



MARZO 2024

Humanizar a las mascotas: un motor de crecimiento en Asia

Cómo ha evolucionado la adopción de las mascotas

Durante la última década, el aumento de los niveles de soledad en la sociedad y la disminución de las tasas de natalidad han provocado un incremento en la adopción de mascotas. Para los Millennials (en los principales mercados de cuidado de mascotas como Estados Unidos, Reino Unido y China, la mayoría de los dueños de mascotas pertenecen a esta generación o, al menos, constituyen una parte significativa de ellos¹) tener mascotas a menudo se ve como una preparación para la paternidad o incluso como una alternativa a ella. Mientras que, para las generaciones de más edad, sus mascotas son una gran compañía, especialmente cuando se sienten solos porque sus hijos ya se han marchado de casa².

La adopción de mascotas, aunque antes era más común en los países occidentales, ahora también se ha vuelto bastante popular en los países asiáticos, especialmente desde el inicio de la pandemia de la Covid-19.

Aspectos clave

- Humanizar a las mascotas está generando un aumento en la demanda de productos de alimentación, cuidados y servicios sanitarios premium
- Las marcas premium en Asia presentan oportunidades atractivas para que los inversores participen del crecimiento de esta tendencia, la cual probablemente será independiente a la coyuntura económica.
- Se espera que en los próximos años crezcan y se consoliden nuevos mercados, como el de la atención sanitaria o el de los suplementos de alimentación premium.



Christian Zilien
CFA, Especialista de producto
de renta variable



**Sacar partido
a la disrupción**

HUMANIZAR A LAS MASCOTAS: UN MOTOR DE CRECIMIENTO EN ASIA

De hecho, la adopción de mascotas ha aumentado significativamente en Asia durante la última década. Actualmente, el 60% de los ciudadanos tienen una mascota en casa, y el 32% considera a sus gatos y perros sus mejores amigos³.



De la humanización de las mascotas ...

La tendencia de humanizar a las mascotas, es decir, tratarlas como un miembro más de la familia o incluso como a hijos, y adoptar un estilo de vida y alimentación para ellos similar al nuestro, está en auge en Asia-Pacífico. En China, más del 55% de los “padres de mascotas” consideran a sus gatos y perros como hijos, mientras que aproximadamente el 28% los ve como parte de la familia y un 7,5% los considera amigos⁴.

Esta tendencia de pasar de “propietarios de mascotas” a “padres de mascotas” está generando una gran demanda de productos y servicios de primera calidad para animales de compañía, como alimentos, golosinas y suplementos naturales y de origen local. En Asia, la demanda de

accesorios y servicios para mascotas que son más propios de los humanos está creciendo más rápido que en Occidente; Así lo demuestra el hecho de que las ventas de cochecitos para mascotas superaron a las de cochecitos para bebés en Corea del Sur en 2023.⁵

En Japón, donde una población envejecida y un mayor crecimiento económico se combinan con una disminución de la natalidad, es probable que la demanda de productos premium continúe creciendo, con posibles avances en ámbitos como el bienestar, los seguros y hasta los servicios funerarios para mascotas.

... hasta los productos premium

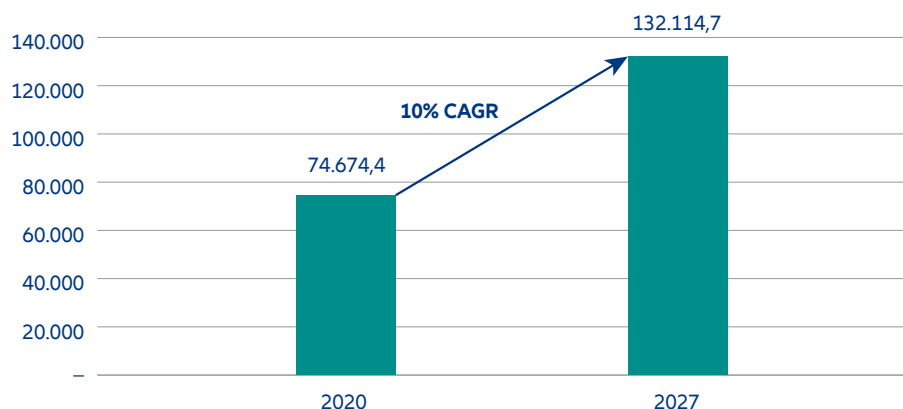
El mercado asiático de mascotas también tiene un ritmo de crecimiento más rápido que el de sus homólogos occidentales. Por ejemplo, la demanda estadounidense de productos premium aumentó un 27% en 2023⁵; En cambio, en China esta demanda creció alrededor del 38%⁶.

Por otro lado, China produjo 1,13 millones de toneladas de alimentos para mascotas en 2021, lo que supuso un crecimiento del 17% en comparación con 2020⁷.

A medida que las marcas premium adoptan etiquetas dietéticas similares a las de los humanos, como “bio” o “de origen local”, productos como las golosinas para mascotas o los suplementos a base de proteína están ganando una mayor popularidad en varios mercados.

Una parte de esta demanda proviene de un fenómeno interesante: los “influencers” de mascotas. Estos cuentan con una gran público, llegando a tener hasta un millón de fans y cientos de miles de seguidores en redes sociales, haciendo que muchas marcas cierren acuerdos de colaboración con ellos⁸.

