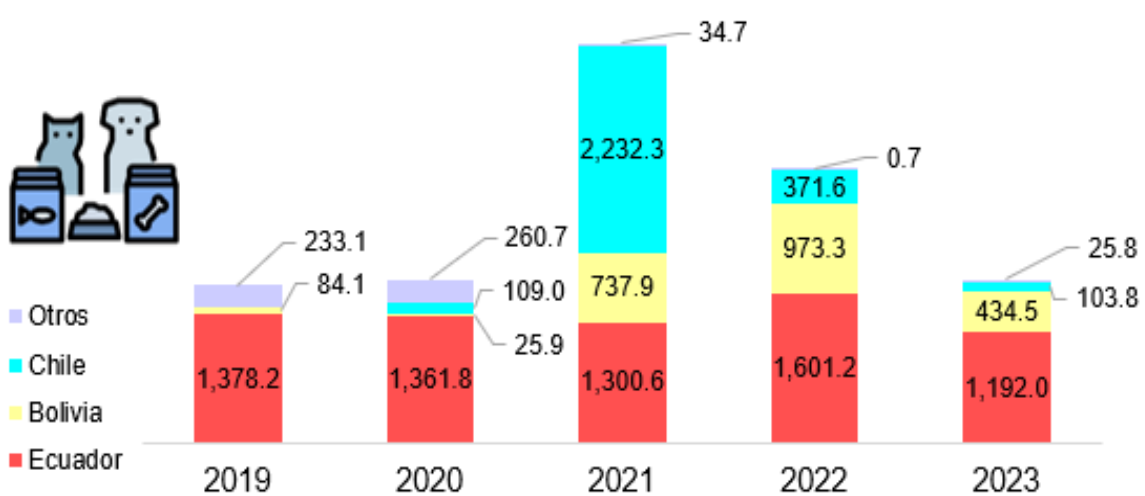
En 2023, los principales países importadores de alimentos para mascotas fueron Alemania, Estados Unidos, Reino Unido, Polonia y Canadá, los cuales registraron compras acumuladas por US\$ 8.5 mil millones (34.5% de las importaciones mundiales del sector).

Alemania fue el principal país importador de alimentos para mascotas en 2023 (US\$ 2.4 mil millones o 9.7% del total importado) y tuvo un crecimiento promedio anual de 12.2% en el periodo 2019-2023.

Estados Unidos, que alcanzó los US\$ 1.7 mil millones importados en 2023, fue el segundo comprador mundial de alimentos para mascotas (6.9% del total de compras mundiales) y registró un incremento promedio anual de sus importaciones de 13.4% entre 2019 y 2023. Sin embargo, en 2023 las importaciones estadounidenses de alimentos para mascotas disminuyeron 21.3% frente al valor registrado en 2022.

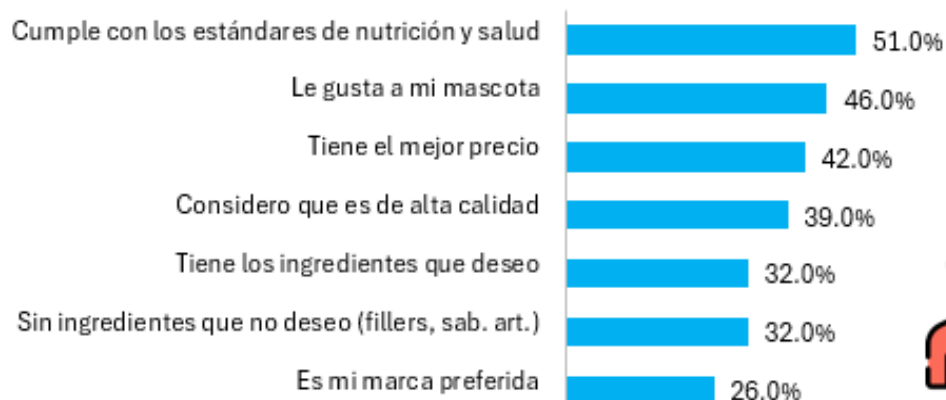
Polonia creció a una tasa promedio anual de 19.2% entre 2019 y 2023, siendo la mayor tasa registrada entre los cinco principales importadores de alimentos para mascotas en el periodo estudiado.

