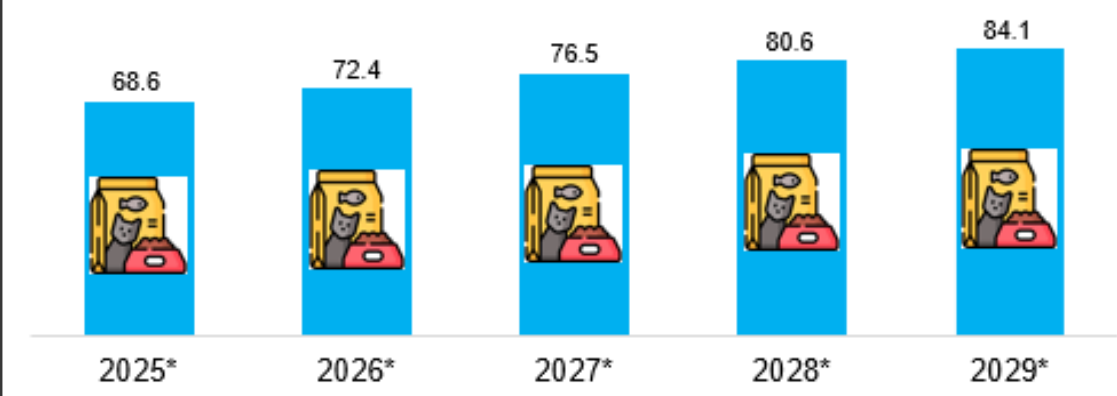
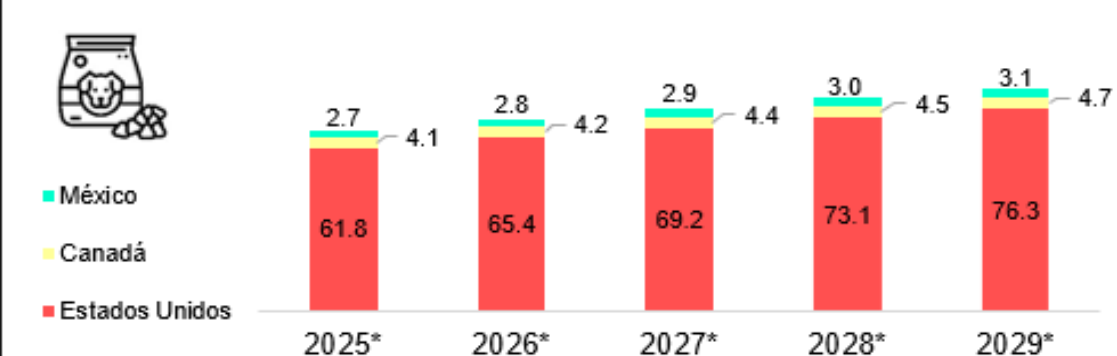


Ventas del Mercado Norteamericano de Alimentos para Mascotas (Miles de Millones de US\$)



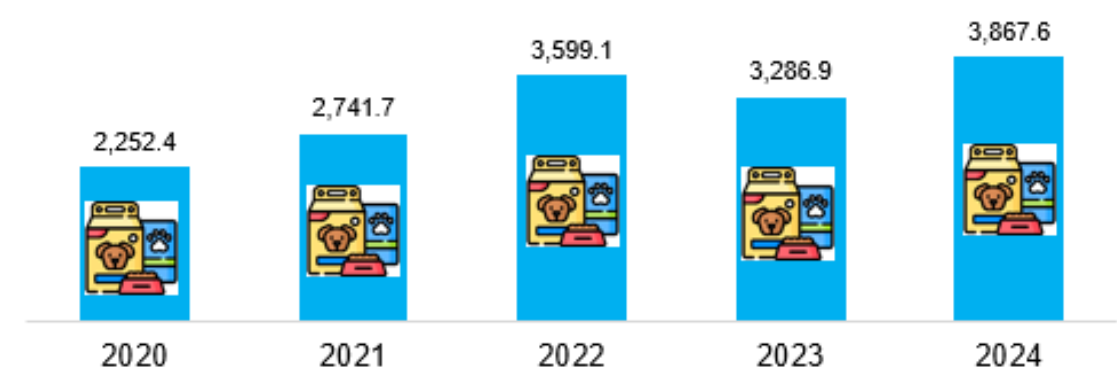
Fuente: Statista

Ventas de Alimentos para Mascotas en el Mercado Norteamericano, por países (Miles de Millones de US\$)



