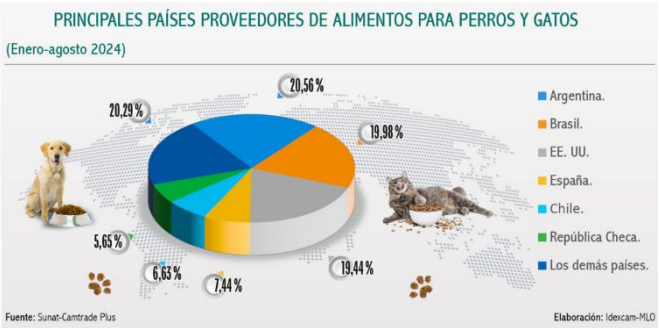
Invertir en el mercado de mascotas: **El mercado de mascotas en Perú facturaría US$680 millones hacia el 2028**

En Perú, el sector de mascotas está en auge. Más hogares adoptan perros y gatos, y con ellos, crece todo un ecosistema económico. Según la **Asociación Peruana de Protección Animal**, más del **60% de hogares en Lima Metropolitana** convive con al menos una mascota. Y el crecimiento del ecommerce pet supera el **35% anual**, según datos de Niubiz. Las tiendas físicas también reportan crecimiento: solo en 2023, se abrieron más de **200 locales nuevos dedicados al sector pet** en Lima y Arequipa.

Según un estudio realizado por **Ipsos**, aproximadamente el **58 % de los hogares peruanos tiene al menos una mascota**. De estos, el **88 %** tiene perros y el **38 %** gatos, con algunos que cuentan con más de una mascota, estos animales son vistos como miembros de la familia, y su bienestar, que incluye vacunas y accesorios, es una prioridad para sus dueños.



En 2023, un año marcado por la recesión en varios sectores de la **economía peruana**, la categoría de cuidado de mascotas generó ventas por **US$ 456 000 000**, lo que representó un incremento del **7,9 %** anual, Se espera que este dinamismo continúe en los próximos años, impulsado en parte, por un grupo demográfico joven que tiende a postergar la maternidad o paternidad, optando por el cuidado de animales de compañía.

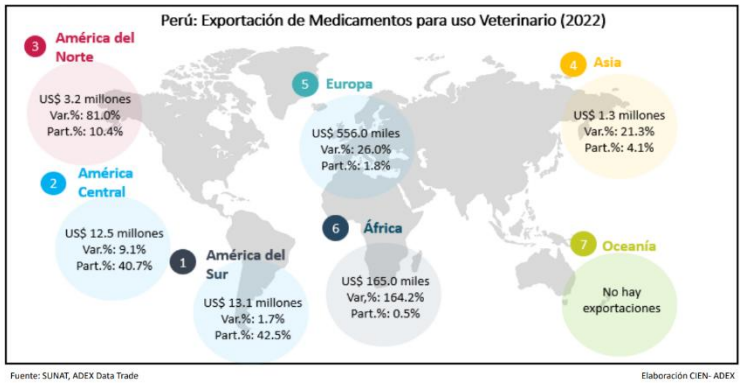
Sin duda, la salud es un gasto que ya realizan los dueños de mascotas. De acuerdo con una encuesta del 2018 de CPI, el gasto veterinario promedio mensual en las familias de Lima Metropolitana en ese momento era de 85 soles para perros y 39 soles en gatos. Bajo esta premisa, la startup chileno Pawer, una plataforma digital que provee planes de asistencia veterinaria y seguros de salud para mascotas, empezó a operar en Perú el año pasado. Nacida en el 2022, a la fecha ha logrado proteger a 10.000 mascotas (principalmente en Chile) y está a puertas de lanzar su producto oficialmente al mercado peruano de la mano de una aseguradora local.

La empresa quiere llegar a las 25.000 mascotas aseguradas entre ambos mercados, incluyendo tanto los canales B2B como B2C, comenta Guillermo Díaz, fundador y CEO de Pawer. El potencial que ve el emprendimiento en el mercado peruano y de Latinoamérica es importante. El tamaño del mercado mundial de seguros para mascotas se estimó en US$ 11.870 millones en 2023 y se proyecta que se expandirá a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 14,15% de 2024 a 2030, según Grand View Research. Solo en América del Norte, se registraron 5,36 millones de mascotas aseguradas durante 2023, lo que representa un aumento del 21,7% respecto a 2021.

