

**COLOMBIA**   
**EL PAÍS DE LA BELLEZA**



**ALIMENTOS PARA MASCOTAS  
EN ESTADOS UNIDOS**

---

2024

# TABLA DE CONTENIDO

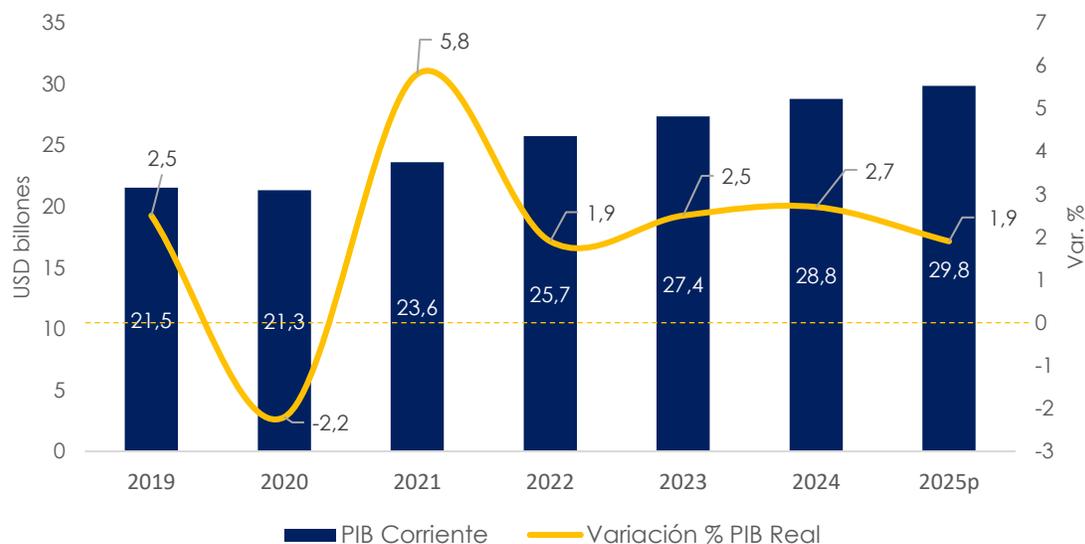
## Contenido

1. INTRODUCCIÓN .....	2
2. TAMAÑO DEL MERCADO .....	4
3. COMERCIO EXTERIOR .....	8
4. TENDENCIAS DE CONSUMO .....	14
5. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN .....	16
6. JUGADORES EN EL MERCADO .....	18
7. OFERTA DISPONIBLE EN EL MERCADO .....	25
8. ASPECTOS SANITARIOS Y REGULATORIOS .....	29
9. FUENTES .....	32

## 1. INTRODUCCIÓN

**Estados Unidos se posiciona como la principal economía en el mundo**, con un PIB corriente<sup>1</sup> que se estima alcanzó los USD 28,8 billones en 2023. En 2020, el país tuvo una caída del 2,2% en su PIB real debido a la coyuntura del Covid-19. Sin embargo, en 2021 se evidenció un crecimiento del 5,1%, y desde entonces se ha venido recuperando, alcanzando en 2024 un crecimiento del 2,7%. Para 2025 se estima una desaceleración en el crecimiento, con una variación del 1,9%.

**PIB Corriente y Variación PIB Real de Estados Unidos**  
(2019-2025p) (USD billones - Var. %)



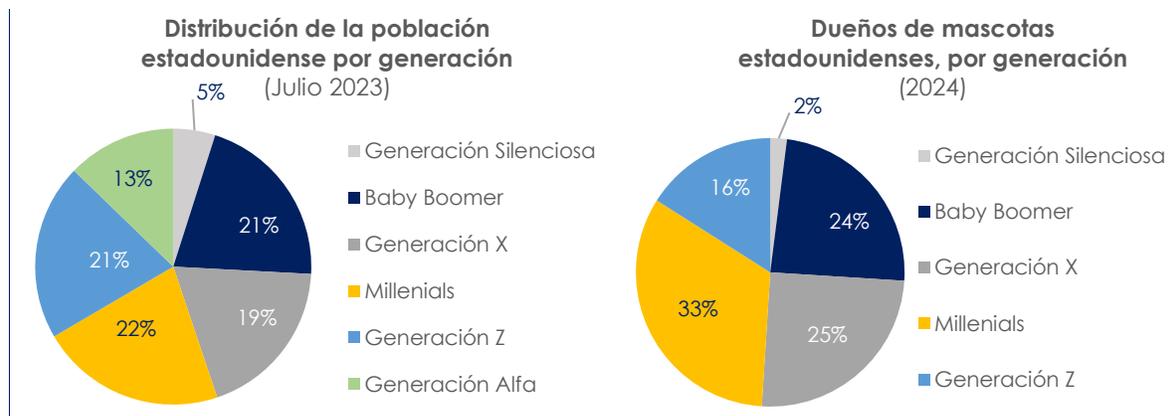
Cifras correspondientes a la última actualización del reporte World Economic Outlook a abril de 2024.  
\*Proyección.  
Fuente: Fondo Monetario Internacional

Siendo el **primer importador en el mundo y segundo exportador**, después de China, Estados Unidos cuenta con una balanza comercial deficitaria. En 2023, las importaciones totales alcanzaron los USD 2,0 billones, mientras que las exportaciones totales alcanzaron los USD 3,2 billones, lo que significó una balanza comercial de USD -1,1 billones.

<sup>1</sup>**PIB Corriente:** Valor total de los bienes y servicios producidos en el país con precios actuales.  
**PIB Real:** Valor ajustado eliminando la inflación, usando precios de un año base para reflejar el crecimiento económico real.

En términos demográficos, Estados Unidos se ubica en el **top 3 de los países más poblados en el mundo**, después de India y China. Para 2023, la población estadounidense alcanzaba los 334,9 millones de habitantes, y cerca del 83,3% de la población es urbana, siendo California (12%), Texas (9%), Florida (7%) y Nueva York (6%) los estados que más concentran la población.

De acuerdo con Forbes Advisor, el **porcentaje de propietarios de mascotas en Estados Unidos aumentó drásticamente durante los últimos 35 años**. Para 2024, alrededor el 66% de los hogares estadounidenses (aproximadamente 86,9 millones de hogares) tienen una mascota. Los Millenials, Generación X y Baby Boomers concentran la mayor parte de los dueños de mascotas en el país.



Además, las **mascotas más populares** en los hogares del país son:

1. Perros (65,1 millones de hogares)
2. Gatos (46,5 millones de hogares)
3. Peces de agua dulce (11,1 millones de hogares)
4. Animales pequeños como hámsters, jerbos, conejos, cobayas, chinchillas, ratones y hurones (6,7 millones de hogares)
5. Aves (6,1 millones de hogares)

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), en promedio, el ingreso familiar disponible neto ajustado en Estados Unidos es de USD 51.147 per cápita, al año. Los **hogares estadounidenses con perros gastan, en promedio, alrededor de USD 912 al año** en el cuidado de sus mascotas, mientras que **los hogares con gatos gastan en promedio USD 653 al año**.

## Gasto anual de los hogares estadounidenses con mascota (USD)

Tipo de hogar	Comida	Veterinario	Juguetes	Peluquería	Otros	Total
Hogares con perros únicamente	\$339	\$367	\$79	\$99	\$28	\$912
Hogares con gatos únicamente	\$310	\$253	\$50	\$18	\$22	\$653
Hogares con perros y gatos	\$321	\$311	\$83	\$64	\$28	\$807

*Fuente: Forbes Advisor-American Veterinary Medical Association*

## 2. TAMAÑO DEL MERCADO

Estados Unidos se posiciona como el **principal productor de alimentos para mascotas en el mundo**. Se estima que producción alcanzó los 10,5 millones de toneladas en 2023, lo que significó un crecimiento del 1,3% con respecto a la producción del año anterior<sup>2</sup>.

El país cuenta con 523 instalaciones para la fabricación de alimentos para mascotas a lo largo del territorio, siendo Pensilvania (59), Michigan (33), Wisconsin (28), Nebraska (27) y Washington (26) los estados con mayor número de instalaciones.

Además, las **carnes, aves y pescado son la categoría número uno de ingredientes utilizados para la fabricación de alimentos para mascotas en Estados Unidos**, con alrededor de 1,7 millones de toneladas empleadas en la industria. Seguido se encuentran las harinas de proteína animal (1,4 millones de toneladas) y el maíz (1,3 millones de toneladas). Otros ingredientes incluyen otras harinas de proteínas vegetales (0,5 millones de toneladas), harina de soya (0,5 millones de toneladas), otros granos (0,4 millones de toneladas métricas), grasas y aceites (0,1 millones de toneladas), entre otros.