Fuente: Statista

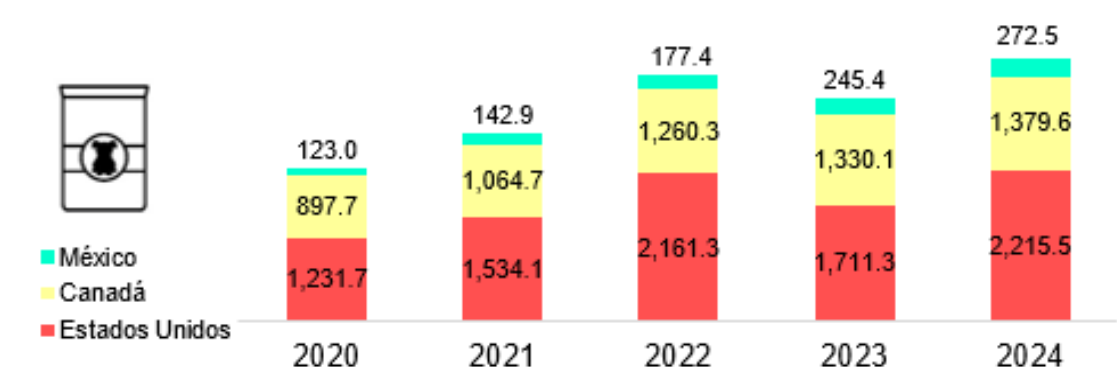
Importaciones** de Norteamérica de Alimentos para Mascotas (Millones US\$)



***Comprende la subpartida 230910.

Fuente: Trade Map

Importaciones** de Norteamérica de Alimentos para Mascotas por países (Millones US\$)



***Comprende la subpartida 230910.

Fuente: Trade Map

Mercado Norteamericano de Alimentos para Mascotas

El mercado de alimentos para mascotas abarca productos elaborados específicamente para cubrir las necesidades nutricionales de los animales domésticos, principalmente perros y gatos, así como piensos⁽²⁾ destinados a otras mascotas menos comunes, como roedores, aves y reptiles.

Las ventas de alimentos para mascotas en América del Norte alcanzarán los US\$ 68.6 mil millones en 2025, lo que representaría aproximadamente el 43.3% del total mundial. Asimismo, se proyecta que las ventas en esta región lleguen a US\$ 84.1 mil millones en 2029, reflejando una tasa de crecimiento anual promedio del 5.2% durante el período 2025-2029.

• Mercados

Estados Unidos se consolidaría como el principal mercado de la región, con ventas estimadas en US\$ 61.8 mil millones en 2025, lo que representaría el 90.1% del total norteamericano. Para 2029, se proyecta que las ventas alcancen los US\$ 76.3 mil millones, reflejando un crecimiento anual promedio de 5.3% en el período 2025-2029.

Canadá ocuparía la segunda posición, con ventas proyectadas de US\$ 4.1 mil millones en 2025, equivalentes al 6.0% del total regional. Se prevé que para 2029 sus ventas asciendan a US\$ 4.7 mil millones, registrando una tasa de crecimiento anual promedio de 3.5%.

En tercer lugar se situaría México, con ventas estimadas en US\$ 2.7 mil millones para 2025 (3.9% del total regional). Hacia 2029, se espera que el valor de sus ventas se eleve a US\$ 3.1 mil millones, lo que representaría un crecimiento promedio anual de 3.5% durante el período analizado.

Importaciones⁽³⁾ norteamericanas de alimentos para mascotas

Las importaciones norteamericanas de alimentos para mascotas alcanzaron los US\$ 3,867.6 millones en 2024, tras registrar un crecimiento anual promedio de 14.5% entre 2020 y 2024. En comparación con 2023, el valor importado representó un incremento de 17.7%.

