

Zumma Learning, Consulting & Sustainability.

Agosto 2024



**EXPORTACIÓN DE  
ALIMENTOS PARA PERROS Y  
GATOS POR PARTE DE U.S.A.  
HACIA AMÉRICA CENTRAL.  
JUNIO 2024.**

ZUMMALC&S

\*  
Learning, Consulting & Sustainability



**esan**  
BUSINESS

GRADUATE  
SCHOOL OF

# PRÓLOGO.

En 2023, la industria de mascotas en Estados Unidos continuó su crecimiento significativo, alcanzando ventas totales de \$147 mil millones, según la American Pet Products Association (APPA). Esto representó un aumento de \$10.2 mil millones o 7.45% en comparación con 2022. La APPA presentó estos datos en su informe "State of the Industry" durante el Global Pet Expo en Orlando, Florida. La asociación anticipa un crecimiento continuo en todos los sectores de la industria de productos para mascotas.

El sector de alimentos y golosinas para mascotas se mantuvo como el líder en ventas, totalizando \$64.4 mil millones en 2023, lo que representa aproximadamente el 43% de las ventas totales de la industria. Este segmento experimentó un aumento del 10.8% respecto a 2022. Las ventas de cuidados veterinarios y productos fueron la segunda categoría más alta, con un total de \$38.3 mil millones, un incremento del 6.7% desde 2022 y representando el 26.1% de las ventas totales de la industria.

La APPA también destacó que la contribución económica total de la industria de mascotas fue de \$303 mil millones en 2023, un aumento del 16% respecto a 2022. Se anticipa que las ventas de la industria superarán los \$250 mil millones para 2030, con el sector de alimentos y golosinas alcanzando alrededor de \$112 mil millones en ventas. Los cuidados veterinarios y productos se prevé que alcancen \$64 mil millones, seguidos por suministros y medicamentos OTC con \$54 mil millones, y otros servicios con \$21 mil millones.

Carlos Pastor.

Zumma LC&S.

Agosto 2024.

# ZUMMA LC&S

## **Exportación de alimentos para perros y gatos (mascotas) desde USA hacia Centroamérica.**

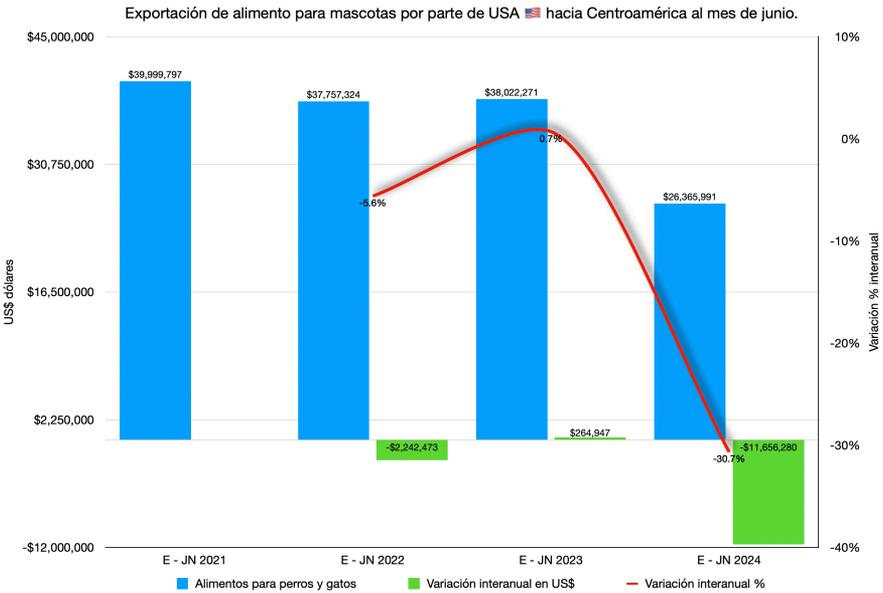
La estadística de venta de alimentos para mascotas dentro de los Estados Unidos muestra una tendencia creciente entre los años terminados 2024 y 2023, destacando la robustez del mercado interno de alimentos para mascotas. Sin embargo, esta tendencia no se refleja en las exportaciones de alimentos para perros y gatos desde Estados Unidos hacia América Central, excluyendo a México. El cuadro adjunto revela una disminución significativa en el valor de las exportaciones durante el primer semestre del año 2024 en comparación con los años anteriores.