Ahora bien, para el análisis del tamaño del mercado se tienen en cuenta las siguientes categorías, de acuerdo con la clasificación de Euromonitor International:

Categoría	Descripción
<b>Alimento para perros</b>	Es la agregación de alimento húmedo y seco para perros.

<sup>2</sup> [2024 Alltech Agri-Food Outlook](#)

<b>Alimento para gatos</b>	Es la agregación de alimento húmedo y seco para gatos.
<b>Otros alimentos para animales</b>	Es la agregación de alimentos para aves, peces y pequeños mamíferos/reptiles.

Fuente: Euromonitor International.

El **mercado de alimentos para mascotas** en los Estados Unidos está experimentando un crecimiento constante, impulsado principalmente por las ventas de alimentos para perros y gatos. En 2024, el mercado alcanzó los USD 61,9 miles de millones, con 10,6 millones de toneladas vendidas. Se estima que el valor de las ventas continúe creciendo a una TCAC del 5% en los próximos años, con los alimentos para perros impulsando el crecimiento.

Del valor total vendido en 2024, el 68% correspondió a alimentos para perros, el 30% a alimentos para gatos, y el 2% a alimentos para otros animales. En cuanto a volumen, la tendencia es similar: el 73% del volumen vendido corresponde a alimentos para perros, el 26% corresponde a alimentos para gatos, y el 1% a alimentos para otros animales.

Las **ventas de alimentos para perros** crecieron un 8% en valor y otro 8% en volumen en 2024, pasando de los USD 39,0 mil millones y los 7,6 millones de toneladas en 2023 a los USD 42,1 mil millones y 7,7 millones de toneladas en 2024. Se espera que esta categoría crezca a una TCAC 4% en los próximos 5 años.

Por su parte, las **ventas de alimentos para gatos** crecieron un 10% en valor y un 4% en volumen, pasando de los USD 16,8 mil millones y los 2,7 millones de toneladas en 2023 a los USD 18,5 mil millones y los 2,8 millones de toneladas en 2024. Se espera que esta categoría crezca a una TCAC 5% en los próximos 5 años.

#### Tamaño del mercado de alimentos para mascotas en Estados Unidos, por categoría (Valor y volumen)

Categoría	Valor (USD miles de millones)			Volumen (Millones de toneladas)		
	2023	2024	2029p	2023	2024	2029p
<b>Alimento para perros</b>	39,0	42,1	52,4	7,6	7,7	8,2
<b>Alimento para gatos</b>	16,8	18,5	23,5	2,7	2,8	3,0
<b>Otros alimentos para animales</b>	1,3	1,3	1,5	0,07	0,07	0,07
<b>Total</b>	<b>57,1</b>	<b>61,9</b>	<b>77,4</b>	<b>10,4</b>	<b>10,6</b>	<b>11,3</b>

Fuente: EMIS- Euromonitor Industry Capsule, Cálculos ProColombia

### a. Alimento para perros

La categoría de alimentos para perros incluye a su vez diferentes tipos, como los alimentos secos, húmedos, semihúmedos, refrigerados, congelados, liofilizados y las golosinas.

Según las estadísticas de Circana, los **alimentos secos** dominan las ventas de alimentos para perros en Estados Unidos, con más de USD 7 mil millones vendidos durante el periodo comprendido entre junio de 2023 y junio de 2024. Esto significó un aumento de 4,5% con respecto al periodo anterior.

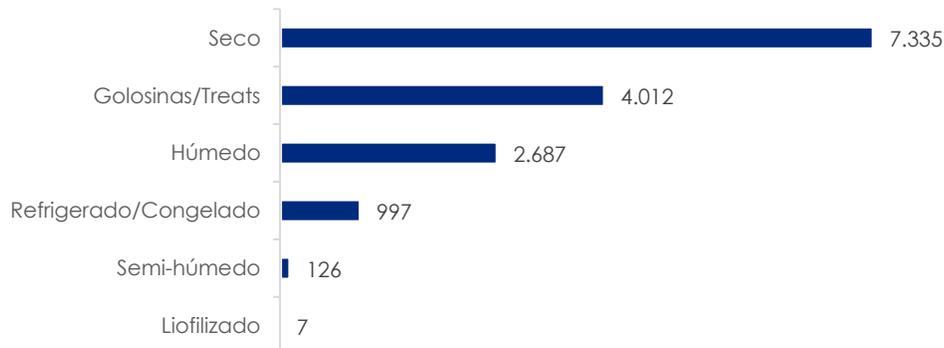
En segundo lugar, se encuentran las **golosinas/treats**, con más de USD 4 mil millones vendidos entre junio de 2023 y junio de 2024, y con un aumento del 2,1% respecto al periodo anterior.

Por su parte, los **alimentos húmedos** registraron ventas por más de USD 2,5 mil millones entre junio de 2023 y junio de 2024. Sin embargo, esta categoría decreció un 1,4% con respecto al periodo anterior.

Aunque la categoría **refrigerada/congelada** sigue siendo una fracción más pequeña del mercado, continúa creciendo significativamente, rondando los USD 900 millones entre junio de 2023 y junio de 2024. Esto supuso un aumento del 28,9% con respecto al periodo anterior.

Otras **categorías más especializadas como los alimentos liofilizados o semi-húmedos** tienen una participación de mercado significativamente menor, al ser considerados productos de nicho.

Ventas multi-outlet\* de alimentos para perros en Estados Unidos, por categoría  
(Periodo Jun 2023-Jun 2024\*\*) (USD millones)



Fuente Circana, tomado de Statista.

\*US Multi-outlet incluye supermercados, farmacias, tiendas de descuento, tiendas de conveniencia, militares, clubes selectos y tiendas de dólar.

\*\* 52 semanas terminadas el 16 de junio de 2024.

Las tendencias en redes sociales sobre la calidad de los ingredientes de los alimentos para perros están impulsando el escrutinio de los consumidores, motivándolos hacia las compras de opciones premium. Incluso, algunas marcas de nicho han ganado popularidad frente a empresas más grandes. Mientras tanto, los alimentos económicos para perros enfrentan un débil crecimiento en volumen, con las principales marcas eliminando gradualmente las opciones económicas en favor de productos premium, lo que lleva a menos opciones asequibles y empuja a más consumidores hacia alternativas de precio medio.

Lo anterior podrá reflejar que el segmento de alimentos para perros presente un crecimiento lento pero estable en volumen, y un crecimiento más dinámico en valor. Adicionalmente, la inflación en la comida para mascotas también ha influido en el aumento de los precios en el mercado. De acuerdo con la revista especializada *Pet Food Industry*, en 2023 los dueños de mascotas gastaron un 17,3% más en comida que el año anterior.

## b. Alimento para gatos

En cuanto a las ventas de alimentos para gatos, la categoría de **alimentos secos** se posiciona como la principal en el mercado con ventas superiores a los USD 3,6 mil millones durante el periodo comprendido entre junio de 2023 y junio de 2024. Esto significó un crecimiento del 8,6% con respecto al periodo anterior.

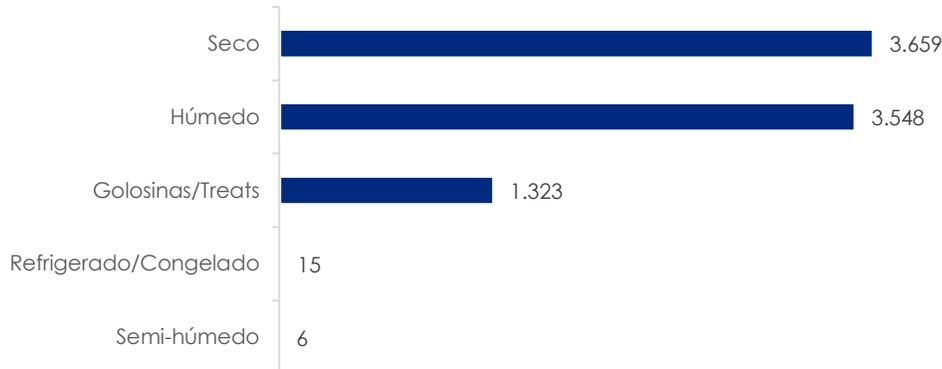
Los **alimentos húmedos** también representan una importante porción de las ventas de alimentos para gatos, con más de USD 3,5 mil millones vendidos entre junio de 2023 y junio de 2024. Lo anterior significó un crecimiento del 5,8% con respecto al periodo anterior.

Las **golosinas/treats**, con ventas por encima de los USD 1,3 mil millones entre junio de 2023 y junio de 2024, presentaron un crecimiento del 5,4% con respecto al periodo anterior.

Al igual que en los alimentos para perros, **otras categorías más especializadas** de alimentos para gatos como los **productos congelados o semi-húmedos** tienen una participación menor, al ser productos de nicho.