## Exportaciones\*\* peruanas de Alimentos para Mascotas por principales destinos (Mil. US\$)



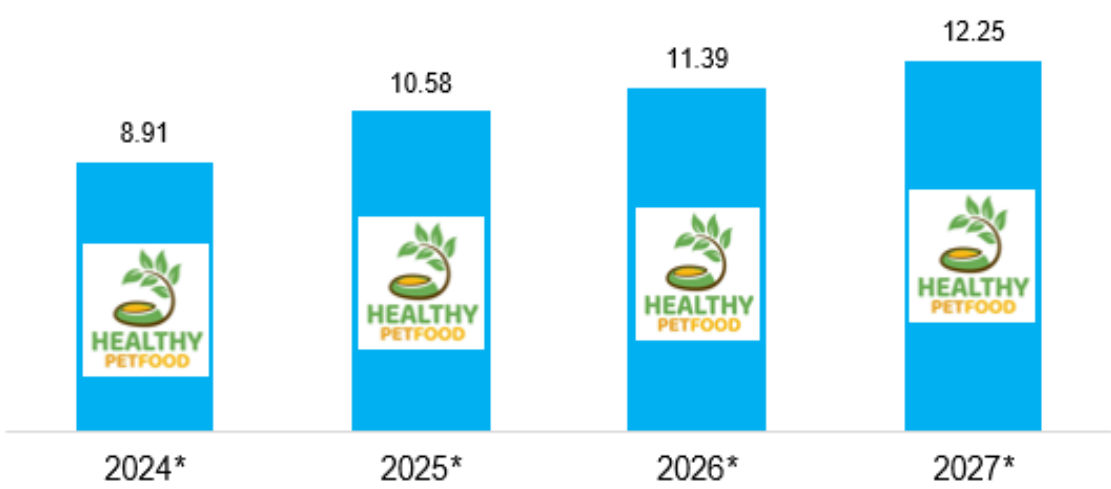
\*\* Se consideraron solo las subpartidas de alimentos para perros y gatos: 230910.  
Fuente: Adex Data Trade

## Principales factores al seleccionar Alimentos para Mascotas en Estados Unidos 2021 (part. % encuestados)



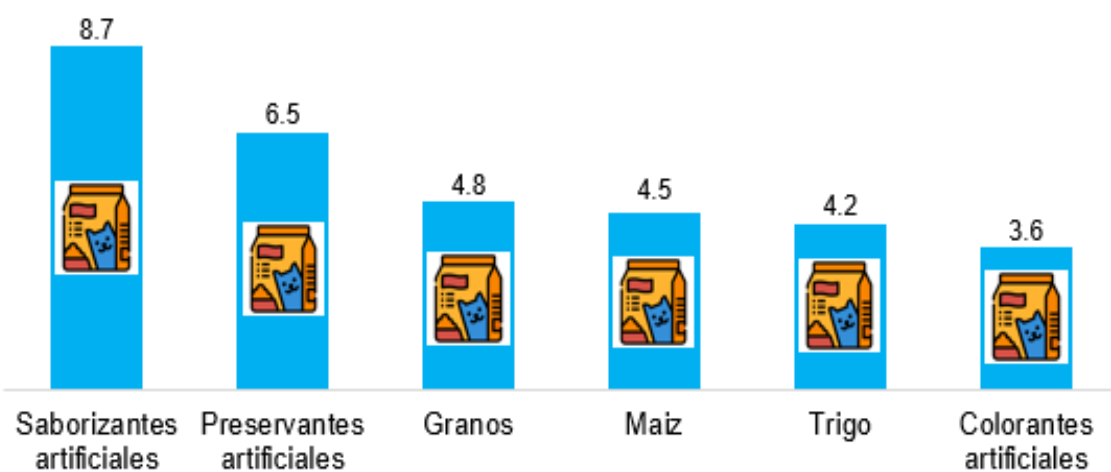
Los *fillers* son ingredientes de bajo valor nutricional que se agregan principalmente para abaratar costos y aumentar el volumen del producto (ejm.: maíz, trigo, soya, subproductos animales, etc.).  
Fuente: Statista / IRI

## Ventas de Alimentos Naturales para Mascotas en Estados Unidos (Mil. Mill. US\$)



Fuente: Statista

## Ventas de Alimentos para Mascotas "libres de" en Estados Unidos, por tipo de declaración en 2021 (Mil. Mill. US\$)



Fuente: Statista

## Exportaciones mundiales de alimentos para mascotas

En cuanto a las exportaciones de alimentos para mascotas, sólo se incluyeron las subpartidas que corresponden a alimentos para perros y gatos, incluidas dentro de la subpartida 230910. En base a ello, los principales exportadores de alimentos para mascotas fueron Alemania, Estados Unidos, Francia, Tailandia y Polonia. Estos cinco concentraron el 49.2% de las exportaciones mundiales (o US\$ 12.2 mil millones) en 2023.