En el primer semestre de 2021, Estados Unidos exportó alimentos para perros y gatos por un valor de \$39,999,797. Esta cifra disminuyó en 2022 a \$37,757,324, mostrando una variación interanual negativa de \$2,242,473, lo que representa una disminución del 5.6%. Esta tendencia negativa se revirtió levemente en 2023, cuando las exportaciones aumentaron a \$38,022,271, con una variación interanual positiva de \$264,947 o un incremento del 0.7%.

No obstante, en el primer semestre de 2024, las exportaciones de alimentos para perros y gatos desde Estados Unidos hacia América Central sufrieron una caída drástica, alcanzando un valor de \$26,365,991. Esta disminución de \$11,656,280 en comparación con el mismo período de 2023 representa una variación interanual negativa del 30.7%. Esta significativa reducción podría atribuirse a diversos factores, como la competencia de otros mercados, cambios en las políticas comerciales, o fluctuaciones en la demanda de estos productos en los países centroamericanos.

El análisis de estas cifras subraya una divergencia notable entre el crecimiento del mercado interno estadounidense de alimentos para mascotas y la disminución en las exportaciones hacia América Central.

Mientras que el mercado interno sigue expandiéndose, las exportaciones muestran vulnerabilidad y una tendencia decreciente que puede tener implicaciones importantes para los productores y exportadores de estos productos en Estados Unidos. Este contexto plantea desafíos y posibles estrategias de adaptación para abordar las fluctuaciones en la demanda internacional y fortalecer la posición competitiva en los mercados externos.



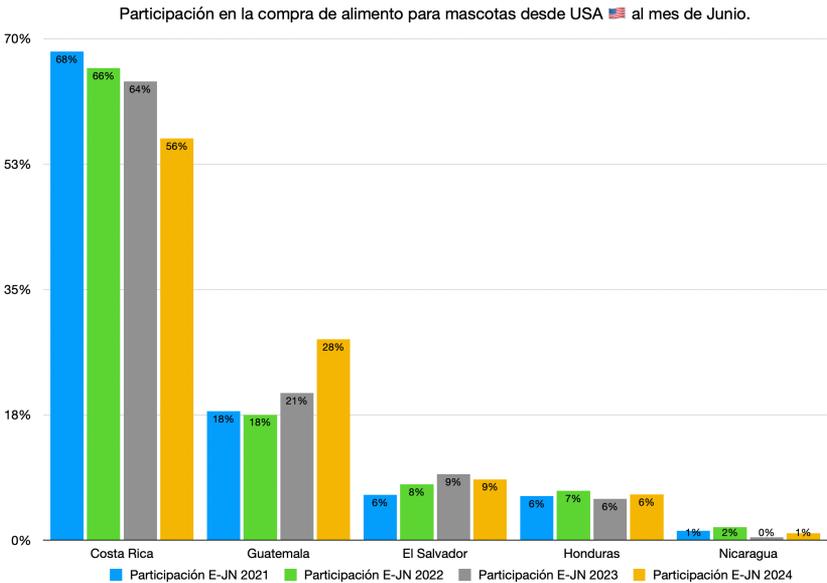
### Participación de mercado.

El análisis de los datos de exportación de alimentos para perros y gatos de EE. UU. hacia Centroamérica desde el primer semestre de 2021 hasta el primer semestre de 2024 revela tendencias interesantes en cuanto a las compras de cada país. Costa Rica ha sido consistentemente el mayor receptor de estos productos, aunque su importación ha disminuido significativamente de \$27,278,680 en 2021 a \$14,786,045 en 2024. Esta

reducción casi a la mitad en tres años refleja una tendencia a la baja notable en el mercado costarricense.

Guatemala sigue a Costa Rica en el volumen de importación, pero también muestra una disminución en el valor importado, de \$7,204,009 en 2021 a \$7,394,456 en 2024. Aunque la reducción no ha sido tan drástica como en Costa Rica, sigue siendo una indicación de contracción.