• Mercados

Estados Unidos se posicionó como el mayor importador norteamericano, con compras por US\$ 2,215.5 millones en 2024 (57.3% del total regional), lo cual significó un aumento de 29.5% frente al año anterior. En el periodo 2020-2024, las importaciones estadounidenses de alimentos para mascotas crecieron a una tasa anual de 15.8%.

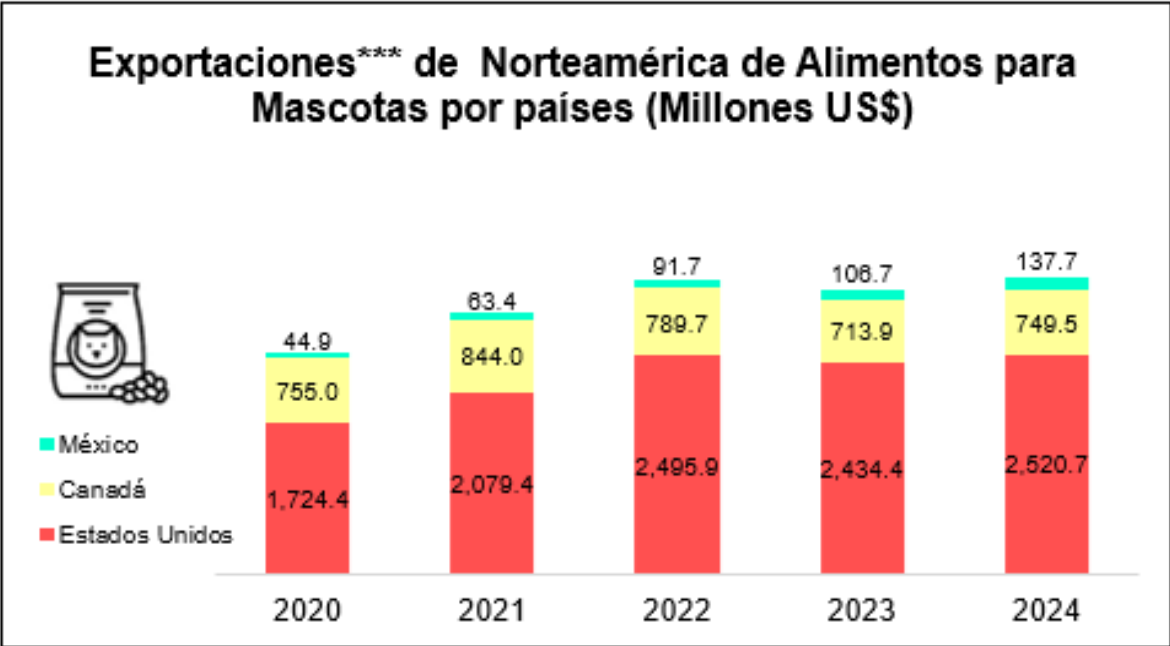
En segundo lugar se ubicó Canadá, con importaciones por US\$ 1,379.6 millones en 2024 (35.7% del total regional) y un incremento de 3.7% respecto al 2023. Entre 2020 y 2024, las importaciones canadienses crecieron a una tasa anual de 11.3%.

Por su parte, México ocupó el tercer lugar, con adquisiciones de US\$ 272.5 millones en 2024 (7.0% del total regional), lo que representó una expansión de 11.0% en comparación al 2023. Además, fue el mercado con la tasa de crecimiento más acelerada en la región, con un promedio anual de 22.0% en el período 2020-2024.

⁽¹⁾ Incluye a Estados Unidos, Canadá y México.

⁽²⁾ Piensos: Alimentos balanceados elaborados o preparados específicamente para la alimentación de animales.

⁽³⁾ Comprende a la subpartida 230910.