En 2022, el mercado mundial de medicamentos para uso veterinario se situó en US$ 487,494.1 millones, registrando un crecimiento de 7.5% con respecto al año anterior. EE.UU. fue el principal comprador mundial de medicamentos para uso veterinario acumulando el 18.9% del valor total (US$ 91,910.2 millones), seguido por Alemania (US$ 33,846.4 millones) y Suiza (US$ 31,804.2 millones). Por su parte, Alemania fue el principal proveedor mundial de medicamentos para uso veterinario con el 16.5% del valor total, equivalente a US$ 72,308.6 millones, cifra mayor en 15.9% respecto al 2021. En 2023, las exportaciones peruanas de medicamentos para uso veterinario sumaron US$ 37.3 millones, monto asociado a un crecimiento de 21.4% respecto al año anterior.

En el 2022, Perú se posicionó en el puesto N° 75 del ranking mundial de proveedores de medicamentos para uso veterinario, y en el puesto N° 11 en América Latina. Entre el 2018 y 2022, las exportaciones peruanas de medicamentos para uso veterinario se incrementaron en un promedio anual de 13.8%, explicado principalmente por el aumento de las exportaciones del 2021. En el 2022, las exportaciones peruanas de medicamentos para uso veterinario sumaron US$ 30.8 millones, monto asociado a un crecimiento de 11.3% respecto al año anterior

Bolivia fue el principal destino de las exportaciones peruanas de medicamentos para uso veterinario al registrar una participación de 19.0% del valor total (US$ 5.8 millones); seguido de Ecuador (US$ 4.1 millones) y México (US$ 2.9 millones).



En el 2022, las importaciones peruanas de medicamentos para uso veterinario se situaron en US$ 88.2 millones, cifra asociada a una caída de 1.9% respecto al año anterior. Al cierre del mes de julio de 2023, las importaciones peruanas de medicamentos para uso veterinario se situaron en US$ 51.9 millones, equivalente a una caída mínima de 0.8% respecto al mismo periodo del año anterior.

Las importaciones desde el exterior se transportaron por vía aérea (76.9% del valor total), marítima (18.7% del valor total) y terrestre (4.5% del valor total). En el 2022, Europa fue la principal región proveedora de medicamentos para uso veterinario al Perú (US$ 35.4 millones); seguido América del Norte (US$ 30.0 millones) y América del Sur (US$ 17.6 millones).

El mercado de mascotas en Perú ha experimentado una diversificación notable en términos de productos y servicios. Los dueños de mascotas invierten considerablemente en vacunas, alimentos especializados, accesorios y hasta seguros de salud para sus animales. Esta tendencia de gasto ha llevado a un mercado en constante evolución y crecimiento.

El desarrollo del sector también se ve reflejado en la expansión de las tiendas especializadas o 'pet shops'. RE Propiedades, empresa de consultoría y comercialización inmobiliaria, destaca que SuperPet y Groomers son las marcas más representativas en este rubro, con múltiples sedes en Lima. Las zonas con mayor demanda de estos productos incluyen distritos como Barranco, Jesús María, La Molina, Miraflores, San Miguel, Independencia y Los Olivos.

La apertura de tiendas en nuevos sectores de la capital responde a la necesidad de atender a una población en crecimiento. Los locales más grandes operan como centros integrales que albergan áreas para veterinaria, grooming, baños y venta de diversos artículos, desde comida hasta ropa y accesorios para mascotas.

Con el aumento en la popularidad de las mascotas y la creciente demanda de productos y servicios relacionados, se ha observado una tendencia hacia la apertura de tiendas especializadas en áreas urbanas clave, donde la densidad poblacional y el poder adquisitivo son más altos.

Sin embargo, el desafío radica en encontrar espacios adecuados que cumplan con las necesidades específicas de estas tiendas. Se evalúan aspectos como accesibilidad, tamaño suficiente para albergar inventarios variados y requisitos de zonificación adecuados.

Este comportamiento está respaldado por una población joven con mayor capacidad de gasto y una inclinación creciente por tratar a las mascotas como miembros de la familia. La industria del cuidado de mascotas en Perú está en una posición ideal para continuar su expansión, adaptándose a las nuevas tendencias y demandas de los consumidores