TRIPLETHREE
INTERNATIONAL

ANUARIO ESTADÍSTICO

PET FOOD MÉXICO 2026–2027



UN MERCADO EN EVOLUCIÓN

NUEVOS COMPORTAMIENTOS

CANALES QUE TRANSFORMAN

OPORTUNIDADES PARA CRECER

TRIPLETHREE INTERNATIONAL

ANUARIO ESTADÍSTICO

PET FOOD MÉXICO 2026–2027

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Las historias, señales y oportunidades que mueven el mercado.



El negocio vale más. 01

Perros más pequeños. Nuevas reglas de consumo. 02

La revolución silenciosa de los gatos. 03

Ya no todo es croqueta. 04

El premio ya es parte del menú. 05

La tienda también vive en la pantalla. 06

Subir precios puede hacerte perder clientes. 07

Tu marca puede nacer sin fábrica propia. 08

72.1 millones de perros y gatos en México. 09

Toneladas de Pet Food para perros y gatos. 10

La croqueta concentra la mayor parte del valor. 11

El segmento estándar domina. Pero el premium ya vale un tercio del mercado. 12

El futuro del Pet Food es cada vez más felino. 13

13 páginas editoriales · Publicidad fuera de la numeración

Un recorrido editorial para entender el mercado, detectar señales y enfocar decisiones.

HYDRA®
BY PET SOCIETY

Eleva tu grooming.

Impulsa tu negocio.

Conoce nuestro Catálogo de Productos

Cosmética profesional que combina **seguridad, eficacia y alto rendimiento** para **resultados excepcionales** en cada servicio.



- pH balanceado para perros y gatos
- Fórmulas veganas
- Sin sulfatos ni parabenos
- Materias primas grado humano
- Alto rendimiento y diluciones 10:1

¡INICIA CON HYDRA!

Adquiere tu Kit de Iniciación y recibe una **capacitación personalizada** para conocer nuestros productos, optimizar su uso y descubrir cómo **mejorar la rentabilidad** de tu negocio.

- Capacitación personalizada
- Mayor rentabilidad
- Acompañamiento comercial

Nuestros distribuidores en México:

HOLLYWOOD ESTÉTICA DOGS CANINA
www.hollywooddogs.mx
811 528 3419
818 3536896

Charli Store®
https://charlistore.com
5541137343

Petolove PET SHOP / SPA / VET
663 3296814
667 1665906

¿Estás interesado en ser nuestro distribuidor aliado en México? | Contáctanos: **petsocietymx@sumitomocorp.com**

¿Por qué elegir cosmética de alto valor como Hydra para el grooming profesional?

Hoy en día, las mascotas son parte fundamental de nuestras familias, y sus tutores están cada vez más informados y son más exigentes. Por eso, debemos preguntarnos: ¿cuidamos su experiencia o solo cubrimos una necesidad?



> **En el grooming la experiencia tiene que ser memorable para el tutor y agradable para perros y gatos.**

Un buen servicio no es solo el baño y el aroma, es técnica, criterio y productos de calidad que suman valor a la higiene. Todo comienza con la piel, el órgano más grande del cuerpo. El clima, los cambios de temperatura y el contacto con diferentes productos pueden dañar la barrera cutánea. Una cosmética enfocada únicamente en limpiar puede dejar de lado las necesidades de hidratación y cuidado de la piel y el manto. Un acabado perfecto no sirve si la piel no está bien cuidada.



Por eso, incorporar una cosmética profesional como Hydra al protocolo de higiene y embellecimiento marca la diferencia. Hydra no solo limpia, también hidrata, nutre y aporta belleza, mientras ayuda a proteger la barrera cutánea y cuidar el manto, la primera defensa de la piel frente a agentes externos.



El beneficio también lo siente el groomer. Los profesionales pasan horas con las manos en contacto con productos cosméticos, por lo que la resequedad y las reacciones cutáneas son una preocupación real. Hydra cuenta con certificación de hipoalergenicidad para la piel humana, brindando cuidado también a las manos del groomer, su principal herramienta de trabajo.



El resultado se nota en todo el proceso. El groomer logra acabados de mayor calidad y rentabilidad gracias al alto rendimiento de los productos Hydra. El médico veterinario encuentra en Hydra un aliado para cuidar la piel desde la higiene y prevenir enfermedades dermatológicas, y el tutor recibe a su mascota con una piel saludable y un manto que muestra salud.