El Salvador, aunque comenzó con cifras más bajas en 2021, ha mostrado una tendencia más irregular, con un pico en 2023 de \$3,504,519, para luego caer a \$2,243,994 en 2024, siendo este el país que ha experimentado la mayor caída en términos absolutos desde el primer semestre de 2023 al primer semestre de 2024.



Honduras ha mostrado una reducción menos dramática, pasando de \$2,459,306 en 2021 a \$1,679,985 en 2024, con fluctuaciones menos pronunciadas año tras año.

Por último, Nicaragua ha sido consistentemente el menor importador de alimentos para perros y gatos de esta región, con cifras que han variado menos en comparación con los otros países, aunque también muestra una tendencia general a la baja de \$531,584 en 2021 a \$261,511 en 2024.

En conclusión, todos los países de Centroamérica han mostrado una disminución en la importación de alimentos para perros y gatos de EE. UU., con Costa Rica y El Salvador exhibiendo las caídas más notables tanto en términos relativos como absolutos entre 2023 y 2024. Esto podría reflejar una serie de factores económicos, preferencias de consumo cambiantes, o una mayor competencia de otros mercados.

## **Análisis por mercado.**

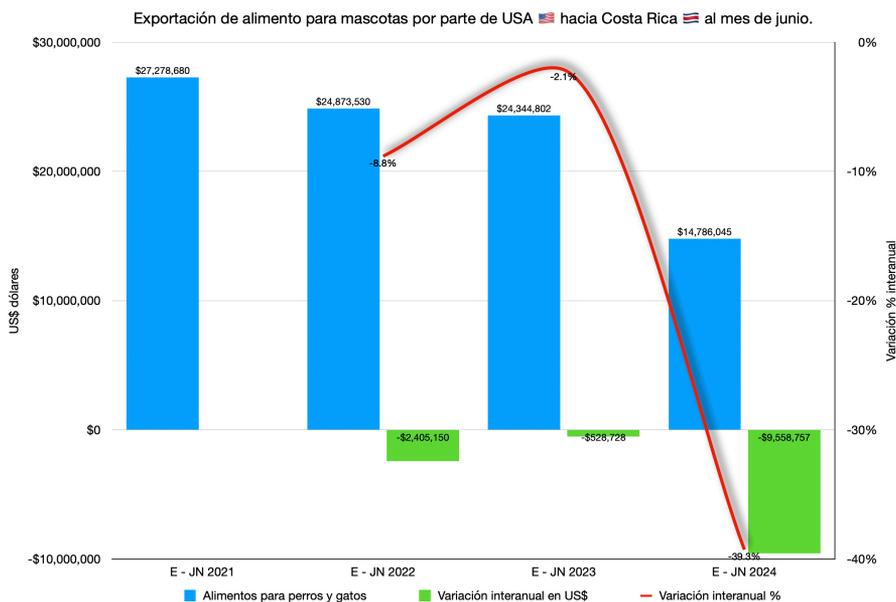
### **Costa Rica.**

El análisis de las exportaciones de alimentos para perros y gatos desde Estados Unidos hacia Costa Rica entre enero y junio de 2021 a 2024 revela una notable contracción en el saldo comercial. En el primer semestre de 2021, las exportaciones alcanzaron un valor de \$27,278,680, situándose como el país centroamericano que mayor volumen de estos productos recibe. Sin embargo, a medida que avanzan los años, se observa una tendencia a la baja.

Para el primer semestre de 2022, el valor exportado disminuyó a \$24,873,530, lo que representó una variación interanual negativa de \$2,405,150, equivalente a un 8.8%. Esta disminución continuó en 2023, aunque de manera menos pronunciada, con un valor de \$24,344,802 y una variación interanual de \$528,728, lo que equivale a un 2.1% menos en comparación con el año anterior.

El cambio más drástico se evidenció en el primer semestre de 2024, donde el valor de las exportaciones cayó a \$14,786,045. Esta reducción

de \$9,558,757 en comparación con el mismo periodo de 2023, supone una contracción del 39.3%. Esta significativa disminución, que comenzó a observarse desde marzo de 2024, plantea interrogantes sobre los factores que han contribuido a este descenso.