### Ventas multi-outlet\* de alimentos para gatos en Estados Unidos, por categoría

(Periodo Jun 2023-Jun 2024\*\*) (USD millones)



Fuente: Circana, tomado de Statista.

\*US Multi-outlet incluye supermercados, farmacias, tiendas de descuento, tiendas de conveniencia, militares, clubes selectos y tiendas de dólar.

\*\* 52 semanas terminadas el 16 de junio de 2024.

De acuerdo con Euromonitor International, durante el último año, la categoría de alimentos para gatos ha recibido una creciente atención por parte de los fabricantes, quienes han lanzado nuevos productos o ampliado sus ofertas existentes. Históricamente, con la preferencia por los perros como el "mejor amigo del hombre", la industria estadounidense de alimentos para mascotas había sido reticente a expandirse en la categoría felina. Además, dado que los gatos tienen menor apetito y un paladar más exigente, atender sus necesidades no había resultado atractivo para las marcas nuevas o en expansión. Sin embargo, la población de gatos ha crecido y su popularidad ha aumentado. Entre 2016 y 2022, el porcentaje de hogares en EE. UU. que poseen gatos aumentó 4 puntos porcentuales, pasando del 25% al 29%.

### 3. COMERCIO EXTERIOR

En esta sección se tienen en cuenta las siguientes subpartidas arancelarias, como parte de la categoría de alimentos para mascotas:

Subpartida arancelaria	Descripción Subpartida
23.0910	Alimentos para perros y gatos, preparados para la venta minorista
23.0910.0010	Alimentos para perros y gatos envasados para la venta al por menor en contenedores herméticos
23.0910.0090	Alimentos para perros y gatos, envasados para la venta al por menor, NESOI (No Especificado o Incluido en Otra Parte)
23.0990	Alimentos para animales (excepto perros o gatos), preparados para a venta minorista
23.0990.1015	Alimentos para mascotas NESOI (No Especificado o Incluido en Otra Parte), envasados para la venta al por menor

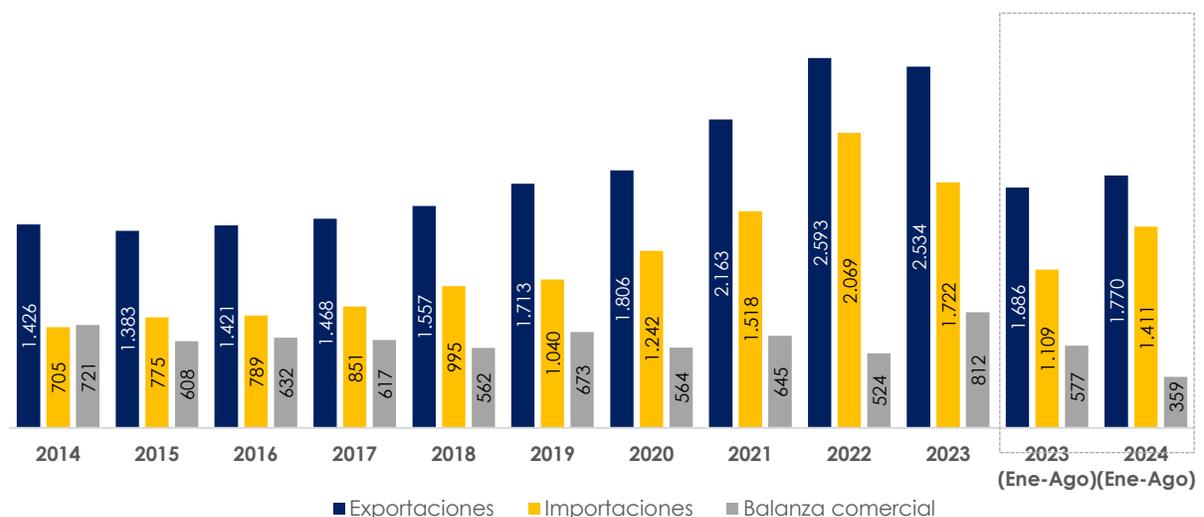
Fuente: US Trade Census Bureau.

En términos de valor, la **balanza comercial de los alimentos para mascotas** en Estados Unidos ha sido **superavitaria** en los últimos años, con un promedio de USD 608 millones entre 2014 y 2023, evidenciando una tendencia exportadora. No obstante, el valor de las importaciones ha venido en aumento, con una tasa de crecimiento anual compuesto (TCAC) del 10,4%, superior a la TCAC de las exportaciones, la cual se estima en 6,6%.

En 2023, el valor de las **importaciones disminuyó un 17%** en comparación con 2022, principalmente por una **reducción de USD 347 millones en alimentos para perros y gatos provenientes de países asiáticos** como Tailandia (-260 millones), China (-77 millones) y Vietnam (-44 millones). Según la revista especializada *Pet Food Processing*, la inflación y la desaceleración económica en Asia impulsaron a los consumidores asiáticos a priorizar el precio, favoreciendo marcas locales más económicas, lo que pudo haber concentrado la oferta en el mercado interno y limitado la demanda de productos importados. Esto explicaría, a su vez, la reducción de las exportaciones de Estados Unidos, que cayeron un 2% respecto a 2022, con importantes reducciones de las exportaciones de alimentos para perros y gatos en el mercado asiático: Filipinas (-24 millones), Japón (-12 millones), Corea del Sur (-7 millones) y China (-7 millones).

Sin embargo, en lo corrido entre **enero y agosto de 2024**, las importaciones de alimentos para mascotas han presentado un **crecimiento del 27%**, comparado con el mismo periodo del año anterior. Igualmente, entre enero y agosto de 2024 las exportaciones han crecido un 5% con respecto al mismo periodo del año anterior.

### Comercio exterior de alimentos para mascotas en Estados Unidos (2014-2024 Ene-Ago) (USD millones)

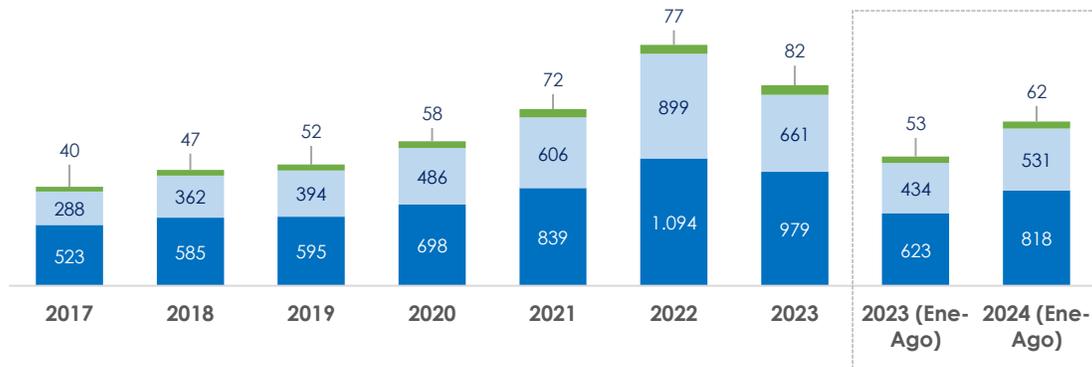


Fuente: U.S. Census Bureau Trade Data

Los alimentos para perros y gatos<sup>3</sup> han sido los principales productos importados en el país. Durante los últimos 5 años, estos han representado, en promedio, el 95% del valor total de las importaciones. Por su parte, los demás alimentos para mascotas<sup>4</sup>, han representado alrededor del 5%.

### Importaciones de alimentos para mascotas en Estados Unidos, por subpartida arancelaria

(2017-2024 Ene-Ago) (USD millones)



- 2309901015 - Alimentos para mascotas NESOI, envasados para la venta al por menor
- 23.0910.0010 - Alimentos para perros y gatos envasados para la venta al por menor en contenedores herméticos
- 23.0910.0090- Alimentos para perros y gatos, envasados para la venta al por menor, NESOI

\* No Especificado o Incluido en Otra Parte  
Fuente: U.S. Census Bureau Trade Data

#### • Importaciones de alimentos para perros y gatos<sup>3</sup>

En 2023, los 10 principales proveedores de alimentos para perros y gatos<sup>3</sup> representaron el 88% del valor de las importaciones, siendo Tailandia, Canadá y China los países con mayor participación en el mercado. Colombia se encuentra en el puesto 17, con una participación del 0,8%. Además, más del 50% de las importaciones entraron al país a través de 3 estados: California, Nueva York y Michigan. A nivel de distrito, los principales importadores son Los Ángeles, New York City, St. Louis y Detroit.

