International Meat Secretariat

www.meat-ims.org | 649 | avril 2023

ÍNDICE

- Congreso Mundial de la Carne de la OPIC – Maastricht 2023
- Taller de Marketing de la OPIC
- El récord de costes afecta a la industria cárnica mundial
- Buenas noticias en el último informe de la carne
- Calendario de eventos de la OPIC para 2023

I.M.S.
5 rue Lespagnol
75020 París
FRANCIA

Tel.:
33 (0)1 44 93 60 20

Fax:
33 (0)1 44 93 60 01

Editor: Hsin Huang

© I.M.S. Todos los derechos reservados

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta publicación sin el consentimiento previo de la OPIC.

www.meat-ims.org

Congreso Mundial de la Carne de la OPIC – Maastricht 2023

Tras varios años de ausencia por las restricciones de la covid-19, por fin podremos reunirnos de nuevo en el Congreso Mundial de la Carne de la OPIC (WMC2023), que tendrá lugar del 10 al 12 de octubre de 2023 en Maastricht (Países Bajos).

El Congreso será organizado por la Asociación Holandesa de Productores de Carne (COV) en cooperación con la Secretaría Internacional de la Carne (OPIC).

Responder a las necesidades de la sociedad y los consumidores

El lema del Congreso de este año es "Responder a las necesidades de la sociedad y los consumidores". Las distintas jornadas del Congreso se centrarán en los desafíos a los que se enfrenta el sector cárnico en todo el mundo, así como en las oportunidades que brinda el hecho de comprender lo que esperan la sociedad y los consumidores de unos alimentos nutritivos y de alta calidad.

En la actualidad, la carne se encuentra en el epicentro de muchos temas que preocupan a la sociedad. El WMC2023 ofrecerá a todos los participantes una oportunidad única para compartir puntos de vista y presentar soluciones reales para diferentes retos sociales y económicos.

Esta edición se centrará sobre todo en la producción de carne sostenible, una de las principales preocupaciones de la sociedad y los consumidores.

Maastricht, la ciudad anfitriona

La elegante ciudad de Maastricht goza de una ubicación privilegiada: situada entre algunos de los principales países europeos productores de carne (Alemania, Dinamarca, Bélgica, Francia y los Países Bajos), es de fácil acceso gracias a su proximidad a los aeropuertos internacionales de Ámsterdam, Bruselas y Düsseldorf. Además, se halla muy cerca de la ciudad alemana de Colonia, donde poco antes se celebrará la feria alimentaria Anuga. Ello significa que los visitantes internacionales podrán combinar fácilmente la feria Anuga con el Congreso Mundial de la Carne 2023.

Para más información, visite la página web del congreso www.wmc2023maastricht.com.

Taller de Marketing de la OPIC

El 12º Taller de Marketing de la OPIC será organizado por Bord Bia (Oficina de Alimentos de Irlanda) en Dublín (Irlanda) del 4 al 6 de octubre de 2023. Tras el taller virtual celebrado por Australian Pork en la primavera de 2021, este evento marca el retorno a la presencialidad.

Los talleres de marketing se celebran en cuatro continentes y reúnen desde 1997 a la comunidad del sector cárnico para compartir experiencias de marketing y comunicación sobre una amplia variedad de temas en los mercados nacionales e internacionales.

Los temas tratados -siempre actuales y pertinentes- se centran en la publicidad, las campañas de comunicación, los sistemas de evaluación, la salud humana, la sostenibilidad, los controles de calidad y la gestión de crisis.

El formato es sencillo: los delegados

realizan presentaciones breves de las diferentes áreas temáticas que concluyen con un debate. En algunas ocasiones, se recurre a ponentes externos de alta calidad para que aporten otras perspectivas y moderen el debate sobre cuestiones específicas.

Las áreas temáticas que se presentarán en Dublín son:

- Sesión 1 Marketing en tiempos de recesión
- Sesión 2 Barreras al consumo de carne
- Sesión 3 Crecimiento y potencial del consumo de carne en los países en desarrollo

El taller tendrá lugar durante los días inmediatamente anteriores a la celebración de la feria Anuga en Colonia. La selección de estas fechas tiene por objeto ayudar a reducir los costes de viaje y facilitar la asistencia a ambos eventos de los delegados.