Una posible explicación podría ser un cambio en la dinámica del mercado interno costarricense, donde los fabricantes locales de alimentos para mascotas podrían haber incrementado su participación en el mercado. Esta hipótesis sugiere que la producción nacional ha logrado cubrir una mayor parte de la demanda interna, reduciendo así la dependencia de las importaciones provenientes de Estados Unidos.

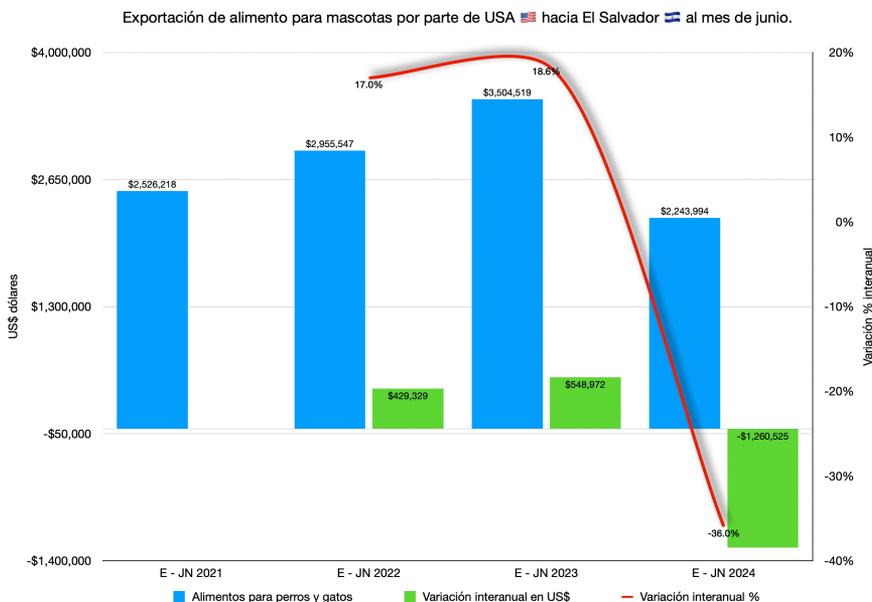
Para comprender mejor las razones detrás de esta tendencia, sería esencial analizar el comportamiento de la industria de alimentos para mascotas en Costa Rica, incluyendo la capacidad de producción local, las estrategias de mercado, y la preferencia de los consumidores. Además,

factores económicos generales, como el poder adquisitivo de los consumidores y la competitividad de los productos locales frente a los importados, también podrían influir en esta dinámica.

Este análisis preliminar destaca la necesidad de un estudio más profundo para identificar las causas específicas de esta caída en las exportaciones y evaluar cómo las empresas exportadoras en Estados Unidos pueden adaptarse a estos cambios en el mercado centroamericano.

## El Salvador.

El análisis de las exportaciones de alimentos para perros y gatos de Estados Unidos hacia El Salvador entre el primer semestre de 2021 y el primer semestre de 2024 revela una tendencia inicial positiva, seguida de una notable disminución en 2024. En 2021, el valor exportado fue de \$2,526,218, aumentando a \$2,955,547 en 2022, lo que representa un incremento del 17%. Este crecimiento continuó en 2023, alcanzando los \$3,504,519, con un aumento interanual del 18.6%.



Sin embargo, en el primer semestre de 2024, las exportaciones cayeron a \$2,243,994, una disminución significativa de \$1,260,525 o un 36% en comparación con el mismo período de 2023. Esta caída refleja una tendencia similar observada en otros países de Centroamérica, sugiriendo posibles factores económicos o cambios en la demanda local que afectan las importaciones de alimentos para mascotas desde Estados Unidos.

En conclusión, aunque El Salvador mostró una tendencia de crecimiento en las importaciones de alimentos para perros y gatos entre 2021 y 2023, el primer semestre de 2024 marca un cambio abrupto hacia una disminución significativa, alineándose con una tendencia negativa en el mercado centroamericano en general.