<sup>3</sup> Subpartidas arancelarias 23.0910.0010- Alimentos para perros y gatos envasados para la venta al por menor en contenedores herméticos y 23.0910.0090- Alimentos para perros y gatos, envasados para la venta al por menor, NESOI

<sup>4</sup> Subpartida arancelaria 23.0990.1015 -Alimentos para mascotas NESOI

### Top 10 países proveedores de alimentos para perros y gatos<sup>5</sup> en Estados Unidos (2022 - 2023) (USD millones)

Proveedor	2022	2023	Part. 2023	Var. 2023/22
Tailandia	824	564	34%	-32%
Canadá	373	405	25%	9%
China	209	132	8%	-37%
Vietnam	106	61	4%	-42%
Camboya	60	62	4%	3%
México	53	64	4%	21%
Nueva Zelanda	54	58	4%	7%
Alemania	38	54	3%	40%
Brasil	47	23	1%	-50%
Irlanda	27	24	1%	-10%
Otros	201	192	12%	-4%
<b>Total</b>	<b>1.992</b>	<b>1.640</b>	<b>100%</b>	<b>-18%</b>

Fuente: U.S. Census Bureau Trade Data

### Top 10 Estados importadores de alimentos para perros y gatos<sup>5</sup> en Estados Unidos (2022 - 2023) (USD millones)

Estado	2022	2023	Part. 2023	Var. 2023/22
California	387	357	22%	-8%
Nueva York	387	288	18%	-25%
Michigan	186	202	12%	9%
Misouri	263	191	12%	-27%
Texas	220	143	9%	-35%
Washington	115	110	7%	-4%
Ohio	84	55	3%	-34%
Georgia	44	48	3%	8%
Maryland	44	48	3%	8%
Virginia	57	39	2%	-32%
Otros	205	160	10%	-22%
<b>Total</b>	<b>1.992</b>	<b>1.640</b>	<b>100%</b>	<b>-18%</b>

Fuente: U.S. Census Bureau Trade Data / Foreign Agricultural Service- USDA.

- **Importaciones de los demás alimentos para mascotas<sup>6</sup>**

Por su parte, Alemania, Canadá, China y Japón representaron más del 80% de las importaciones estadounidenses de los demás alimentos para mascotas<sup>6</sup>. Además, más del 50% de las importaciones entraron al país a través de 2 estados: Missouri y Maine. A nivel de distrito, los principales importadores son St. Louis, Portland y Los Ángeles.

<sup>5</sup> Subpartidas arancelarias 23.0910.0010- Alimentos para perros y gatos envasados para la venta al por menor en contenedores herméticos y 23.0910.0090- Alimentos para perros y gatos, envasados para la venta al por menor, NESOI

<sup>6</sup> Subpartida arancelaria 23.0990.1015 -Alimentos para mascotas NESOI

### Top 10 países proveedores de los demás alimentos para mascotas<sup>7</sup> (2022 - 2023) (USD millones)

Proveedor	2022	2023	Part. 2023	Var. 2023/22
Alemania	27	26	35%	-2%
Canadá	15	24	20%	59%
China	14	13	18%	-5%
Japón	5,8	4,8	8%	-17%
Reino Unido	5,4	3,6	7%	-33%
Tailandia	2,8	2,2	4%	-22%
Vietnam	1,3	2,1	2%	62%
Países Bajos	1,4	1,5	2%	5%
Polonia	1,2	1,2	2%	-1%
Brasil	1,1	0,4	1%	-64%
Otros	1,8	2,2	2%	22%
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>	<b>6%</b>

Fuente: U.S. Census Bureau Trade Data

### Top 10 Estados importadores de demás alimentos para mascotas<sup>7</sup> (2022 - 2023) (USD millones)

Estado	2022	2023	Part. 2023	Var. 2023/22
Missouri	29	26	32%	-11%
Maine	12	20	25%	66%
California	17	16	19%	-8%
Virginia	6	7	9%	18%
New York	2	3	4%	30%
Illinois	2	2	3%	29%
Vermont	1	2	2%	137%
Washington	2	2	2%	-7%
Ohio	3	1	2%	-44%
Georgia	0	1	1%	693%
Otros	3	2	2%	-46%
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>	<b>6%</b>

Fuente: U.S. Census Bureau Trade Data

- **Exportaciones colombianas de alimentos para mascotas hacia Estados Unidos**

Estados Unidos es el octavo destino de las exportaciones colombianas de alimentos para mascotas, con una participación en 2023 del 2%, después de Ecuador (28%), Venezuela (25%), Perú (12%), Puerto Rico (12%), Panamá (6%), Guatemala (4%) y República Dominicana (3%).

Comparado con 2018, las exportaciones colombianas de alimentos para mascotas hacia el mercado estadounidense crecieron un 113% en 2023,

<sup>7</sup> Subpartida arancelaria 23.0990.1015 -Alimentos para mascotas NESOI

pasando de USD 0,7 millones en 2018 a USD 1,5 millones en 2023. Este crecimiento se ve reflejado también en el volumen, pasando de 30 toneladas en 2018 a 239 toneladas en 2023.



Fuente: DANE-DIAN- Cálculos ProColombia

\*Corresponde a las subpartidas arancelarias 23.0910.2000, 23.0910.9000, 23.0990.2000, 23.0990.9000

Junto con este crecimiento, ha habido una mayor participación de empresas colombianas en el mercado. Mientras que en 2018 solo 2 empresas colombianas exportaban a Estados Unidos por encima de los USD 1.000, en 2023 fueron 5 las que llevaron alimentos para mascotas colombianos a Estados Unidos por encima de este monto.

De acuerdo con un estudio publicado por Kantar, durante el 2024 el mercado de alimentos para mascotas en Colombia continúa en expansión, reflejando un crecimiento del 30% respecto al año anterior, y con una creciente demanda por productos premium y especializados. De hecho, en lo corrido entre enero y agosto de 2024, las exportaciones hacia Estados Unidos han alcanzado su máximo histórico, casi duplicando el monto exportado durante todo el 2023. Este crecimiento está impulsado principalmente por el aumento de las exportaciones de premezclas, las cuales pasaron de los USD 657 mil en 2023 a los USD 2,0 millones en lo corrido entre enero y agosto de 2024, y se posicionan como el principal producto exportado por Colombia.

### Exportaciones colombianas de alimentos para mascotas a Estados Unidos, por subpartida arancelaria (2023) (Part.%)



Fuente: DANE-DIAN- Cálculos ProColombia

\*Corresponde a las subpartidas arancelarias 23.0910.2000, 23.0910.9000, 23.0990.2000, 23.0990.9000

## 4. TENDENCIAS DE CONSUMO

Según la Encuesta Nacional de Propietarios de Mascotas 2024, realizada por la Asociación Americana de Productos para Mascotas (APPA por sus siglas en inglés), más de **80 millones de hogares estadounidenses tienen una mascota**. La APPA predice que para **2030**, alrededor del **67% de los hogares estadounidenses tendrán una mascota**.

Hoy en día, los **Millenials y Gen X** son las generaciones que concentran a la mayor parte de los dueños de mascotas en el país (32% y 27%, respectivamente). Sin embargo, los dueños de mascotas de la **Generación Z** están aumentando constantemente a medida que crecen fuera de los hogares de sus padres, se gradúan de la universidad y entran en la fuerza laboral. Por otro lado, el número de dueños de mascotas de la generación Boomer ha disminuido desde la pre-pandemia ya que muchos eligen no reemplazar a su mascota después de su muerte. A medida que estas demografías generacionales continúan cambiando, las marcas de alimentos para mascotas deben evolucionar sus estrategias de marketing para involucrarse de manera efectiva con las generaciones más jóvenes de dueños de mascotas.

Al mismo tiempo, de acuerdo con el Informe de Perros y Gatos 2024 de la APPA, las preferencias de compra de alimentos de los dueños de mascotas están cambiando. En años anteriores, hubo una tendencia al alza en las compras de alimentos premium para perros y gatos. Sin embargo, en 2024 las compras de alimentos premium se han estabilizado entre los dueños de perros, y disminuido entre los dueños de gatos. En cambio, las compras de **adiciones/mezclas**

**(toppers/mixers)** que se agregan a los alimentos regulares de las mascotas están en aumento.

Sin embargo, los dueños de mascotas continúan buscando opciones para **complementar y expandir la ingesta nutricional de sus mascotas**. Por ejemplo, los dueños de mascotas están cada vez más interesados en la compra de alimentos con **atributos adicionales más allá de la nutrición básica, como “calidad humana” (human—grade), “no OGM”, “empaque sostenible”, con ingredientes categorizados como “súper alimentos”, etc.** De acuerdo con la APPA, el 54% de los dueños de perros y el 47% de los dueños de gatos han comprado o planean comprar a su mascota un producto alimenticio con tales atributos.