***Incluye la subpartida 230910.
Fuente: Trade Map

Exportaciones⁽⁴⁾ norteamericanas de alimentos para mascotas

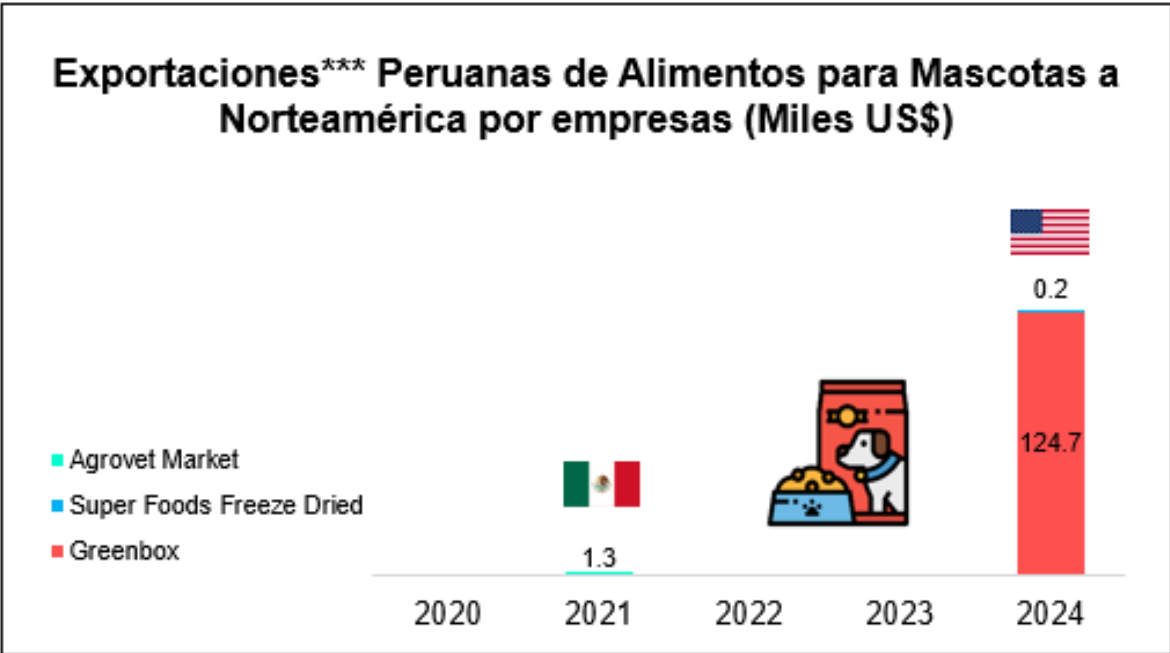
Las exportaciones norteamericanas de alimentos para mascotas alcanzaron los US\$ 3,407.9 millones en 2024, registrando un crecimiento de 4.7% respecto al año 2023. En el período de análisis 2020-2024, estas exportaciones mostraron una tasa de expansión anual promedio de 7.8%, reflejando un desempeño sostenido del sector en los últimos años.

• Mercados

Estados Unidos se consolidó como el principal exportador norteamericano de alimentos para mascotas, con envíos por US\$ 2,520.7 millones en 2024, equivalentes al 74.0% del total regional. Este resultado representó un crecimiento de 3.5% respecto a 2023 y un incremento promedio anual de 10.0% durante el período 2020-2024.

En segundo lugar, se ubicó Canadá, con exportaciones por US\$ 749.5 millones en 2024 (22.0% del total regional), lo que significó un aumento de 5.0% en comparación con el año anterior. No obstante, entre 2020 y 2024, el país registró una variación negativa promedio anual de 0.2%, reflejando una leve contracción en su desempeño exportador.

Por su parte, México ocupó el tercer puesto, con ventas internacionales por US\$ 137.7 millones en 2024 (4.0% del total regional), lo que implicó un crecimiento de 29.1% frente a 2023. Destacó además como el mercado de mayor dinamismo en la región, al registrar una tasa de crecimiento promedio anual de 32.3% en el período analizado.