En las próximas semanas se facilitarán todos los detalles, incluida la información sobre los ponentes externos, el precio de inscripción al taller y las opciones de alojamiento. Si antes desea obtener más información, contacte con: mark.zieg@bordbia.ie

El récord de costes afecta a la industria cárnica mundial

Tras los encuentros virtuales de los dos últimos años a causa de la pandemia, la consultora Gira Meat Club (GMC) volvió a reunirse presencialmente en Ginebra a principios de diciembre de 2022 para su 47ª Reunión Anual.

Ello constituye un pequeño indicio más de la vuelta a la normalidad tras la interrupción brusca de la demanda y la disrupción de la cadena de suministro de la carne que causó la pandemia. Sin embargo, **las secuelas de la covid-19 son de amplio alcance y duraderas** y las cuestiones clave que deberán tenerse en cuenta a lo largo de este año son las siguientes:

- ¿Cómo responderá el mercado chino al drástico cambio en la política de covid cero adoptada por su Gobierno?

- ¿Cómo reaccionarán los consumidores ante la reducción del poder adquisitivo provocado por la subida de la inflación y por el incremento del precio de la carne a raíz de la escasez de la oferta, causada a su vez por el fuerte aumento de los costes de producción?

- ¿En qué medida afectarán los flujos comerciales a los problemas de sanidad animal? La encefalopatía espongiforme bovina (EEB), la peste porcina africana (PPA) y la gripe aviar de alta patogenicidad (IAAP) están causando numerosos problemas en la actualidad, que empeorarán a menos que los políticos adopten un enfoque adecuado ante estos problemas.

La rápida propagación de la covid en China en la segunda mitad de 2022, forzada en parte por el cambio de política del Gobierno, se ha multiplicado, como era de prever, pero su gravedad es decreciente. En enero de 2023, los viajes para celebrar el Año Nuevo chino aumentaron un 30% frente a 2022, y lo más probable es que la economía del país se recupere a medida que los consumidores tengan una vida menos restringida y puedan disfrutar de la abundante liquidez personal acumulada tras tres años sombríos.

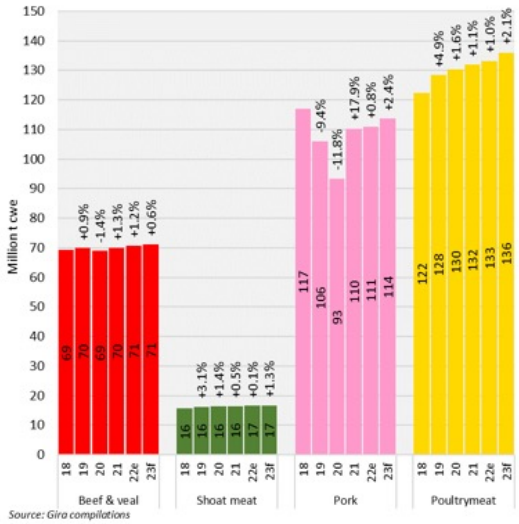
Ello tendrá un efecto positivo sobre la demanda de carne, que generará un incremento de los precios y las importaciones a medida que avance el año. Además, la carne se distribuirá a través de una moderna cadena de suministro que ya está sustituyendo de forma rápida a los antaño dominantes mercados húmedos de la carne y los alimentos frescos.

Este año, los precios en China presentan un potencial alcista real debido a dicha recuperación probable de la demanda, sobre todo si se tienen en cuenta las noticias recientes sobre las altas tasas de mortalidad porcina causada por la PPA. Una vez más, **cualquier cambio en China tendrá una amplia repercusión sobre las condiciones del mercado de la carne en el resto del mundo,** sobre todo porque la producción porcina europea sigue en declive a raíz de las dramáticas pérdidas sufridas por los productores hasta 2021-22 y de las crecientes limitaciones medioambientales y sociales.

Las pérdidas del sector porcino se reflejan en la modesta previsión de crecimiento de la producción mundial para 2023, tal y como se muestra en la figura siguiente.