El tutor comprende que el baño profesional es el primer paso del cuidado dermatológico, contribuye al bienestar a largo plazo y complementa el trabajo del médico veterinario. Menos razones para preocuparse y más motivos para volver.

ZOOMARK

22nd international trade show for pet food and pet care

11—13 May 2027
Bologna, Italy

- Aqua Project
- Atelier
- Beyond
- Next
- Pawfect!
- Pet Vision



Factory

Where the pet industry meets the supply chain

Book your booth at Zoomark

exhibitor@zoomark.it

Certified Trade Fair

094/2025
ZMRK25R2S1

an event by

Bologna Fiere COSMOPROF

El negocio vale más.



Aunque no pese mucho más.

En 2026, el Pet Food mexicano crece más en valor que en volumen. El mercado se vuelve más sofisticado.

+8.3%

Crecimiento en valor

+3.4%

Crecimiento en volumen

TRIPLETHREE INSIGHT

El valor no es una tendencia. Es una nueva etapa del mercado.

Perros más pequeños. Nuevas reglas de consumo.



La mayoría de los perros en México son de talla pequeña o mediana. Esto ayuda a explicar por qué la población canina puede seguir creciendo mientras el volumen del mercado aumenta más lentamente.

Composición de la población canina en México por tamaño de raza

- **38%** Pequeñas
- **57%** Medianas
- **5%** Grandes

Diferencia de consumo diario de alimento (ejemplos)

55 g/día Chihuahua

740 g/día Husky

Más perros no siempre significan más kilos.

Una población con mayor proporción de razas pequeñas y medianas impulsa el crecimiento en número, pero modera el aumento del volumen total de alimento.

TRIPLETHREE INSIGHT

La nueva demografía canina está conteniendo el crecimiento del volumen. El mercado se hace más pequeño en talla, pero más sofisticado en valor.

La revolución silenciosa de los gatos.



La narrativa del mercado sigue siendo canina. Pero el crecimiento incremental se está moviendo hacia gatos: crecen más rápido, aceptan un mayor valor por kilo y empujan la premiumización del mercado.

+16.0%
CAGR valor gatos
2020–2026

1.58×
Valor por kg
vs perro

Los gatos crecen casi **2× más rápido** en valor que los perros.

TRIPLETHREE INSIGHT

El crecimiento más atractivo del mercado ya no es secundario. Hoy está definiendo el rumbo del negocio.

Ya no todo es croqueta.

El crecimiento más atractivo aparece donde el consumidor percibe más valor: húmedos, premios y fórmulas con una propuesta más sofisticada.



PREMIOS

+17.5%
CAGR valor

HÚMEDO

+8.3%
CAGR valor

SECO

73.1% del valor
87.5% del volumen

TRIPLETHREE INSIGHT

El tamaño sigue en el seco.
El dinamismo está en los extremos.

El premio ya es parte del menú.



El crecimiento ya no se limita a la comida principal. Los premios y snacks semi-húmedos para gatos crean más ocasiones de consumo, fortalecen el vínculo y aportan un mayor valor percibido en la categoría.

+46.6%

CAGR valor · premios gatos · 2020–2026

1.58×

Valor por kg vs perro

Más que un snack, más momentos.

- Más ocasiones de consumo
- Snack, recompensa y vínculo
- Mayor valor percibido

TRIPLETHREE INSIGHT

El crecimiento más atractivo ya no vive solo en la comida principal. También vive en el premio.

La tienda también vive en la pantalla.

La compra de Pet Food ya no depende sólo del punto de venta físico. El canal digital gana relevancia, expande la conveniencia y cambia la forma en que las marcas construyen relación con el consumidor.



El ecommerce pet food **se duplicó** en tres años.

Más conveniencia
Compra fácil, rápida y desde cualquier lugar.

Más recurrencia
El canal digital impulsa la recompra y la fidelidad.

Más omnicanalidad
Una experiencia integrada entre lo físico y lo digital.

TRIPLETHREE INSIGHT

El anaquel ya no tiene cuatro paredes. También vive en la pantalla.

PRICING / INTELIGENCIA DE MERCADO

Subir precios puede hacerte perder clientes.



Si tu producto no demuestra por qué vale más, el consumidor puede elegir otra marca.