***Incluye la subpartida 230910.
Fuente: ADEX Data Trade - SUNAT

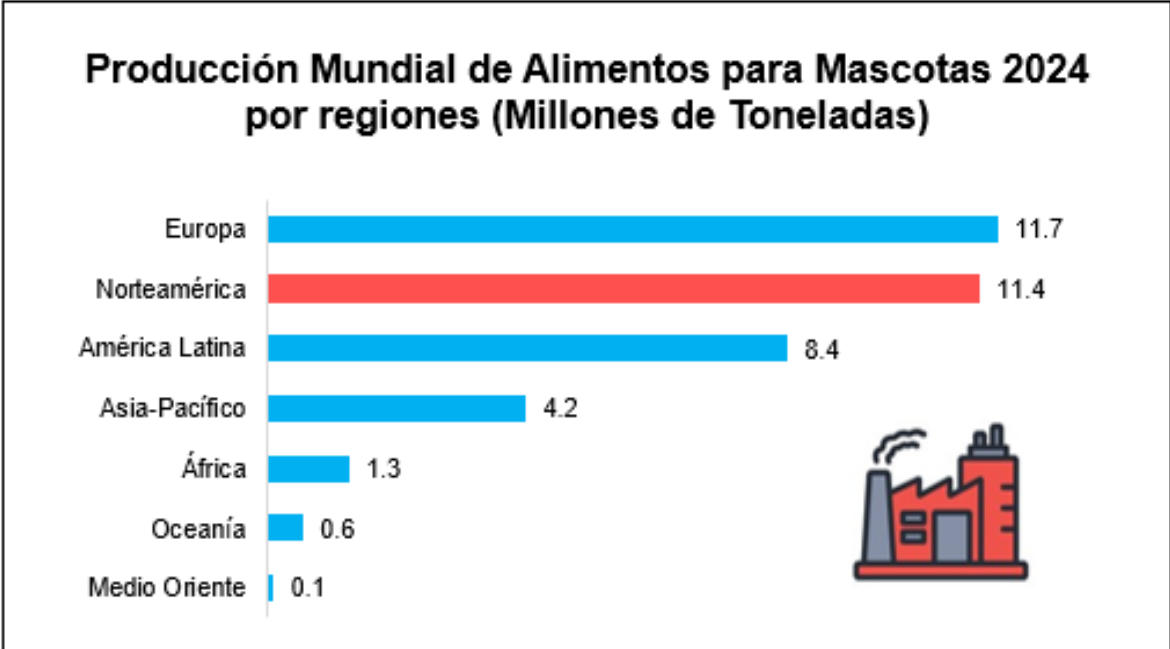
Exportaciones⁽⁵⁾ peruanas de alimentos para mascotas hacia Norteamérica

Las exportaciones peruanas de alimentos para mascotas hacia Norteamérica alcanzaron los US\$ 124.9 mil en 2024 (6.7% del total mundial), realizadas íntegramente por vía marítima. Las aduanas de salida correspondieron al Callao (51.0%) y Paita (49.0%), que concentraron la totalidad de los despachos.

En cuanto a la procedencia regional, las exportaciones de 2024 provinieron principalmente de Junín (50.9%) y Piura (49.0%), que en conjunto representaron casi la totalidad del valor exportado.

A nivel empresarial, la compañía Greenbox concentró el 99.8% de los envíos a Norteamérica en 2024, con un valor de US\$ 124.7 mil. Cabe señalar que esta empresa no registró exportaciones de alimentos para mascotas en el período 2020-2023.

Durante el período 2020-2024, Perú solo registró exportaciones de alimentos para mascotas a Norteamérica en los años 2021 y 2024. El 100.0% del total de envíos fue realizado hacia México en 2021 y Estados Unidos en 2024.