Alemania fue el principal exportador de productos alimenticios para mascotas en 2023 (US\$ 3.2 mil millones o 12.9% del total exportado), con un crecimiento promedio anual de 15.2% entre 2019 y 2023. Además, el valor exportado en 2023 significó un aumento de 12.9% frente al 2022.

En 2023, Estados Unidos se posicionó como el segundo exportador de alimentos para mascotas. En este año, su valor exportado se redujo en 3.8% interanual y alcanzó los US\$ 2.4 mil millones (o 9.7% de las exportaciones mundiales). En promedio, entre 2019 y 2023, Estados Unidos creció anualmente a una tasa promedio de 10.2%.

## Exportaciones de alimentos para mascotas de Perú

Para el análisis de las exportaciones peruanas de alimentos para mascotas, sólo se consideraron las subpartidas que corresponden a alimentos para perros y gatos, incluidas dentro de la subpartida 230910, las cuales alcanzaron los US\$ 1,8 millones en 2023 (-40.4% frente al 2022). Entre 2019 y 2023, las exportaciones crecieron a una tasa promedio anual de 0.9%.

Los 3 principales destinos de los envíos peruanos fueron Ecuador, Bolivia y Chile, los cuales acumularon el 98.5% del total exportado en 2023.

Entre 2019 y 2023, destacó el incremento de los envíos hacia Bolivia, con una tasa de crecimiento promedio anual de 50.8%.

## Tendencias

### 1. Humanización de Mascotas

Esta tendencia se manifiesta a través del trato de "miembro de familia" que los dueños brindan a sus mascotas.

En 2020, según Statista, había más hogares estadounidenses con mascotas que con niños, siendo los perros y gatos los más populares. En 2021, la proporción de hogares estadounidenses con niños menores de 18 años disminuyó al 40.0%, mientras que los hogares con mascotas aumentaron al 70.0%. La pandemia aceleró esta tendencia, dado que muchas personas adoptaron a mascotas como compañía durante los periodos de confinamiento.

Estos cambios han generado el aumento en la compra de productos personalizados para mascotas, incluyendo golosinas, regalos en festividades y productos premium para mascotas. Según Statista, se estimó que, en 2021, se gastaron alrededor de US\$ 1.3 mil millones en regalos de San Valentín para mascotas en Estados Unidos.

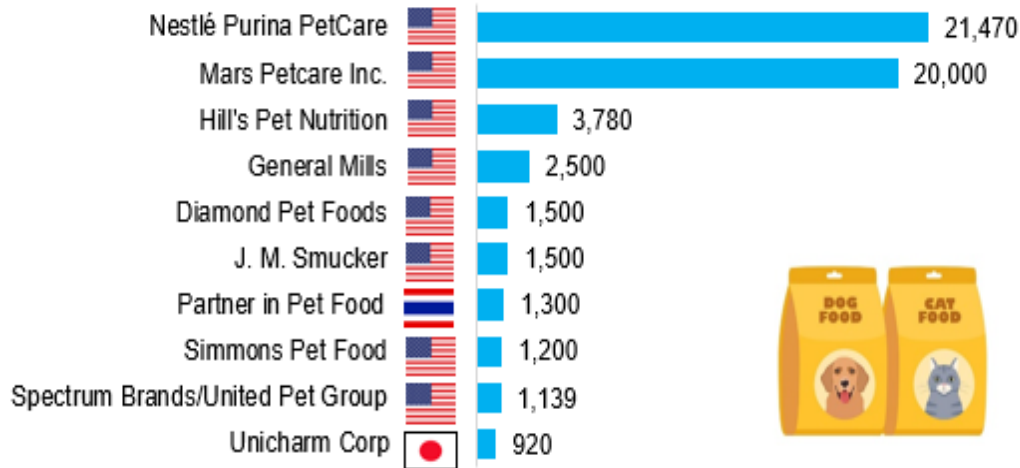
### 2. Creciente demanda de alimentos saludables

Existe una preferencia creciente por alimentos para mascotas que estén basados en productos naturales, orgánicos y de calidad.

Se prevé que las ventas de alimentos naturales para mascotas en Estados Unidos superen los \$12 mil millones para 2027 y representarían más del 15% del mercado total estadounidense, según Statista.