NO TODAS LAS MARCAS TOMARON LA MISMA DECISIÓN

33 marcas analizadas · abril 2025 a abril 2026

15 SUBIERON PRECIOS

15 BAJARON PRECIOS

3 NO CAMBIARON

OTRA PISTA DEL MERCADO

6 de 13 marcas relevantes subieron entre **5% y 8%.**

Sólo 1 superó el **8%.**

El mercado sí sube precios, pero casi nadie puede irse demasiado arriba **sin asumir riesgo.**

TRIPLETHREE INSIGHT

Si vas a cobrar más, da razones para quedarse.

Fuente: Triplethree International, variación de precios por marca (INEGI), abr. 2025–abr. 2026.

Tu marca puede nacer sin fábrica propia.

Hoy una parte importante del Pet Food mexicano se produce por maquila.
Eso baja la barrera de entrada.
El reto real ya no es fabricar.
Es vender y diferenciar tu marca.

~30%
de la producción nacional ya se estima vía maquila.

8
maquiladores identificados en el estudio.

La barrera de entrada baja.
Puedes lanzar producto sin construir una planta propia.



TRIPLETHREE INSIGHT

La maquila facilita entrar al mercado. No garantiza que tu marca destaque.

72.1 millones de perros y gatos en México.

42% de los perros y gatos en México viven en la calle.

DE LOS 72.1 MILLONES

41.7 M Con hogar

30.4 M En la calle

DÓNDE VIVEN: DISTRIBUCIÓN POR ESPECIE

Con hogar · En la calle

Cada barra = 100% de la especie



INSIGHT · No basta contar mascotas. Importa cómo se alimentan.

Fuente: Triplethree International · México 2026 · Estimación de población con hogar y en calle.

Toneladas de Pet Food para perros y gatos.