Además, entre las tendencias que moldearán el crecimiento del mercado se encuentra la **preferencia por alimentos menos procesados, alimentos frescos y alimentos ricos en nutrientes**. Por ejemplo, las croquetas para perros **libres de granos** están ganando cada vez más popularidad al presentarse como una alternativa saludable en el mercado. Igualmente, las opciones que ofrecen soluciones para la **función digestiva saludable, piel sana, salud urinaria, salud dental y control de peso** tienen alta demanda. Además, los consumidores buscan alimentos que sean apropiados para la etapa de vida de su mascota (cachorros/ adultos, hembras reproductivas, seniors).

Igualmente, entre las tendencias futuras se encuentran los **alimentos de calidad premium, alimentos con una atractiva relación precio/calidad, salud y bienestar (mejor nutrición, identificación temprana de enfermedades/problemas de salud, atención preventiva), conveniencia para los dueños de mascotas, e integración entre tecnología, salud y bienestar**. Por ejemplo, la superposición de alimentos de calidad premium y un enfoque en la salud y el bienestar ha llevado a una creciente demanda de nuevos formatos (frescos, congelados, liofilizados, etc.)

En línea con la creciente tendencia de **premiumización**, los dueños de mascotas también desean que los alimentos, golosinas y suplementos se asemejen a la oferta de alimentos humana, impulsado por el fenómeno de la humanización de sus mascotas. Eso significa que cada vez más dueños de mascotas están comprando soluciones personalizadas que aborden las necesidades y preferencias individuales de sus mascotas. Como parte de la tendencia de premiumización, ha surgido un mayor interés en productos funcionales y con soluciones particulares. También ha habido una creciente demanda de dietas frescas, congeladas y crudas, lo que habla de los deseos de los dueños de mascotas de presentar a sus mascotas alimentos que se parezcan a los suyos.

En cuanto a la **sostenibilidad**, los consumidores conscientes sobre el medio ambiente valoran que los alimentos para mascotas elaborados a partir de derivados pueden ayudar a reducir el desperdicio de alimentos, al emplear desechos que de otra manera serían inutilizados.

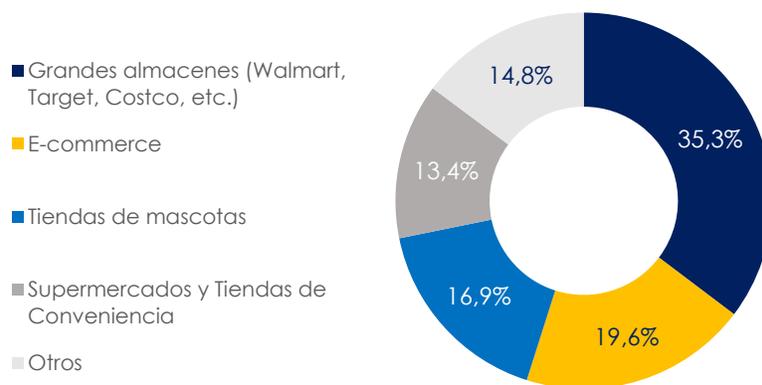
Finalmente, y aunque un nicho más pequeño, los consumidores jóvenes también han comenzado a impulsar la demanda de **alimentos para mascotas veganos o vegetarianos** que contengan ingredientes novedosos y considerados más éticos y sostenibles. Varios de los consumidores que se describen a sí mismos como “flexitarianos” también reflejan sus preferencias de alimentación en las elecciones de alimentos para sus mascotas.

Por ejemplo, los consumidores de alimentos para perros veganos también destacan los beneficios de estos alimentos para los caninos con alergias alimentarias, aliviando síntomas como irritaciones de la piel y problemas digestivos. Adicionalmente, ingredientes de origen vegetal como las batatas, los frijoles, las zanahorias, las legumbres, la soya y la quinua pueden apoyar una función intestinal saludable. Además, las opciones veganas suelen ser más bajas en grasa y calorías, ayudando en el control de peso y potencialmente reduciendo el riesgo de problemas articulares, diabetes y dificultades respiratorias.

## 5. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Los **grandes almacenes como Target, Walmart, Costco**, etc. tienen la mayor participación en el mercado de alimentos para mascotas en Estados Unidos. Además, su poder de compra les permite ofrecer descuentos en una variedad de productos, y su amplia gama de opciones los hace convenientes para las compras diarias de los consumidores en sus canastas de mercado.

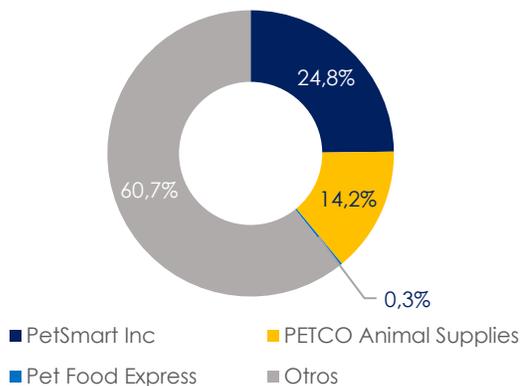
Distribución del gasto en alimentos para mascotas en Estados Unidos, por canal de venta (2023) (Part.%)



Fuente: IBISWorld Report—New Zealand Government

Dentro de los segmentos de alimentos para mascotas premium y naturales, las **tiendas especializadas** de mascotas siguen siendo el canal de ventas más grande, con PetSmart y Petco como los principales jugadores.

Participación en el mercado de las principales tiendas de mascotas en Estados Unidos (2023) (Part.%)



Fuente: Statista

Número de tiendas de mascotas en Estados Unidos, por cadena (Marzo 2023)



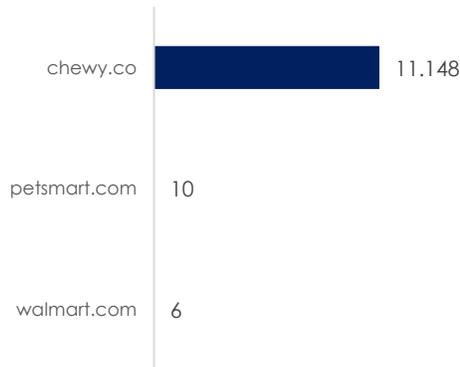
Fuente: Statista

Además, para el segmento súper premium, las **tiendas de mascotas independientes** son el canal de ventas más grande y tienen más probabilidades de llevar productos de nicho y ultra premium que satisfagan a los consumidores que abordan proactivamente la salud y el bienestar de sus mascotas.

Por otra parte, el **comercio electrónico** está creciendo, impulsado a raíz de la pandemia del COVID-19. Según Euromonitor International, las ventas de alimentos para mascotas en los Estados Unidos en tiendas físicas alcanzarán los USD 39,4 mil millones en 2024 (comparado con los USD 36,6 mil millones en 2023), mientras que las ventas de alimentos para mascotas a través de tiendas en línea alcanzarán los USD 21,3 mil millones (comparado con los USD 19 mil millones en 2023).

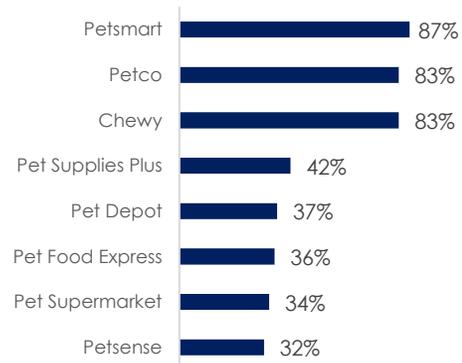
Generacionalmente, los dueños de mascotas más jóvenes tienen más probabilidades de comprar productos para mascotas en línea, mientras que las generaciones mayores compran más en tiendas físicas. Según la revista especializada *Pet Food Processing*, en 2024 el 50% de los dueños de mascotas de la Generación Z, el 52% de los Millennials, el 46% de los Gen X y el 42% de los Baby Boomers compraron productos para mascotas a través de plataformas línea. Entre los medios de compra en línea más reconocidos se encuentra **Chewy**, una de las plataformas de comercio electrónico más grandes y reconocidas para productos para mascotas en el país, ofreciendo una amplia variedad de artículos para perros, gatos, aves, peces, reptiles y otros animales.