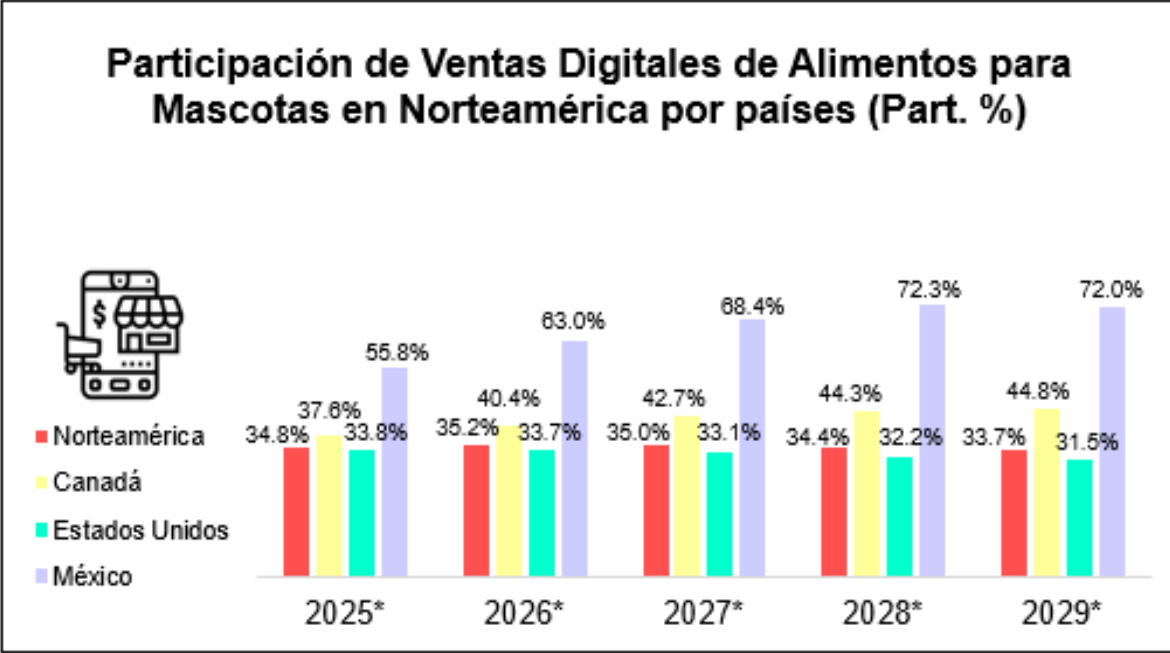


Fuente: Statista / Alltech / Pet Food Processing

Tendencias

América del Norte se consolida como el mercado de alimentos para mascotas más grande y sofisticado del mundo. Este desempeño responde al aumento sostenido en la tenencia de animales de compañía y la tendencia de humanización, que ha llevado a considerarlos parte integral del núcleo familiar (Statista, 2025 / Grand View Research, 2024).

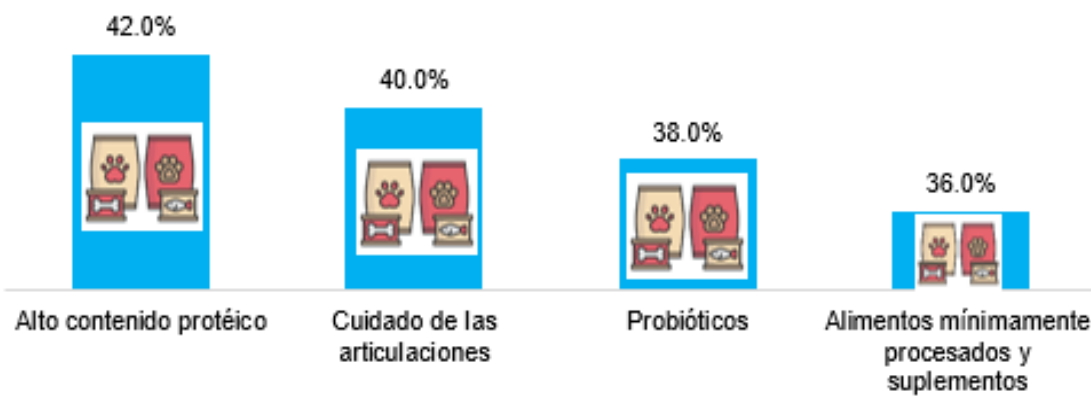
La cultura de bienestar y cuidado integral de las mascotas ha impulsado la demanda de productos premium, naturales, orgánicos y funcionales, así como el crecimiento del comercio electrónico como canal de distribución preferente. Pese a la madurez y alta competencia del mercado, la búsqueda de opciones más saludables y de mayor calidad continúan siendo los principales