Además, el **crecimiento de la producción avícola mundial**

Producción mundial de carne 2018-2023 en adelante mundial



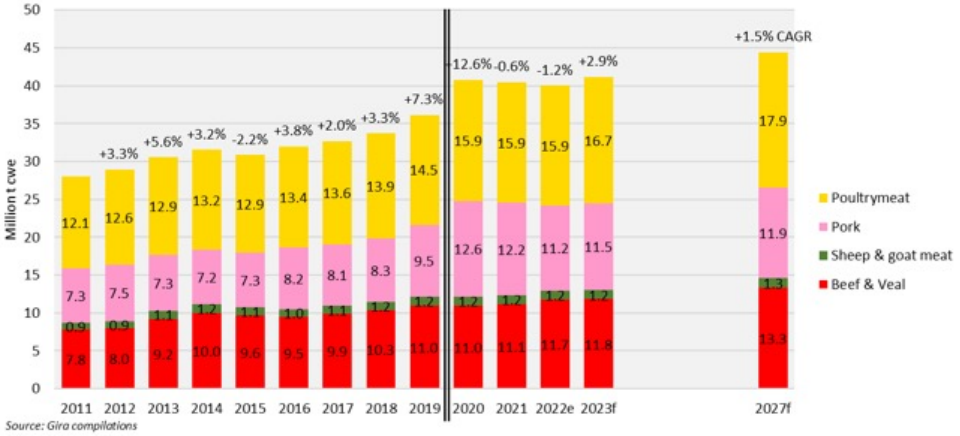
se ha visto limitado por el impacto de la IAAP y el elevado coste de los piensos y la energía en 2022. Los peores efectos se han notado en Europa, especialmente en Francia, Hungría y el Reino Unido. La IAAP ha persistido en Europa y Norteamérica durante las migraciones estacionales de aves silvestres en 2022 y a lo largo del primer trimestre de 2023, y es muy probable que se constate una mayor incidencia en el norte de Europa durante la actual migración de primavera.

La incidencia de la gripe aviar de alta patogenicidad en América Central, que se ha extendido por la costa del Pacífico y ha llegado a Argentina y Uruguay en las últimas semanas es motivo de gran preocupación, sobre todo para la enorme industria avícola brasileña, puesto que una parte significativa de sus exportaciones de 5 millones de toneladas anuales puede estar sujeta a restricciones comerciales. Ello provocaría un desplome de los precios en Brasil y graves problemas en el mercado avícola mundial. En tal caso, no se cumpliría la previsión para el comercio mundial de GMC que se muestra a continuación, que indica un crecimiento anual más sólido del 3% tras los decepcionantes tres últimos años en los que la pandemia ha socavado la demanda de servicios de alimentación y, en consecuencia, de la cadena de suministro internacional. Durante este periodo, la canibalización del canal minorista de la restauración ha beneficiado más a los proveedores nacionales.

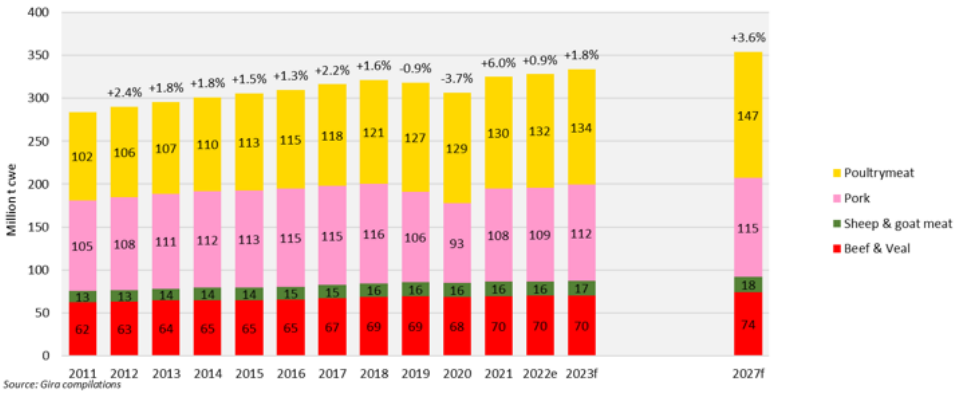
Por otro lado, Gira prevé un repunte del comercio mundial de carne de porcino en 2023, impulsado por la reactivación de la demanda china de importaciones. *[Nota: El cambio en los volúmenes comerciales de 2020 se debe al efecto del Brexit sobre el comercio de la UE27 con el Reino Unido, que ahora se considera como comercio con un tercer país en lugar de comercio intracomunitario (excluido de este gráfico). Gira había previsto un crecimiento muy superior del comercio mundial en 2020/21 por la escasez de porcino en Asia, pero las previsiones disminuyeron en gran medido debido a la menor demanda de carne causada por el impacto económico negativo de la pandemia].*