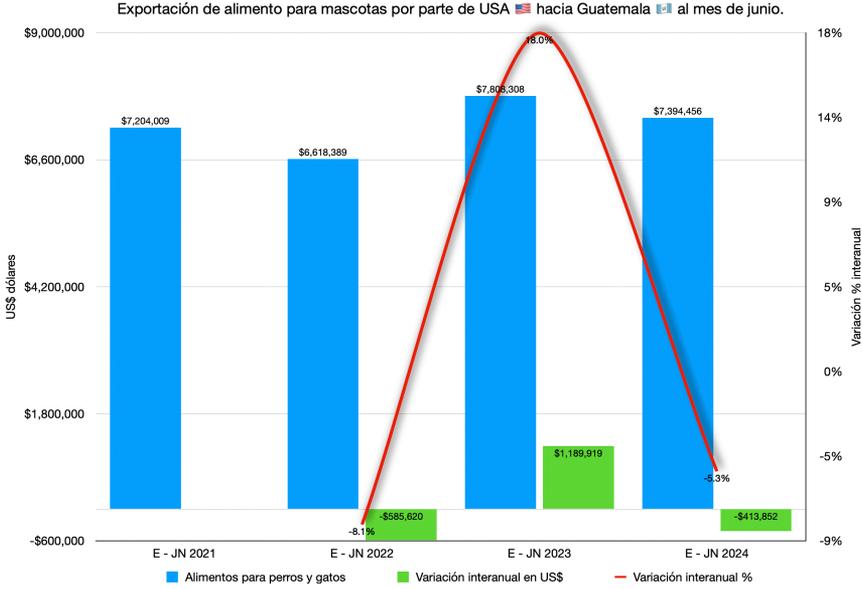
### **Guatemala.**

El análisis de la exportación de alimentos para perros y gatos desde Estados Unidos hacia Guatemala entre el primer semestre de 2021 y el primer semestre de 2024 revela varias tendencias importantes. En 2021, el valor de estas exportaciones fue de \$7,204,009. Sin embargo, en 2022, se registró una disminución del 8.1%, con un valor de \$6,618,389. Este descenso podría estar relacionado con fluctuaciones en la demanda interna guatemalteca o cambios en las políticas comerciales.

En 2023, la tendencia cambió significativamente, mostrando un aumento del 18% en comparación con el año anterior, alcanzando los \$7,808,308. Este incremento sugiere una recuperación en la demanda o una mejora en las relaciones comerciales entre ambos países, posiblemente debido a cambios en las preferencias del mercado o a la introducción de nuevas estrategias de comercialización por parte de los exportadores estadounidenses.

Sin embargo, en el primer semestre de 2024, el valor de las exportaciones volvió a disminuir, esta vez en un 5.3%, situándose en \$7,394,456. Esta reducción podría deberse a varios factores, como una mayor

competencia local en Guatemala, cambios en las condiciones económicas, o una disminución en la demanda de productos importados.

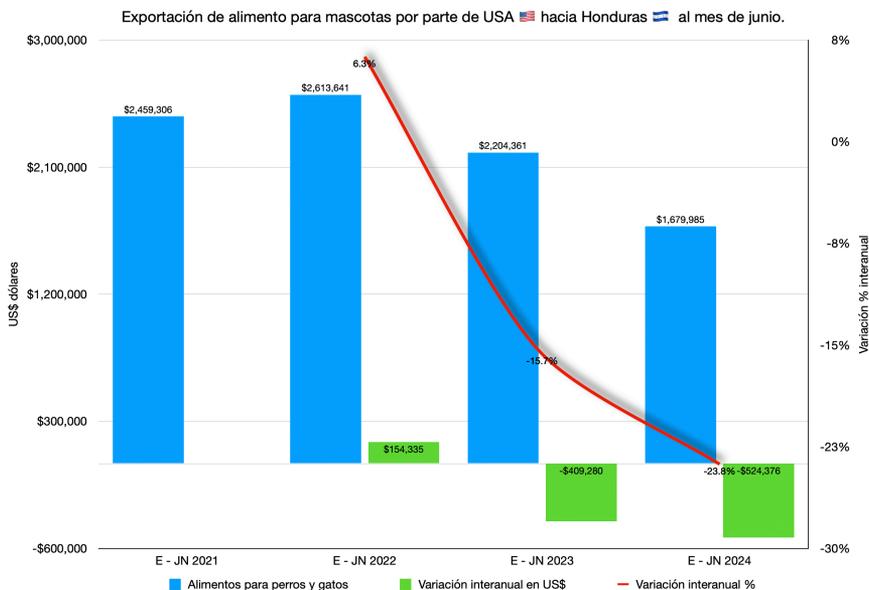


En resumen, mientras que el año 2023 mostró una recuperación notable en las exportaciones de alimentos para perros y gatos desde Estados Unidos hacia Guatemala, el primer semestre de 2024 indica una nueva caída en el valor de estas exportaciones. Es crucial investigar más a fondo las razones detrás de estas fluctuaciones para entender mejor el comportamiento del mercado y adaptar las estrategias comerciales en consecuencia.