Fuente: Statista

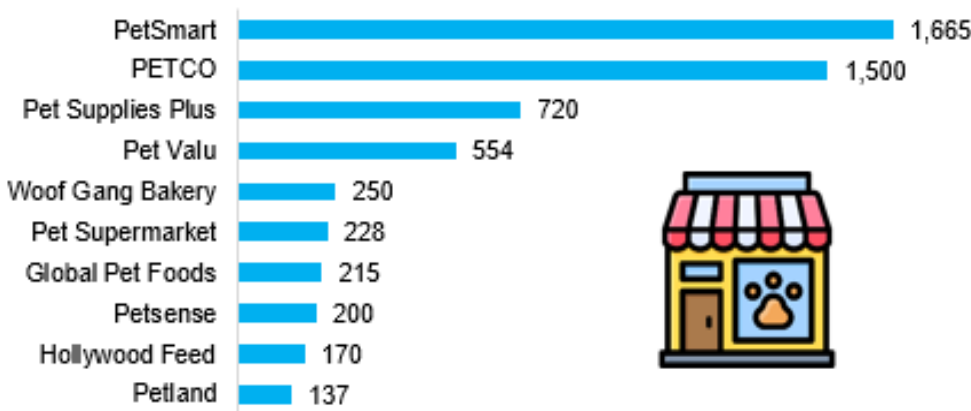
(4) y (5) Comprende a la subpartida 230910.

Importancia del valor nutricional añadido en los alimentos para mascotas para los dueños estadounidenses 2024 (part. % de importancia en encuestados)



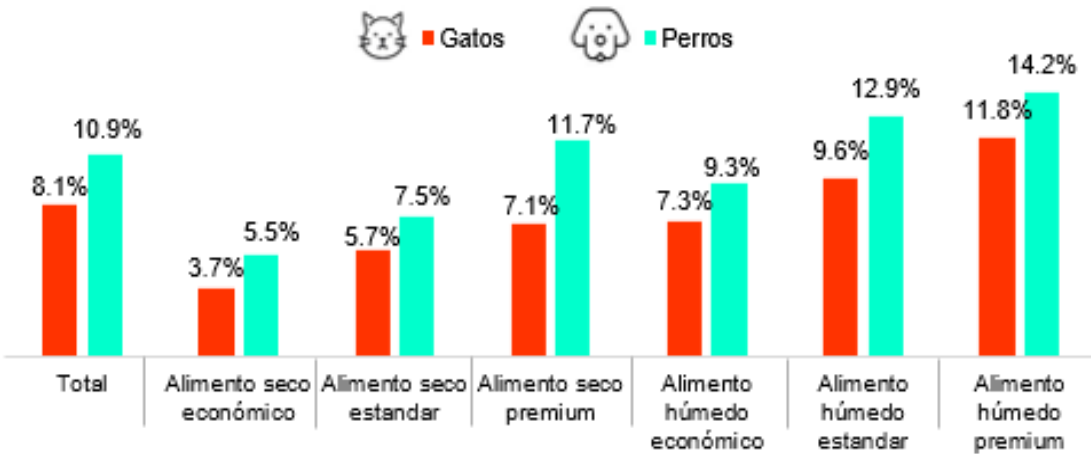
Fuente: Statista

Principales Cadenas de Tiendas Especializadas para Mascotas en Norteamérica 2024 (Número de tiendas)



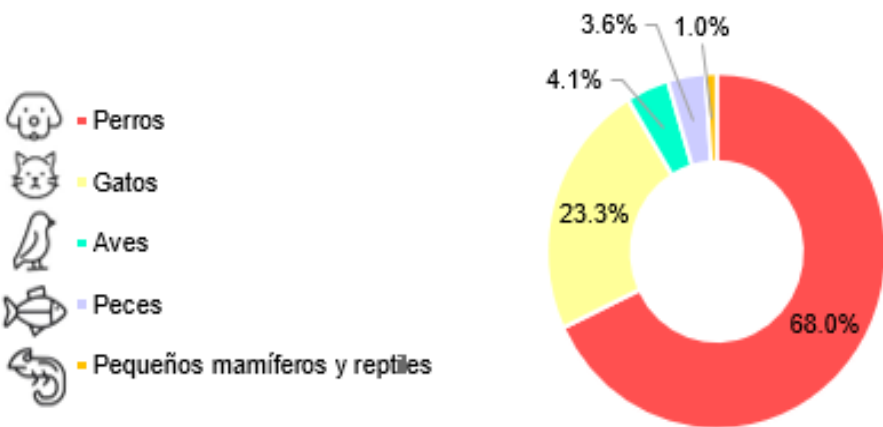
Fuente: Statista / Pet Business

Crecimiento de las Ventas de Alimentos para Perros y Gatos en Canadá por categorías (crec. anual % 2019-2024)



Fuente: AAFC

Ventas de Alimentos para Animales en México por categorías 2026* (part. %)



Fuente: Euromonitor International

motores de expansión, favoreciendo la innovación y la diversificación de la oferta hacia alimentos personalizados y con valor nutricional superior (Statista, 2025).