**Top 3 tiendas para mascotas en línea**  
(2023) (USD millones)



\*Ventas netas de suministros para mascotas a través de e-commerce  
Fuente: Statista

**Tiendas para mascotas en línea más conocidas**  
(2023) (% Consumidores que la reconocen)



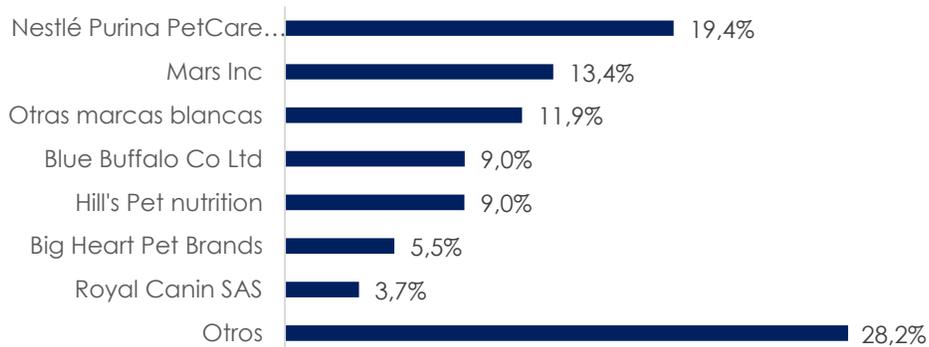
Fuente: Statista

## 6. JUGADORES EN EL MERCADO

### a. Alimento para perros

El top 5 de empresas de empresas en el segmento de alimentos para perros en Estados Unidos concentran el 62,7% de las ventas minoristas en el mercado:

**Principales jugadores en el segmento de alimentos para perros en Estados Unidos**  
(2023) (Part.%)



Fuente: EMIS- Euromonitor Industry Capsule, Cálculos ProColombia

### Nestlé Purina Petcare Co

Nestlé Purina, una empresa líder en el cuidado de mascotas en Estados Unidos, ofrece una amplia gama de alimentos y golosinas para perros. Sus productos abarcan múltiples categorías, atendiendo a diferentes etapas de la vida, necesidades dietéticas y preferencias. Los segmentos de alimentos para perros de Purina incluyen opciones tanto de alimentos secos como húmedos, con formulaciones especializadas como libres de granos, fórmulas específicas para cachorros y alimentos para perros mayores (seniors).

Purina enfatiza el uso de carne de res, aves o pescado como el ingrediente principal en muchas de sus marcas. Por ejemplo, Purina Pro-Plan presenta un alto contenido de proteínas provenientes de pollo, cordero o salmón, combinadas con granos enteros como arroz y avena, así como nutrientes esenciales como ácidos grasos omega-6 para una piel y pelaje saludables, y glucosamina para apoyar la salud de las articulaciones, especialmente en perros mayores.

Algunas de las principales marcas más conocidas incluyen:



Fuente: Euromonitor International

- **Purina ONE:** Se enfoca en ofrecer nutrición natural con vitaminas y minerales añadidos, con fórmulas diseñadas para necesidades de salud específicas como digestión, apoyo inmunológico y salud articular.
- **Beneful:** Conocida por su equilibrio entre ingredientes saludables y sabores atractivos, Beneful ofrece una variedad de alimentos húmedos y secos que son tanto nutritivos como agradables para los perros.
- **Purina Pro-Plan:** Una línea premium diseñada para el rendimiento y la nutrición especializada, con fórmulas para cachorros, perros adultos y mayores, incluyendo opciones para piel sensible, digestión y control de peso.
- **Purina Dog Chow:** Una de las marcas originales y más reconocidas de Purina, que ofrece una nutrición completa y accesible para perros en todas las

etapas de la vida. Dog Chow tiene una larga reputación de confiabilidad y calidad en el mercado.

Otras marcas notables son Beyond, que destaca por sus ingredientes naturales, y ALPO, reconocida por ofrecer comidas de alta calidad a precios accesibles.

### Mars Inc

Mars Petcare es un proveedor líder en el cuidado de mascotas, que ofrece una variedad de productos alimenticios a través de marcas reconocidas. Sus segmentos de alimentos para perros incluyen opciones tanto de alimentos secos como húmedos, diseñados para perros en diferentes etapas de la vida y con necesidades dietéticas específicas. Mars Petcare enfatiza el uso de ingredientes de alta calidad en sus productos, incluyendo carne real de pollo, res y cordero, además de granos saludables como arroz y cebada, junto con nutrientes esenciales para garantizar una nutrición equilibrada.

Entre las principales marcas se encuentran:



- Pedigree: Proporciona una nutrición completa y equilibrada a un precio accesible, ofreciendo tanto comida seca como húmeda para cachorros, perros adultos y mayores (seniors).
- Cesar: Esta marca está enfocada en perros pequeños, ofreciendo comida húmeda estilo gourmet, con énfasis en el sabor y la variedad.
- Iams: Brinda una nutrición premium con un enfoque científico, con fórmulas adaptadas a diversas necesidades, como el control de peso, la digestión y el soporte de la movilidad.

### Blue Buffalo Co



Blue Buffalo es una reconocida empresa de alimentos para mascotas, dedicada a proporcionar ingredientes naturales de alta calidad en sus productos. La marca se enfoca en la nutrición holística, ofreciendo tanto alimentos secos como húmedos para perros en distintas etapas de vida, incluyendo fórmulas especializadas para necesidades dietéticas específicas.

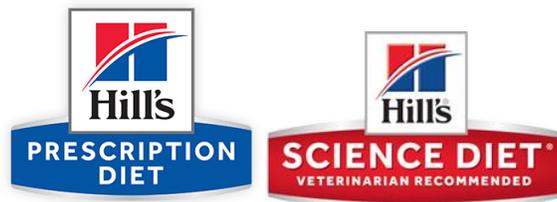
Blue Buffalo destaca el uso de carne real, como pollo, cordero y pescado, como primer ingrediente en muchas de sus recetas. La marca también ofrece opciones libres de granos para mascotas con sensibilidades y utiliza granos ricos en nutrientes como arroz integral y cebada en otras fórmulas. Estos productos están enriquecidos con LifeSource Bits, una mezcla patentada de vitaminas, minerales y antioxidantes que apoyan la salud inmunológica y el bienestar general.

Otra línea popular de productos, Nudges, ofrece golosinas para perros basadas principalmente en carne (res, pollo y cerdo), diseñadas para proporcionar un snack saludable y sabroso. Sus Jerky Cuts y Stix están elaborados con carne real, satisfaciendo los antojos naturales de los perros por sabores intensos, al mismo tiempo que están formulados con un mínimo de aditivos.

### Hill's Pet Nutrition

Hill's Pet Nutrition ofrece productos para la salud y el bienestar de los perros. Sus principales líneas de alimentos para perros están diseñadas para atender las necesidades nutricionales específicas de perros en diferentes etapas de su vida, desde cachorros hasta perros mayores. Hill's enfatiza el uso de proteínas de calidad, granos integrales y nutrientes esenciales. Sus productos están formulados con ingredientes como pollo y pescado como principales fuentes de proteínas, además de incluir carbohidratos como arroz y cebada, y grasas saludables que apoyan la piel y el pelaje.

Entre sus principales marcas se encuentran:

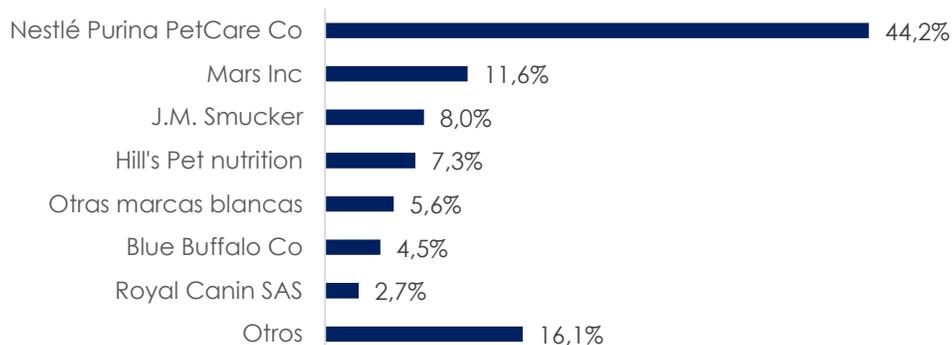


- **Hill's Science Diet:** Se centra en proporcionar una nutrición diaria balanceada, utilizando ingredientes de alta calidad que respaldan la salud a lo largo del tiempo. Incluye proteínas de alta calidad y granos integrales, y está formulada para abordar necesidades específicas, como digestión y control de peso.
- **Hill's Prescription Diet:** Los productos se ofrecen bajo la supervisión de veterinarios y está destinada a perros con condiciones de salud especiales. Estos alimentos están diseñados científicamente para tratar problemas como la obesidad, las enfermedades renales y otras condiciones médicas.

### b. Alimento para gatos

El top 5 de empresas de empresas en el segmento de alimentos para gatos en Estados Unidos concentran el 76,7% de las ventas minoristas en el mercado:

### Principales jugadores en el segmento de alimentos para gatos en Estados Unidos (2023) (Part.%)



Fuente: EMIS- Euromonitor Industry Capsule, Cálculos ProColombia

#### Nestlé Purina Petcare Co

Nestlé Purina también ofrece una amplia gama de opciones de alimentos para gatos. La empresa trabaja con una variedad de segmentos de alimentos, que incluyen alimentos húmedos elaborados a partir de carne real de aves o mariscos combinados con salsas o caldos, alimentos secos diseñados para ofrecer una nutrición completa y equilibrada para diferentes etapas de la vida, y golosinas formuladas para complementar las opciones de alimentos húmedos y secos.