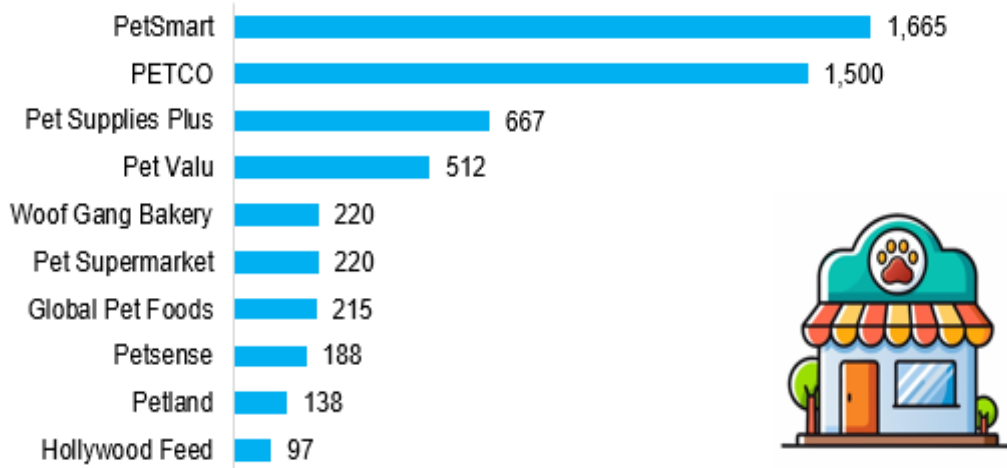
Los alimentos frescos y con menos ingredientes procesados han ganado popularidad. Un ejemplo de ello es el mercado de productos "libres de", donde destacan productos sin saborizantes artificiales, preservantes artificiales, colorantes artificiales y *fillers* (ingredientes de bajo valor nutricional que se agregan, principalmente,

## Principales Empresas de Alimentos para Mascotas a nivel Mundial, según ingresos 2023 (Mill. US\$)



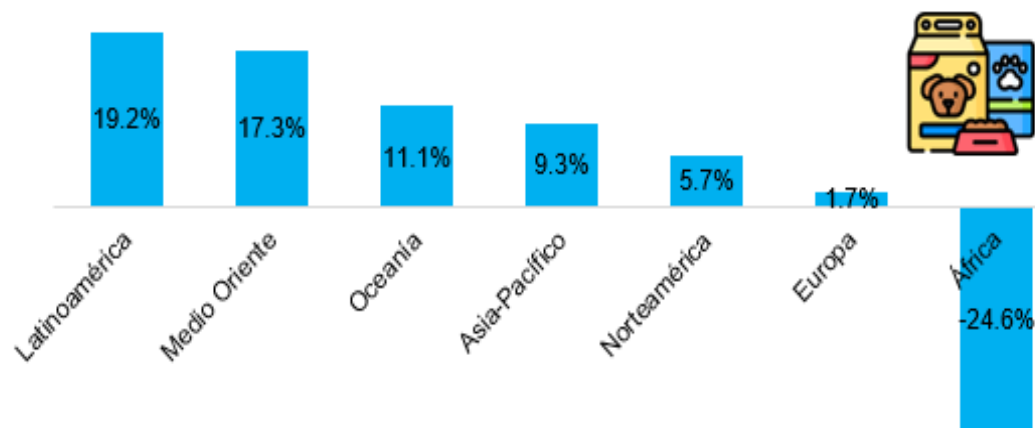
Fuente: Statista / Petfood Industry / WATT Global Media