Estados Unidos

De acuerdo con la American Pet Products Association (APPA), el gasto total de la industria de mascotas en Estados Unidos alcanzó los US\$ 152.0 mil millones en 2024, con una proyección de US\$ 157.0 mil millones para 2025. Dentro de este total, los alimentos y golosinas para mascotas representaron el 43.6% del gasto total en 2024 (APPA, 2025).

La tendencia dominante en el mercado estadounidense es la “premiumización” y el auge de los alimentos frescos o mínimamente procesados. Según la multinacional estadounidense General Mills, cuya marca de alimentos para mascotas es Blue Buffalo, la empresa podría pasar de un valor de su marca de US\$ 3.0 mil millones (2024) a US\$ 10.0 mil millones en la próxima década. Este cambio refleja el interés creciente de los consumidores por dietas naturales para sus mascotas, funcionales y respaldadas por veterinarios (General Mills, 2025 / Statista, 2025).

En cuanto a canales de venta, el comercio electrónico es el gran protagonista del crecimiento. Chewy, líder del canal online, reportó ventas en 2024 por US\$ 11.9 mil millones y más de 20.5 millones de clientes activos, con su modalidad Autoship (suscripción automática), que representó el 79.2% de las ventas en 2024 (Chewy, 2025).

Las cadenas especializadas PetSmart y Petco mantienen gran participación en el canal, mientras que Walmart y Target fortalecen la presencia del segmento en el canal minorista masivo, especialmente mediante estrategias omnicanal y servicios veterinarios integrados. (Pet food processing, 2024 / Alvarez & Marsal, 2024).

Canadá

En 2024, el mercado canadiense de alimentos para mascotas mantuvo una composición dominada por el segmento canino, que representó el 66.4% de las ventas totales, mientras que el alimento para gatos concentró el 31.8%. Entre 2019 y 2024, este mercado registró un crecimiento anual promedio de 10.9% en el segmento de alimentos para perros y de 8.1% en el de gatos (AAFC, 2025).

El consumo en Canadá se distingue por una marcada preferencia hacia productos premium, naturales y funcionales, elaborados con ingredientes diferenciados y orientados al cuidado digestivo y del pelaje. Dentro de esta tendencia, las categorías de alimentos húmedos premium fueron las de mayor dinamismo durante el periodo 2019-2024, con tasas de crecimiento de 11.8% en gatos y 14.2% en perros (AAFC, 2025).

México

El mercado mexicano de alimentos para mascotas se encuentra ampliamente dominado por el segmento canino, el cual alcanzará una participación del 68.0% del total de ventas en 2026.

Las preferencias de los consumidores se orientan hacia productos con una mejor relación calidad-precio, especialmente aquellos que ofrecen niveles de calidad superiores sin llegar a los costos del segmento *premium*, posicionándose así dentro de la categoría denominada *mainstream-premium* (AAFC, 2025).

En síntesis, el mercado norteamericano de alimentos para mascotas muestra una madurez consolidada acompañada de nichos de expansión. En Estados Unidos, destacan el auge de los alimentos frescos (o mínimamente procesados) y el crecimiento del comercio electrónico. En Canadá, predomina la preferencia por productos premium y funcionales, con fuerte desempeño del alimento húmedo. En México, el segmento canino lidera las ventas y la demanda se orienta a opciones *mainstream-premium* con mejor relación calidad-precio.

Nota: *Los valores del año 2025 en adelante son estimaciones de venta. Todos los valores de venta mostrados se refieren al valor minorista e incluyen impuestos sobre las ventas.