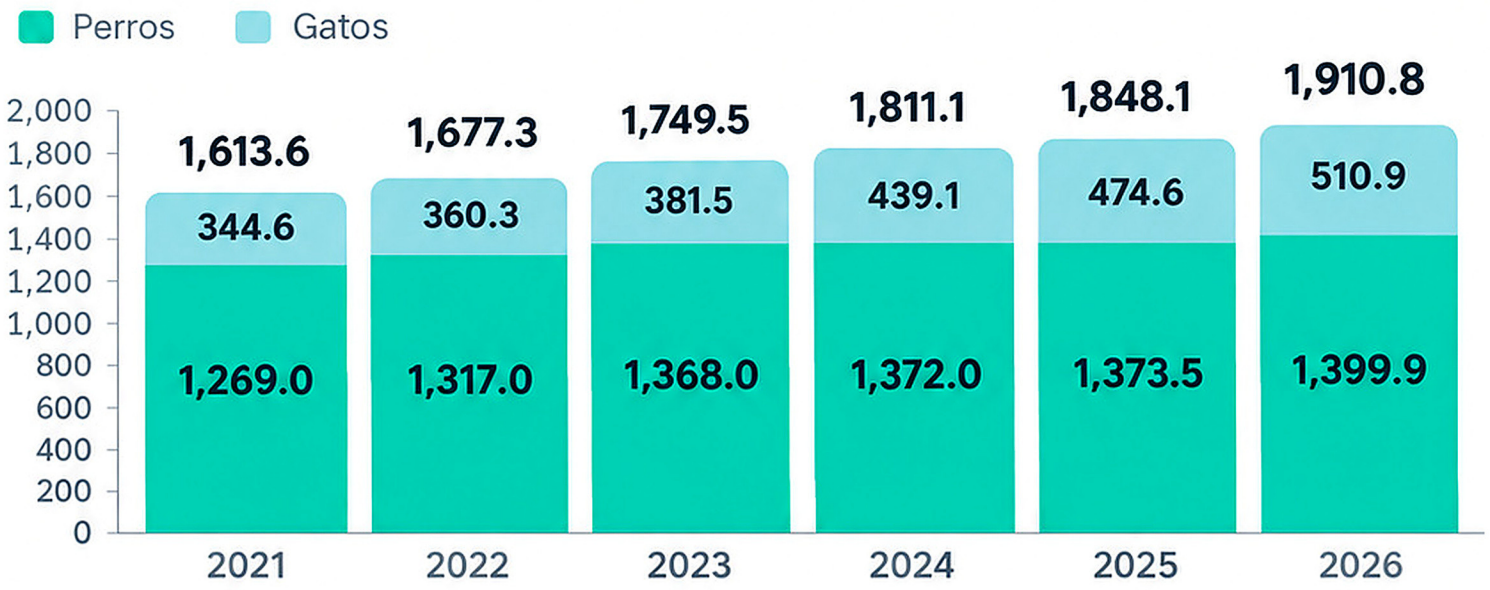
México · 2021–2026 · miles de toneladas

1.91 M
TOTAL 2026

toneladas consumidas de Pet Food en México
+18.4% frente a 2021

CONSUMO HISTÓRICO POR ESPECIE · 2021–2026

Miles de toneladas



56% del crecimiento desde 2021 proviene de gatos.



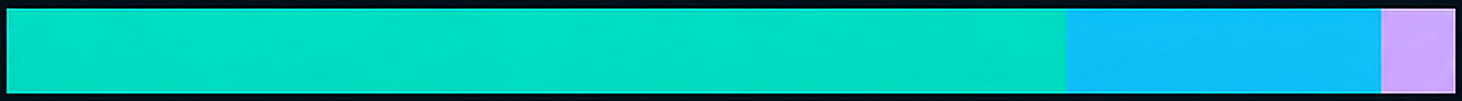
PANORAMA DEL MERCADO · 2026

La croqueta concentra la mayor parte del valor.

Pero húmedos y premios ya suman más de una cuarta parte.

PARTICIPACIÓN EN VALOR

Ventas de alimento para perros y gatos · México, 2026





SECO

73.1%

DEL VALOR TOTAL



HÚMEDO

21.8%

DEL VALOR TOTAL



PREMIOS

5.1%

DEL VALOR TOTAL

TRIPLETHREE INSIGHT

Casi $27 de cada $100 vendidos en Pet Food ya provienen de alimentos húmedos y premios.

Fuente: Triplethree International · Estudio Pet Food México 2026, matrices pp. 71 y 79.
Participaciones calculadas en valor, a precios de punto de venta. Cifras redondeadas.

El segmento estándar domina. Pero el premium ya vale un tercio del mercado.

Participación del mercado por segmento de precio en términos de valor | México 2026

Económico
17.8%

Estándar
49.0%

Premium
33.3%



De cada $100 vendidos en Pet Food, $33 corresponden a productos premium.

El futuro del Pet Food es cada vez más felino.

México sumará 250 mil toneladas de alimento hacia 2030.
Los gatos aportarán seis de cada diez toneladas adicionales.

2.16 M

MILLONES DE TONELADAS
de alimento para perros y gatos
+13.1% respecto de 2026

CONSUMO ANUAL POR ESPECIE

Miles de toneladas · México



PERROS
+7.0%
1.40 → 1.50 M t

GATOS
+29.9%
0.51 → 0.66 M t

De cada 10 toneladas nuevas hacia 2030, 6 serán alimento para gatos.



INTELIGENCIA REGIONAL PARA LA INDUSTRIA PET FOOD

DOS SOLUCIONES PARA CRECER EN PET FOOD.

Encuentra dónde crecer. Descubre a quién vender. Prioriza mejor.

PARA FABRICANTES Y MARCAS



PET FOOD LATAM

Convierte la información del mercado en crecimiento para tu marca.

- **Entiende dónde crecer**
  Tamaño y crecimiento por país.
- **Identifica oportunidades**
  Países con mayor potencial.
- **Evalúa tu posición competitiva**
  Marcas, market shares y canales.
- **Toma mejores decisiones**
  Escenarios y oportunidades comerciales.

PARA PROVEEDORES DE INGREDIENTES



INDUSTRIAL PET FOOD INTELLIGENCE LATAM

Conecta tus ingredientes con la demanda real del sector.

- **Descubre dónde vender más**
  Mapa de fabricantes y plantas.
- **Prioriza fabricantes y plantas**
  Según su potencial y necesidades.
- **Analiza la demanda por ingrediente**
  Volumen, tendencia y oportunidad.
- **Enfoca tu gestión comercial**
  Cuentas prioritarias por país.

16 | **mercados de Latinoamérica y España**

Una visión regional integral para identificar oportunidades, priorizar cuentas y crecer.

Solicita una demostración

ifranco@triplethreeinternational.com