

# Perspectivas a corto y medio plazo de la producción y el comercio de carne en México. Una visión estratégica para el futuro de su empresa

Jesús Cruz, subdirector de **EUROCARNE**  
jcruz@eurocarne.com

**eurocarne** eurocarne digital

# Primero de todo: ¿quiénes somos?

**eurocarne** y **eurocarnedigital** son una revista y una página web especializadas en informar tanto de la evolución del mercado internacional de la carne como de temas técnicos y de actualidad en relación a empresas, novedades de producto, innovaciones tecnológicas, artículos científicos, etc.

A lo largo de 30 años hemos publicado más de 2.000 artículos de este tipo en nuestra revista y más de 51.000 noticias relacionadas con la industria cárnica en nuestra web.



# Primero de todo: ¿quiénes somos?

Con el objetivo de informar más de cerca a nuestros lectores, fuimos pioneros en informar a través de Internet en el ámbito de lengua castellana y también en el envío de newsletters para informar sobre todos estos temas y que ustedes tengan en su e-mail un completo resumen de las noticias más destacadas del sector cárnico.

Para ello contamos con un **newsletter semanal** y con otro dedicado exclusivamente a informar sobre la actualidad del sector cárnico en Latinoamérica..

**eurocarne boletín**  
 Noticias 26/7/2021 al 1/10/2021 - Semana 30

**Nacional**

**Las interprofesionales cárnicas muestran su compromiso con la sostenibilidad de la producción alimentaria**



El sector ganadero-cárnico manifiesta su compromiso con la transformación de la cadena de valor para aumentar su sostenibilidad así como garantizar su papel fundamental para una alimentación completa y equilibrada dentro de los sistemas alimentarios mundiales. [Más información...](#)

**Alerta por presencia de fragmentos de cristal en foie gras de pato procedente de Francia**



La Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición ha tenido conocimiento a través de la Red de Alerta Alimentaria Europea (RASFF), de una notificación de alerta trasladada por las autoridades sanitarias de Francia relativa a la presencia de fragmentos de cristal en el producto foie gras de pato entero. [Más información...](#)

- ▶ El MAPA presenta una nueva herramienta para ver la **evolución del comercio exterior agroalimentario**
- ▶ Someten a consulta una **nueva extensión de norma** solicitada por Provacuno que iría **desde comienzos de 2022 a finales de 2025**
- ▶ Aprobada una nueva ordenación para las **granjas avícolas**
- ▶ **Veterindustria** se reúne con la nueva directora ejecutiva de **Aesan**, Isabel Peña-Ray Lorenzo
- ▶ **Asiel** patrocina las retransmisiones televisivas de la **selección española de waterpolo** durante las Olimpiadas de Tokio
- ▶ Establecidas las normas para la **próxima temporada de montanera** en Extremadura
- ▶ UPA alerta de que la situación de los **productores de conejo** es crítica
- ▶ Visita institucional del consejero Jesús Julio Carnero a la **IGP Carne de Avila**

**Enlaces patrocinados**



**fac**  
TECNOLOGÍA ALIMENTARIA

Especialistas en soluciones para la industria Alimentaria. Líder en el proceso del jamón curado



**JARVIS**  
ESPAÑA

Líder mundial en moquetas para mataderos y salas de despiece



**OBT. FRIGOSCANDIA**

Líder en túneles de congelación lineales y en espiral para todo tipo de productos cárnicos



**KAIS**

Meat system software  
El software-ERP para la industria cárnica. Incluye 4.0



**LTL** Laboratorios Tecnológicas de Levante

Residuos de medicamentos y plaguicidas. Liberación positiva. Análisis nutricional



**mimosa**

**eurocarne boletín**  
 Latinoamérica Segunda quincena  
Julio 2021

**Latinoamérica defenderá la producción de carne de vacuno en la cumbre alimentaria de la ONU**



Los grandes productores de alimentos de Latinoamérica unen fuerzas para defender la producción ganadera de la región ante las preocupaciones sobre el impacto medioambiental del sector. [Más información...](#)

- ▶ **Argentina amplía las oportunidades de financiación** para las cadenas de la carne de cerdo y pollo
- ▶ La OIE reconoce a **Colombia** como **país libre de enfermedad de Newcastle**
- ▶ El ministro **Mattos** se reúne con representantes de **Cupra** y de **"Un solo Uruguay"**
- ▶ **Nitlapan** y **Canicarne** fortalecen procesos de **trazabilidad** en la industria cárnica **nicaragüense**
- ▶ Un estudio del INIA busca determinar el **nivel de contaminantes** en la carne ovina del **sur de Chile**
- ▶ **Conrado Ferber** pasa a ser el **nuevo presidente de INAC**
- ▶ **Argentina** y **China** cierran un acuerdo para favorecer la **producción y exportación de cerdos**
- ▶ El **SAG chileno** lanza una app para gestionar la **trazabilidad** desde el móvil
- ▶ Las **exportaciones brasileñas de carne de cerdo** crecen en un 17,4% durante el primer semestre de 2021
- ▶ El **sector avícola de Ecuador** quiere exportar a Centroamérica y Asia
- ▶ En proceso la nueva **Ley Ovina de Argentina**
- ▶ Puesta en marcha la campaña de **ABPA** para promover el consumo de carne de cerdo y de **pollo brasileño en Corea del Sur**
- ▶ El gobierno de **República Dominicana** negocia con el sector **avícola** la estabilidad de precios
- ▶ **Ecuador** impulsa el consumo de **carne de pollo**
- ▶ **Anetif** muestra el papel de **México** como **país exportador** de carne en 2020