Algunas de las principales marcas son:



- **Fancy Feast:** Conocida por sus ofertas de estilo gourmet, con carne real de aves o mariscos en alimentos húmedos, a menudo acompañados de salsas o caldos. Ofrecen sabores como pollo, pavo o salmón.
- **Friskies:** Ofrece una amplia gama de alimentos húmedos y secos, con combinaciones como pollo, pescado oceánico y salmón. La marca hace énfasis tanto en el sabor como en la nutrición, ofreciendo productos como patés y golosinas crujientes.
- **Cat Chow:** Se centra en proporcionar una nutrición completa y equilibrada para gatos en todas las etapas de la vida. Con fórmulas como Cat Chow

*Naturals*, la marca incluye pollo real como ingrediente principal, complementado con vitaminas, minerales y nutrientes esenciales para promover el bienestar general de gatos que no salen de casa.

### Mars Inc

Esta empresa ofrece una amplia gama de productos de alimentos para gatos, atendiendo diversas necesidades nutricionales y etapas de la vida, y con un enfoque en ingredientes de calidad y nutrición equilibrada. Algunas de sus principales marcas son:



- **Temptations:** Es una marca popular que ofrece golosinas crujientes con centros suaves para gatos. Están hechas con carne o pescado real y están disponibles en varios sabores, como pollo, mariscos y atún. Además, proporcionan una opción baja en calorías.
- **IAMS:** Ofrece alimentos secos y húmedos premium para gatos. Sus fórmulas incluyen proteínas de alta calidad, como pollo o salmón, como primer ingrediente, combinadas con granos saludables y nutrientes esenciales para promover un sistema inmunológico saludable, músculos fuertes y buena digestión. IAMS también ofrece opciones especializadas para necesidades específicas, como el control de bolas de pelo y la salud urinaria.
- **Sheba:** Es conocida por su lujoso alimento húmedo para gatos, enfatizando en la carne o mariscos reales como ingredientes principales. La marca ofrece una variedad de sabores, incluyendo pollo, salmón y atún, a menudo acompañados de salsas o caldos.

### J.M. Smucker

Originalmente conocida por sus mermeladas y café, la compañía ha diversificado su portafolio para incluir una variedad de marcas de alimentos y snacks para mascotas, enfocándose en satisfacer las necesidades dietéticas tanto de gatos como de perros. En el segmento de alimentos para gatos, JM Smucker ofrece productos que se adaptan a las diversas preferencias y requerimientos de los felinos. Su marca Meow Mix está bien establecida en el mercado y es reconocida por el uso de carne real e ingredientes naturales.

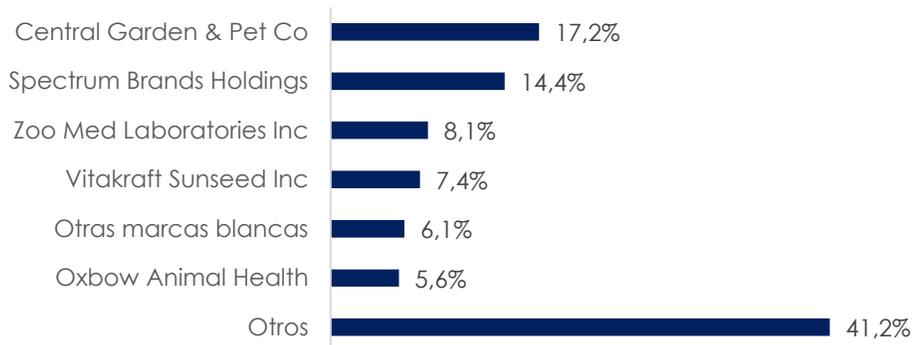


- **Meow Mix:** Ofrece una amplia gama de productos, incluyendo alimentos secos, húmedos y golosinas, diseñados para satisfacer las necesidades dietéticas y las preferencias de sabor de los felinos. La marca enfatiza el uso de carne real, aves o pescado como ingredientes principales, asegurando un alto contenido proteico y sabores atractivos. Sus opciones de comida seca, como *Meow Mix Original Choice* y *Hairball Control*, presentan croquetas crujientes, mientras que sus alimentos húmedos, incluidos *Tender Favorites* y *Simple Servings*, vienen elaborados con salsas o caldos.

### c. Otros alimentos para mascotas

El top 5 de empresas de empresas en el segmento de otros alimentos para mascotas en Estados Unidos concentran el 53,1% de las ventas minoristas en el mercado:

Principales jugadores en el segmento de otros alimentos para mascotas en Estados Unidos (2023) (Part.%)



Fuente: EMIS- Euromonitor Industry Capsule, Cálculos ProColombia

### Central Garden & Pet Co

Empresa especializada en productos para los sectores de mascotas y jardín. La compañía ofrece una variedad de productos como alimentos, golosinas y suministros para perros, gatos, pájaros, pequeños animales, reptiles y peces. La compañía también proporciona productos especializados para mascotas con necesidades más específicas en términos de nutrición, cuidado y bienestar general.

Alunas de sus principales marcas son:



- **Kaytee:** La marca se especializa en alimentos y productos de cuidado para pequeños animales, aves y reptiles. Su gama de productos incluye pellets, golosinas y sustrato, enfatizando el uso de ingredientes naturales y ofreciendo una variedad de dietas fortificadas elaboradas con granos, semillas y verduras de alta calidad. Sus alimentos para pequeños animales a menudo incluyen alfalfa, heno Timothy y vitaminas añadidas para garantizar una nutrición equilibrada.
- **Aqueon:** Se centra en mascotas acuáticas, proporcionando una gama de productos que incluyen alimentos para peces, en presentaciones como copos y pellets. Estos están diseñados con necesidades dietéticas específicas, ofreciendo formulaciones que presentan harina de pescado real, camarones e ingredientes de alta calidad que promueven la salud y vitalidad de las mascotas acuáticas. Sus productos también incluyen opciones para diversas especies de peces, asegurando que cada tipo reciba la nutrición adecuada.

## 7. OFERTA DISPONIBLE EN EL MERCADO

En línea con las tendencias de consumo presentadas anteriormente, a continuación, se relacionan algunos ejemplos de producto que pueden encontrarse en los principales canales de venta del mercado:

Foto	Producto	Mascota	Tipo	Precio (USD)	Presentación	Canal de venta
	Iams Proactive Health Large Breed Adult with Real Chicken	Perro	Seco	\$61,68	Bolsa 40 lb	Chewy

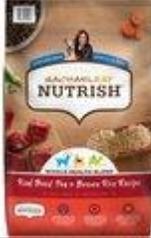
Foto	Producto	Mascota	Tipo	Precio (USD)	Presentación	Canal de venta
	Real Beef, Pea, & Brown Rice Recipe	Perro	Seco	\$54,98	Bolsa 40lb	Chewy
	Cesar Classic Loaf in Sauce Variety Pack Adult Filet Mignon & Grilled Chicken	Perro	Húmedo	\$8,49	Lata 3,5oz (x6)	Chewy
	Blue Buffalo Stew Chicken & Beef Variety Pack	Perro	Húmedo	\$16,99	Lata 12,5 oz (x6)	Chewy
	American Journey Peanut Butter Recipe Grain-Free Oven Baked Crunchy Biscuit	Perro	Golosina	\$2,59	Bolsa 8oz	Chewy
	Stewart Beef Liver Freeze-Dried Raw	Perro	Golosina (líoofilizado)	\$35,99	21oz	Chewy
	PetPlate Frozen Fresh Human-Grade Beef, Chicken, Lamb & Venison Variety Pack	Perro	Congelado	\$67,00	12 oz cup (x6)	Chewy
	Stella & Chewy's Marie's Magical Dinner Freeze-Dried Raw Dust Grass-Fed Beef Dog Food Toppe	Perro	Topper (líoofilizado)	\$14,94	Bolsa 7oz	Chewy
	Fancy Feast Gravy Lovers Poultry & Beef Feast Variety Pack	Gato	Húmedo	\$19,92	Lata 3oz (x24)	Chewy