Mercado del cuidado de mascotas en Asia-Pacífico, 2021 y 2027 (millones de dólares)



Fuente: [Graphicalresearch.com](https://www.graphicalresearch.com). Mercado del cuidado de mascotas en Asia-Pacífico. En enero de 2021

El impulso de las generaciones Millennial y Z en el sector sanitario para las mascotas

Se prevé que el mercado de cuidados sanitarios para las mascotas en Asia experimente un crecimiento de dos dígitos, aumentando un 10% y alcanzando un valor de más de 132.000 millones de dólares en 2027.

Este crecimiento potencial se debe, entre otras cosas, a:

- Los Millennials y la Generación Z en China, quienes representan el 50% de los dueños de mascotas en el país, poseen niveles educativos más altos, ingresos más elevados y gastan entre 50 y 100 dólares al mes en el cuidado de sus mascotas. Además, más del 60% de esta generación, nacida después de 1990, tiene intención de tener mascotas en el futuro, pese a que actualmente menos del 10% ya tiene una. Estas cifras reflejan el aumento en el número de mascotas en China, que se estima que alcance entre 170 y 200 millones para 2024, en comparación con menos de los 100 millones en 2019.⁹
- Por su parte, el mercado de mascotas en India está experimentando un notable crecimiento gracias al aumento de la clase media. De hecho, el número de perros de compañía ha crecido de 19,4 millones en 2018 a 31 millones en 2023, con un valor de mercado que alcanzó los 890 millones de dólares en 2021. Además, se prevé que dicho mercado casi triplique su tamaño en los próximos diez años.¹⁰
- Asimismo, también se espera que segmentos nicho, como el mercado nutracéutico (el cual combina el de la "nutrición" y el "farmacéutico"), crezca a un ritmo del 6,4% desde 2017 a 2023¹¹. China tiene la mayor cuota de mercado (30%), pero se espera que Vietnam se expanda más rápido, con una tasa de crecimiento estimada del 16,7% hasta 2029¹².

¿Cuáles son las implicaciones para la inversión?

Desde una perspectiva de inversión, tenemos la convicción de que el mercado de las mascotas continuará su desarrollo, impulsado por un vínculo cada vez más estrecho entre los dueños y sus compañeros peludos. A medida que este mercado se expanda en diferentes segmentos, es probable que surjan nuevas oportunidades de inversión, especialmente en el sector de servicios premium para mascotas.

Dado que las mascotas son consideradas como un miembro más de la familia, se espera que este sector experimente un buen comportamiento, incluso en momentos de tensión económica, ya que los dueños seguirán priorizando los productos de la mejor calidad y no escatimarán en el bienestar de sus mascotas.

HUMANIZAR A LAS MASCOTAS: UN MOTOR DE CRECIMIENTO EN ASIA

¹ HealthforAnimals: Global State of Pet Care, julio de 2022

² [Pet ownership, loneliness, and social isolation: a systematic review | Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology \(springer.com\)](#). Datos a julio de 2022

³ [UBS: China 360: Seguimiento de los temas que importan](#). Datos de febrero de 2023

⁴ [Petfood packaging.com: China pet statistics report](#). Datos de 2020

⁵ [Koreatimes: Las ventas de cochecitos para mascotas superan a las de cochecitos para bebés por 1ª vez](#). Datos de febrero de 2024

⁶ [China-Briefing.com: Invertir en la multimillonaria industria china de las mascotas](#). Datos de 2023

⁷ PwC: Finding opportunities in China's fast growing pet industry, Datos a septiembre de 2020

⁸ Jefferies Thematic Research Gen Z: Global Purchasing Power and Influence, Datos de agosto de 2022

⁹ PwC: Encontrar oportunidades en la industria china de los animales de compañía, en rápido crecimiento, Datos a septiembre de 2020

¹⁰ [The Economist.com: Los indios se vuelven locos por los perros](#). Datos a diciembre de 2023

¹¹ [Mordorintelligence.com: Asia-Pacific Pet Nutraceuticals Market Size & Share Analysis - Industry Research Report - Growth Trends](#). Datos a agosto de 2023

¹² Ibid.

Las inversiones en instituciones de inversión colectiva conllevan riesgos. Las inversiones en instituciones de inversión colectiva y los ingresos obtenidos de las mismas pueden variar al alza o a la baja dependiendo de los valores o estimaciones en el momento de la inversión y, por tanto, Usted podría no recuperar su inversión por completo. Las opiniones y los pareceres expresados en el presente documento, que están sujetos a cambio sin previo aviso, corresponden a las sociedades emisoras en el momento de la publicación. Los datos utilizados se han obtenido de diversas fuentes y se consideran correctos y fiables en el momento de la publicación. Las condiciones de cualquier oferta o contrato subyacente que se haya realizado o celebrado —o que se pueda realizar o celebrar— prevalecerán. Esto es material publicitario emitido por Allianz Global Investors GmbH, www.allianzgi.com, con domicilio social en Bockenheimer Landstrasse 42-44, 60323 Fráncfort/M, supervisada por la Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht. El Resumen de los derechos de los inversores está disponible en inglés, francés, alemán, italiano y español en <https://regulatory.allianzgi.com/en/investors-rights> Allianz Global Investors GmbH tiene una Sucursal en España, con domicilio en Serrano 49, 28001 Madrid que está inscrita en el Registro de la Comisión Nacional del Mercado de Valores con el número 10. No está permitida la duplicación, publicación o transmisión de su contenido, independientemente de la forma.