## Honduras.

El análisis de la exportación de alimentos para perros y gatos desde Estados Unidos hacia Honduras entre el primer semestre de 2021 y el primer semestre de 2024 revela una tendencia decreciente. En 2021, el valor de las exportaciones fue de \$2,459,306. En 2022, se registró un aumento a \$2,613,641, lo que representó un incremento interanual de \$154,335 o un 6.3%. Sin embargo, en 2023, las exportaciones disminuyeron a \$2,204,361, una reducción de \$409,280 o un 15.7% en comparación con el año anterior.

Para el primer semestre de 2024, el valor exportado continuó su descenso, alcanzando los \$1,679,985. Esto representa una disminución adicional de \$524,376 o un 23.8% respecto al mismo periodo en 2023. La tendencia negativa observada en los últimos dos años indica una reducción significativa en la demanda de alimentos para perros y gatos importados desde Estados Unidos en Honduras.



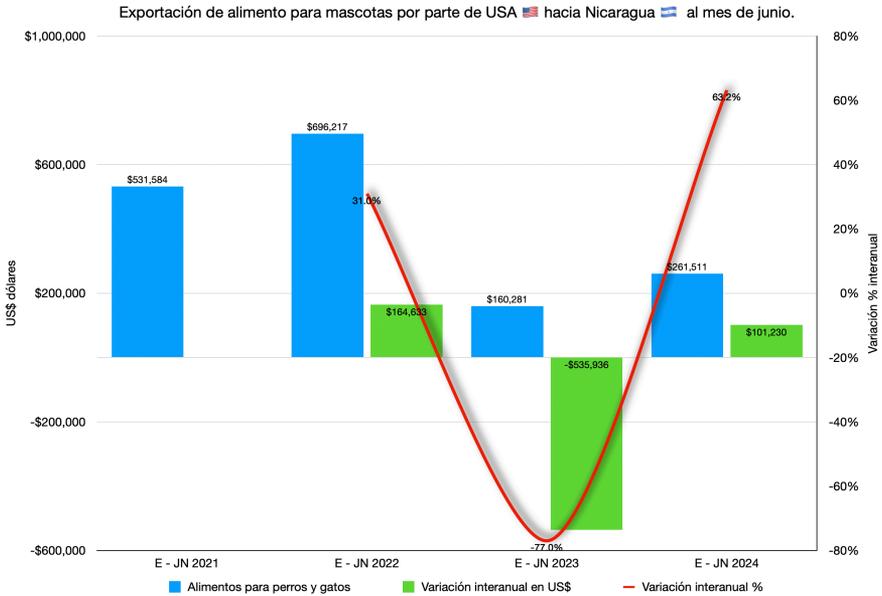
Esta caída en las exportaciones podría estar influenciada por varios factores, incluidos cambios en la economía local, variaciones en la competitividad de los productos nacionales, o posibles cambios en las preferencias de los consumidores hondureños hacia productos locales o alternativos. Es esencial analizar estos factores más a fondo para entender las razones detrás de esta disminución y desarrollar estrategias adecuadas para mitigar su impacto en el comercio entre ambos países.

### **Nicaragua.**

El análisis de las exportaciones de alimentos para perros y gatos desde Estados Unidos hacia Nicaragua muestra una dinámica interesante. A lo largo del primer semestre de los años 2021 a 2024, se puede observar una variabilidad significativa en los valores de exportación. En el primer semestre de 2021, Estados Unidos exportó alimentos para perros y gatos a Nicaragua por un valor de \$531,584. En 2022, este valor aumentó considerablemente a \$696,217, lo que representa un incremento interanual de \$164,633 o un 31%. Sin embargo, en 2023, las exportaciones sufrieron una caída drástica, reduciéndose a \$160,281, lo que refleja una disminución de \$535,936 o un 77% en comparación con el año anterior. Esta caída puede estar relacionada con diversos factores, incluyendo la situación económica de Nicaragua y posibles cambios en la demanda interna.