La combinación del efecto de la pandemia sobre la demanda y de la PPA sobre la oferta se tradujo en una reducción del consumo mundial en 2020, pero a partir de entonces se ha producido un repunte al incrementar la oferta de carne de cerdo china. El año

Comercio mundial de carne (excl. intra-UE) 2011-2027 en adelante



Consumo mundial de carne 2011-2027 en adelante



2022 se caracterizó por una fuerte demanda de carne en todo el mundo y, a pesar de que el consumo se vio frenado por los problemas de suministro, los precios para el productor subieron de forma considerable por segundo año consecutivo. El consumo debería recuperarse en 2023 a medida que los precios de la carne disminuyen frente a los niveles máximos de 2022, pero se verá limitado por la restricción discrecional del gasto causada por la inflación generalizada de los precios en otros sectores.

A medio plazo, se espera que el consumo aumente a medida que disminuyan los costes de producción frente a los niveles máximos de 2022 (sobre todo si finaliza la guerra de Ucrania) y que, de esta manera, se recupere la demanda tras la pandemia.

Richard Brown: resumen de la reunión de Gira Meat Club, edición de enero de 2023.

Buenas noticias en el último informe de la carne

En Estados Unidos, las ventas de carne en los supermercados han recuperado los niveles previos a la pandemia y el valor, el precio y la practicidad siguen siendo aspectos clave para los compradores.

Estos son algunos de los resultados del decimoctavo informe anual *El poder de la carne (The Power of Meat)*, publicado a principios de marzo por la Asociación de la Industria Alimentaria (FMI) y el Instituto Norteamericano de la Carne (NAMI). El informe también arroja las siguientes conclusiones: los productos preparados han alcanzado su máximo nivel de aceptación; la reputación de la sección de carne de los supermercados sigue al alza; una buena sección de carne genera mayor tráfico de clientes y YouTube se ha convertido en una fuente de referencia para ideas de cocina.

En el informe, presentado en la Conferencia Anual de la Carne que se celebró en Dallas (Texas), se confirma que la sección de carne sigue siendo la más importante de los supermercados estadounidenses, con 87.100 millones de dólares en ventas anuales y una penetración en los hogares del 98,3%, con casi 50 viajes al año para comprar carne por hogar. Las ventas han alcanzado niveles récord (un 5,7% más que el año anterior) y el sector minorista mueve un volumen superior al de antes de la pandemia. La calidad y el aspecto del producto son los factores que más influyen sobre la decisión de compra, seguidos por el precio por kilo y el coste total de cada envase. La carne de vacuno, incluida la

carne picada, continúa siendo la más vendida, seguida de la de pollo.

A pesar de que el coste, el precio y el valor fueron fundamentales para los compradores en la economía inflacionista del año pasado, las conclusiones del informe son positivas en todos los aspectos: "En 2022, la inflación acaparó todos los titulares, no solo en nuestra categoría en particular, sino en la compra de todo tipo de alimentos y en la vida en general", afirmó al presentar el informe Marie Roerink, directora de 210 Analytics, una consultora del sector minorista. "En su conjunto, la sección de carne ha experimentado un aumento de los precios del 8,5%, menor que el de las bebidas y otros alimentos".

Canales no tradicionales

No obstante, según el informe, los supermercados se enfrentan a una competencia cada vez mayor del resto de los canales minoristas: "La primera vez que publicamos este informe en 2006, el 95% de la población realizaba la mayor parte de sus compras en un único establecimiento donde gastaba casi todo su dinero, pero ahora las compras están más atomizadas que hace 18 años", constata Roerink.