## Principales Cadenas Especializadas para Mascotas en Norteamérica 2023 (Número de tiendas)



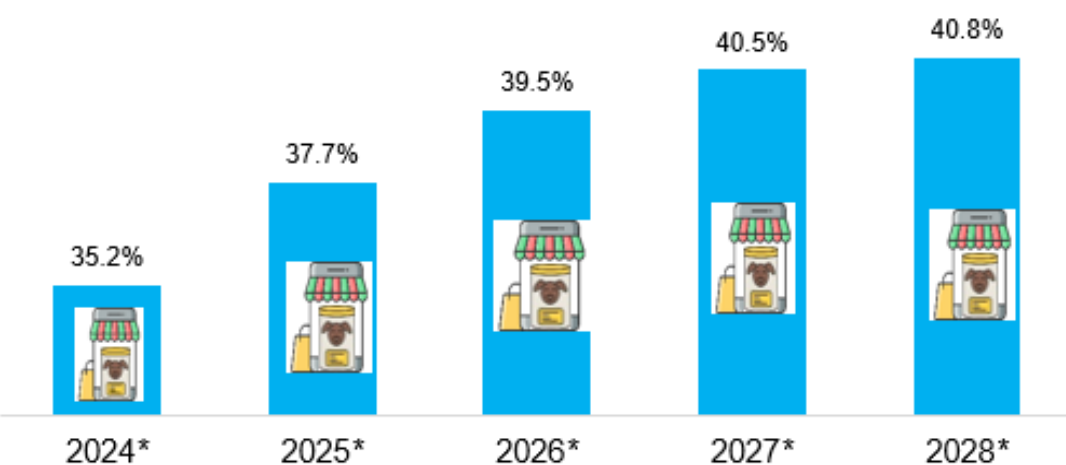
Fuente: Statista / Pet Business

## Crecimiento del Volumen de Alimentos para Mascotas producidos a nivel mundial, por región 2022



Fuente: Statista / Alltech

## Ventas Mundiales de Alimentos para Mascotas vía comercio electrónico (part. % ventas totales)



Fuente: Statista

**Nota:** \*Los valores del año 2024 en adelante son estimaciones de venta. Todos los valores de venta mostrados se refieren al valor minorista e incluyen impuestos sobre las ventas.

<sup>(1)</sup> BARF (Biologically Appropriate Raw Food) es un tipo de dieta a base de alimentos frescos y crudos como carne, huesos, frutas, verduras y hortalizas, huevos, hierbas, lácteos y semillas.

para abaratar costos y aumentar el volumen del producto, utilizando mayormente maíz, trigo, soya, granos, subproductos animales, entre otros). En el caso del mercado estadounidense, los alimentos para mascotas sin sabores artificiales y sin preservantes artificiales fueron los productos más vendidos en la categoría "libre de", alcanzando ventas superiores a los US\$ 15 mil millones en 2021, según información de Statista.

Esta tendencia ha sido capitalizada por empresas como *Freshpet*, de origen estadounidense, a través de la oferta de productos cocinados con ingredientes naturales y mínimamente procesados, los cuales permiten a los consumidores acceder a comidas refrigeradas para sus mascotas.

Asimismo, existe una demanda creciente por opciones veganas y basadas en plantas para mascotas. El principal reto para las empresas es equilibrar la demanda por productos naturales y saludables con la necesidad de cumplir con los requisitos nutricionales específicos de cada especie. Actualmente, se están desarrollando alternativas de alimentos basados en plantas para perros, especialmente en Estados Unidos y Europa.

Actualmente se están integrando ingredientes vegetales que proveen proteínas completas, ácidos grasos esenciales y otros nutrientes vitales. Inclusive, algunas marcas están desarrollando suplementos especializados para asegurar que las mascotas reciban todos los nutrientes esenciales como la taurina (esencial para los gatos), vitamina B12 y ácidos grasos omega-3.

En esa línea, destaca la marca Yarrow, de los Países Bajos, la cual ofrece una línea de alimentos veganos tanto para perros como para gatos, basados en ingredientes orgánicos, y respetuosos con el medio ambiente, los cuales cuentan con aditivos nutricionales, como taurina, vitamina B12, E, D3, entre otros.

### 3. Tendencias en dietas específicas

La popularidad de dietas BARF<sup>(1)</sup>, cuyo enfoque nutricional para perros y gatos se basa en la alimentación con alimentos crudos y naturales; y el uso de alimentos específicos para condiciones particulares de salud (como la diabetes) están en aumento.

La empresa *Just Food For Dogs* de EE.UU., ofrece alimentos especializados bajos en proteínas y en grasas para mascotas. Estos productos brindan soportes a problemas renales, hepáticos, metabólicos, entre otros.

### 4. Aumento del Comercio Electrónico

Aunque las tiendas físicas siguen siendo el principal canal de compra, se espera que las ventas en línea de alimentos para mascotas alcancen un 35.2% del mercado mundial para fines del 2024 (Statista, 2024). En el caso de Estados Unidos, se estima que la participación de ventas digitales alcance el 16.0% de las ventas totales de este tipo de alimentos.

Las generaciones de consumidores más jóvenes prefieren comprar alimentos para mascotas en línea, con un notable interés en productos "humanizados".

Además, las suscripciones de compras en línea dirigidas a los alimentos para mascotas se han convertido en una elección destacada para los consumidores. Empresas como *Nom Nom*, ofrecen recomendaciones y asesorías para crear un plan alimenticio único y basado en las necesidades de cada mascota. Estas opciones permiten la personalización y elección de ingredientes al comprar en línea según las necesidades dietéticas de sus mascotas.