En 2024, las exportaciones de alimentos para perros y gatos hacia Nicaragua mostraron una recuperación significativa, alcanzando un valor de \$261,511, lo que representa un aumento de \$101,230 o un 63.2% en comparación con el primer semestre de 2023. A pesar de esta recuperación, el valor exportado sigue siendo inferior al registrado en 2021 y 2022.

Nicaragua es el país centroamericano que menos alimentos para perros y gatos recibe de Estados Unidos, lo cual podría estar relacionado con el menor ingreso per cápita en comparación con otros países de la región. La volatilidad en los valores de exportación también podría reflejar las fluctuaciones en la demanda y la capacidad económica de los consumidores nicaragüenses para adquirir estos productos.



## Conclusión.

El análisis de la exportación de alimentos para perros y gatos desde Estados Unidos hacia Centroamérica en el primer semestre de 2024 revela una tendencia general a la baja, contrastando con el crecimiento observado en años anteriores. Costa Rica, el principal receptor de estos productos, experimentó una notable contracción del 39.3% en comparación con el mismo período de 2023. Este descenso significativo sugiere que factores internos, como el incremento de la producción local y cambios en la demanda del mercado interno, están influyendo en las importaciones desde Estados Unidos.

El Salvador y Guatemala, que mostraron crecimiento en las importaciones en años previos, también enfrentaron disminuciones en 2024. El Salvador registró una caída del 36%, mientras que Guatemala experimentó una

reducción del 5.3%. Estas disminuciones pueden estar asociadas a factores económicos internos, variabilidad en la demanda y posibles cambios en las políticas comerciales o económicas. En el caso de Honduras, se observó una disminución continuada, reflejando una reducción del 23.8% en 2024, lo que podría estar vinculado a la capacidad económica del país y al poder adquisitivo de sus consumidores.

Nicaragua, aunque es el menor comprador de alimentos para perros y gatos desde Estados Unidos, mostró una recuperación significativa del 63.2% en 2024 tras una fuerte caída en 2023. Esta volatilidad subraya la inestabilidad económica y la variabilidad en la demanda del mercado. En conjunto, estos datos indican la necesidad de un análisis más profundo de los factores económicos y de mercado en estos países para entender mejor las fluctuaciones en las importaciones y adaptar las estrategias comerciales en consecuencia.

Atentamente,  
Carlos Pastor.  
Zumma LC&S

Datos tomados de US Census Bureau.

(<https://usatrade.census.gov>)

Texto desarrollado con IA(\*) y revisado por Zumma LC&S.

Somos Zumma LC&S y ESAN Perú para Centroamérica.

[carlos.pastor@zummalcs.com](mailto:carlos.pastor@zummalcs.com)

[jandres@zummalcs.com](mailto:jandres@zummalcs.com)

[jackiedechacon@zummalcs.com](mailto:jackiedechacon@zummalcs.com)

[www.zummalcs.com](http://www.zummalcs.com)

(\*) Inteligencia Artificial.



# ACERCA DE ZUMMA LC&S

Somos una firma centroamericana dedicada a brindar servicios con valor agregado en la región a través de dos columnas: Formación Ejecutiva (Learning) - Consulting & Sustainability.

Zumma LC&S se formó el 3 de octubre de 2022 en El Salvador, sin embargo sus accionistas tienen más de 25 años de experiencia en el sector de clasificación de riesgo para empresas de diferentes sectores que participan o no en el mercado de capitales. Formación Ejecutiva en Alianza con ESAN Graduate School of Business (ESAN).- ZUMMA LC&S junto con ESAN de Perú firmaron un acuerdo de cooperación a través del cual ZUMMA LC&S promoverá la Formación Ejecutiva para profesionales que deseen ampliar su conocimiento en diversas áreas de Educación Ejecutiva. ESAN se ubica dentro del TOP 7 para América Latina en el Ranking de la Revista América Economía. Igualmente ESAN ocupa el 1er puesto en el ranking para Perú en el prestigioso QS World University Rankings.