El cambio de canales por parte de los compradores implica a su vez un cambio en la distribución de la inversión en la compra de carne: según la consultora IRI, los movimientos demográficos e inflacionarios han provocado una pérdida de cuota de mercado para la tienda de comestibles tradicional en las ventas de carne y aves de corral que oscila del 42,8% en 2019 al 40,3% en 2022, mientras que los puntos de venta *online* están ganando cuota de mercado, especialmente entre la generación milenial. De acuerdo con el informe *El poder de la carne*, "las ventas *online* de carne crecieron gracias al mejor índice de conversión y a los pedidos más frecuentes".

Según el informe, aunque los consumidores siguen preocupados por el valor, solo el 16% de los compradores afirma preparar más comidas sin carne para ahorrar dinero. "Para ahorrar dinero, la gran mayoría de los consumidores (76%) afirma haber modificado la cantidad, el tipo, el corte o la marca de la carne que compra, o haber cambiado el lugar de compra. Entre las principales estrategias de los consumidores para ahorrar dinero se encuentran comprar solo la cantidad necesaria (42%), buscar cupones (35%) y abastecerse cuando hay ofertas (35%)", señala el informe. Los compradores también cocinan más en casa: las cenas preparadas en casa han regresado a los niveles de 2018 y los estadounidenses preparan entre cuatro y cinco cenas (4,6) en casa durante una semana típica, el 87% de las cuales (cuatro por semana) contienen una porción de carne o aves de corral.

"Los resultados del informe indican que los compradores son más conscientes de los precios; además, buscan 'placeres más sencillos' y esto es algo que puede ofrecer la carne", explicó Rick Stein, vicepresidente de alimentos frescos de la FMI en la Conferencia de la Carne. "Por ejemplo, los compradores preocupados por el precio de los alimentos pueden optar por darse un capricho en una cena casera, y los puntos de venta minoristas pueden vender la carne con el valor añadido de ofrecer diversas soluciones de preparación y cocción".

Servicio completo en todo momento

El informe también revela que, aunque el 70% de los compradores valora la existencia de un mostrador de carne con servicio completo, se suele usar para cortes, cantidades y ocasiones especiales, así como para solicitar consejo y comprar cortes de vacuno de primera calidad. En el supermercado, casi la mitad de los compradores (47%) está interesado en que un empleado recorra la sección de carne para ofrecer asistencia o consejos sobre los cortes. Asimismo, el 63% de los consumidores elige las marcas de los fabricantes o las marcas blancas cuando compra carne fresca, y el 70% para la compra de productos procesados como fiambres y salchichas.

En cualquier caso, los desafíos persisten: aunque el 71% de los compradores cree que la carne y las aves de corral deben formar parte de la dieta, una tercera parte intenta reducir su consumo, sobre todo debido al coste (52%), seguido de lejos por la preocupación por la salud. La carne cultivada sigue comprándose con cautela, y las ventas y el compromiso con las alternativas cárnicas de origen vegetal han bajado dos dígitos, aunque ha aumentado el interés de los consumidores por las soluciones combinadas.

"La carne sigue satisfaciendo

las necesidades de las familias del país de acuerdo con sus prioridades y preferencias, por variadas que estas sean", constata Julie Anna Potts, presidenta y CEO de NAMI. "Los compradores eligen la carne por su calidad, sabor, practicidad y valor, y el sector trabaja en ello a través de la Protein PACT -la asociación formada por NAMI, la Federación de Exportadores de Carne de EE.UU., la Asociación Nacional de Productores de Cerdo y varias organizaciones ganaderas- para garantizar que siga siendo así ahora y en las generaciones venideras".

Steve Bjerklie, redactor y colaborador de la revista *Meat & Poultry*; corresponsal de *The Economist*

Calendario de eventos de la OPIC para 2023

Para más información, visite la sección de eventos de nuestra página web: https://www.meat-ims.org/la-pagina-de-eventos/

18-23 de abril -	Semana Internacional de la Industria Cárnica de China, Qingdao (China)
2 de junio -	Comités de Cuidado de Animal y Carne Sostenible, sede de la OPIC en París (Francia)
5-6 de octubre -	Taller de Marketing organizado por Bord Bia, Dublín (Irlanda)
10-12 de octubre -	Congreso Mundial de la Carne, Maastricht (Países Bajos) https://www.wmc2023maastricht.com/
15-18 de octubre -	Taller sobre Nutrición y Salud organizado por el Consejo Danés de Agricultura y Alimentación, Copenhague (Dinamarca)