Foto	Producto	Mascota	Tipo	Precio (USD)	Presentación	Canal de venta
	Sheba Perfect Portions Grain-Free Roasted Chicken, Gourmet Salmon & Tender Turkey Cuts in Gravy Variety	Gato	Húmedo	\$16,89	Lata 1,3 oz (x24)	Chewy
	Meow Mix Original Choice Dry Cat Food	Gato	Seco	\$28,48	Bolsa 30lb	Chewy
	Instinct Raw Boost Mixers Grain-Free Skin & Coat Health Recipe Freeze-Dried Cat Food Topper	Gato	Topper (lío-filizado)	\$10,39	Bolsa 5,5 oz	Chewy
	Temptations Creamy Puree Variety Pack Lickable Cat Treats	Animales pequeños	Golosina	\$23,98	Sobre 0,425 oz (x48)	Chewy
	Kaytee Baked Apple Timothy Biscuit Small Animal Treats	Animales pequeños	Golosina	\$2,46	Bolsa 4oz	Chewy
	Exotic Nutrition Fruity O's Small Pet Treat	Animales pequeños	Golosina	\$3,11	Bolsa 2,5 oz	Chewy
	Nutrena NatureWise Premium Rabbit Food	Conejo	-	\$9,09	Bolsa 25lb	Chewy

Foto	Producto	Mascota	Tipo	Precio (USD)	Presentación	Canal de venta
	Hill's® Prescription Diet® Gastrointestinal Biome Digestive Fiber Adult Dog Food - Chicken	Perro	Seco	\$54,99	Bolsa 8lb	Petsmart
	Freshpet® Vital™Balanced Nutrition Chicken Adult Dog Food	Perro	Fresco	\$20,99	6lb	Petsmart
	Wiggles & Wags Puppy Dental Sticks Dog Treats	Perro	Golosina	\$5,99	Bolsa 5,1 oz	Petsmart
	Hill's® Prescription Diet® c/d Multicare Urinary Care Cat Food - Chicken	Gato	Seco	\$64,99	Bolsa 8,5lb	Petsmart
	Hartz Delectables Lickable Treats™ Bisque Cat Treats - Variety Pack	Gato	Golosina	\$12,99	Paquete 1,4oz (x12)	Petsmart
	Omega™ One Goldfish Pellets Fish Food	Pez	Pellets	\$8,59	4,2oz	Petsmart
	Hikari Algae Wafers™ Fish Food	Pez	-	\$15,49	8,8oz	Petsmart

Foto	Producto	Mascota	Tipo	Precio (USD)	Presentación	Canal de venta
	Natural Balance Adult Wet Dog Food - Vegetarian, Vegan	Perro	Húmedo	\$3,99	Lata 13 oz	Petsmart
	Natural Balance Limited Ingredient Vegetarian Small Breed Recipe Adult Dry Dog Food	Perro	Seco	\$16,24	Bolsa 4 lb	Chewy
	Halo Plant-Based Dog Treats with Sweet Potato & Carrots, Vegan Dog Treats	Perr	Golosina	\$ 3,89	8oz	Chewy
	Wysong Vegan Dry Dog & Cat Food	Perro y gato	Seco	\$ 16,99	Bolsa 5 lb	Chewy

## 8. ASPECTOS SANITARIOS Y REGULATORIOS

La información contenida en este apartado es de orientación y guía general, por lo cual debe tomarse como de carácter referencial únicamente. Se recomienda consultar su caso en particular con un experto.

A continuación, se relaciona información general sobre aspectos sanitarios y regulatorios a tener en cuenta para la comercialización de alimentos para mascotas en Estados Unidos:

## Food and Drug Administration (FDA)

La Administración de Alimentos y Medicamentos- *Food and Drug Administration* (FDA) es el principal organismo regulador de los alimentos para mascotas. La FDA regula los alimentos para mascotas de manera similar a otros alimentos para animales. La Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos (Ley FD&C) exige que todos los alimentos para animales, al igual que los alimentos para humanos, sean seguros para comer, se produzcan en condiciones sanitarias, no contengan sustancias dañinas y estén etiquetados de manera veraz.

La Sección 801 de la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos (Ley FD&C) establece los requisitos para las importaciones y exportaciones de productos regulados por la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA). Para más información, consulte: [FDA Importing-Animal Food](#)

Los alimentos para animales importados a los Estados Unidos deben estar compuestos enteramente de ingredientes considerados aceptables para su uso en dichos productos. Aunque no existe un requisito de aprobación previa a la comercialización para los alimentos para animales, sus ingredientes deben ser aditivos alimentarios aprobados [[Ley FD&C 21 CFR 573](#)], ser reconocidos como seguros [[Ley FD&C 21 CFR 582](#)], o ser objeto de una definición de ingrediente publicada en la Publicación Oficial (OP) de la Asociación de Funcionarios de Control de Alimentos para Animales de América (AAFCO). La FDA reconoce los nombres y definiciones de ingredientes en la OP de la AAFCO, que tiene la lista más completa de ingredientes aceptables para su uso en alimentos para animales. Puede consultar su sitio web aquí: [Association of American Feed Control Officials \(AAFCO\)](#).

Además, los alimentos enlatados para mascotas deben procesarse de conformidad con las regulaciones de alimentos enlatados de baja acidez para garantizar que estén libres de microorganismos viables, véase el [Título 21 del Código de Regulaciones Federales, Parte 113 \(21 CFR 113\)](#). Para obtener más información sobre los alimentos enlatados de baja acidez, consulte los [Documentos de Orientación e Información Regulatoria sobre Alimentos Acidificados y Enlatados de Baja Acidez](#).

### a. Ingredientes

La FDA se asegura de que los ingredientes utilizados en los alimentos para mascotas sean seguros y tengan una función apropiada en el alimento. Muchos ingredientes como carne, aves y granos se consideran seguros y no requieren aprobación previa al mercado. Otras sustancias, como fuentes de minerales, vitaminas u otros nutrientes, saborizantes, conservantes o ayudas de procesamiento pueden ser Generalmente Reconocidas Como Seguras para un uso previsto (21 CFR 582 y 584) o deben tener aprobación como aditivos alimentarios (21 CFR 570, 571 y 573). Los colorantes deben tener aprobaciones para tal uso según se especifica en 21 CFR 70 y estar listados

en las Partes 73, 74 o 81. Para más información, consulte [FDA's Regulation of Pet Food](#).

#### **b. Etiquetado**

Las regulaciones actuales de la FDA requieren la identificación adecuada del producto, declaración de cantidad neta, nombre y lugar de negocio del fabricante o distribuidor, y un listado adecuado de todos los ingredientes en el producto de mayor a menor, basado en el peso. Algunos estados también hacen cumplir sus propias regulaciones de etiquetado. Muchas de estas regulaciones se basan en un modelo proporcionado por la Asociación de Oficiales de Control de Alimentos Americanos (AAFCO).

La FDA también revisa declaraciones específicas en los alimentos para mascotas, como "mantiene la salud del tracto urinario", "bajo en magnesio" y "control de bolas de pelo".

La aprobación de la Ley de Modernización de la Seguridad Alimentaria (FSMA) en 2011, que modifica la Ley FD&C y es la actualización más completa de la regulación de seguridad alimentaria de EE.UU. creó nuevos requisitos y estándares obligatorios para todos los fabricantes de alimentos para humanos y mascotas en EE.UU. La ley también otorga a la FDA la autoridad para realizar inspecciones de instalaciones para verificar el cumplimiento de la FSMA, y para asegurar que los alimentos importados cumplan con los estándares de seguridad alimentaria de EE.UU. Para más información, consulte: [Food Safety Modernization Act and Animal Food](#)

#### **Servicio de Inspección Sanitaria de Plantas y Animales (Animal & Plant Health Inspection Service)- USDA-APHIS**

Regula la importación de animales y materiales derivados de animales para garantizar que no introduzcan enfermedades animales extranjeras en los Estados Unidos. Por lo general, se requiere un permiso de los Servicios Veterinarios (VS) del USDA-APHIS para la importación de cualquier alimento animal, medicamento animal o componente (como alimento para ganado, alimento/ golosinas para mascotas, alimento para la acuicultura o ingredientes de los mismos) que contenga material de origen animal (incluidos productos lácteos, materiales procesados y carne cruda o procesada). Para más información, consulte: [USDA APHIS Import Animal Products](#)

## 9. FUENTES

- FMI. Actualización de las perspectivas de la economía mundial (abril 2024).
- CIA World Factbook.
- EMIS-Euromonitor Industry Capsules
- Trademap
- Statista
- Asociación Americana de Productos para Mascotas (APPA)
- Circana-Gobierno de Nueva Zelanda
- Pet Food Processing
- Pet Food Industry
- Food and Drug Administration (FDA)
- USDA-APHIS
- ProColombia.

La información contenida en este documento es de orientación y guía general. En ningún caso, ProColombia, ni sus empleados, son responsables ante usted o cualquier otra persona por las decisiones o acciones que pueda tomar en relación con la información proporcionada, por lo cual debe tomarse como de carácter referencial únicamente.