**RIBAWOOD**

REUTILIZABLES



**rosier group**

Diseño y fabricación de instalaciones y equipos para la industria Cárnica y Alimentaria.



AGALSA IGT IGBT IBSA



Bovino Porcino Ovino

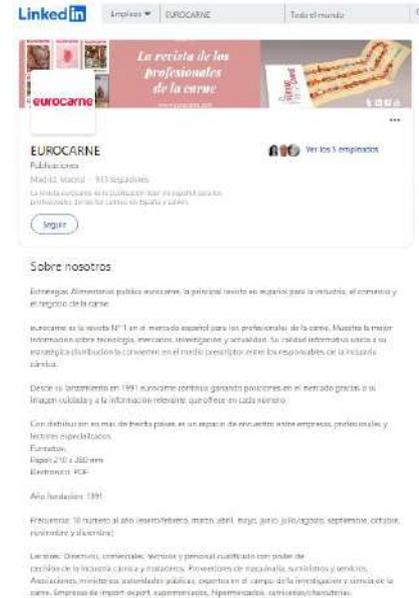
**TAPONES OBTURADORES PARA LAS CABEZAS Y MEDULA DE LA VACA**



www.segilexpress.com  
Tel: +34 93 795 51 15

# Primero de todo: ¿quiénes somos?

Contamos también con perfiles en las principales redes sociales y además, para facilitar más aún la labor de informarse, contamos con una app, **eurocarneapp**, con la que pueden consultar toda la noticias más destacadas del sector cárnico en su telefono celular.





**Y ahora, entremos en materia...**  
**El mundo no para**





# Cada 2 segundos nace una vida nueva en este mundo

Es algo adictivo de ver, pero sumamos ya casi 7.900 millones de personas...

Y estos son los 20 países que cuentan con mayor población y no necesariamente un crecimiento más rápido.

TOP 20 LARGEST COUNTRIES BY POPULATION (LIVE)

1		<a href="#">China</a>	1,445,540,329	11		<a href="#">Japan</a>	126,048,882
2		<a href="#">India</a>	1,395,347,770	12		<a href="#">Ethiopia</a>	118,275,450
3		<a href="#">U.S.A.</a>	333,181,632	13		<a href="#">Philippines</a>	111,241,142
4		<a href="#">Indonesia</a>	276,799,005	14		<a href="#">Egypt</a>	104,554,170
5		<a href="#">Pakistan</a>	225,830,291	15		<a href="#">Vietnam</a>	98,327,489
6		<a href="#">Brazil</a>	214,259,550	16		<a href="#">D.R. Congo</a>	92,762,692
7		<a href="#">Nigeria</a>	212,081,807	17		<a href="#">Turkey</a>	85,367,142
8		<a href="#">Bangladesh</a>	166,545,336	18		<a href="#">Germany</a>	84,083,216
9		<a href="#">Russia</a>	146,004,010	19		<a href="#">Iran</a>	85,215,436
10		<a href="#">Mexico</a>	130,466,583	20		<a href="#">Thailand</a>	69,995,388



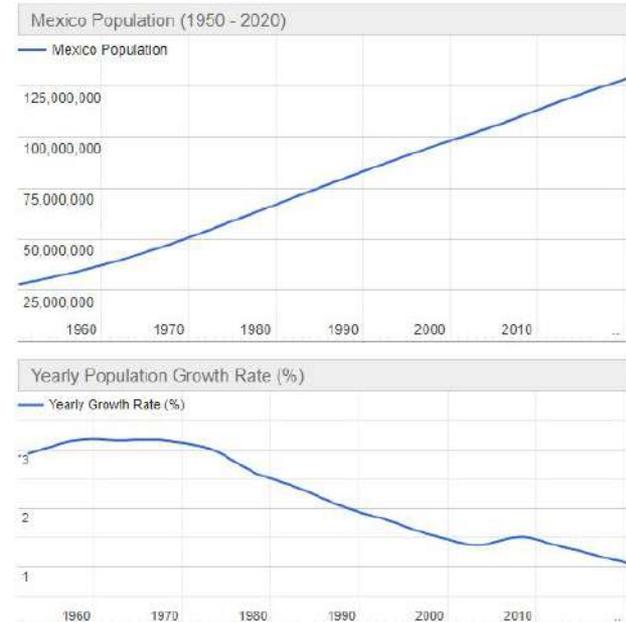
# Y en el caso de México, cada 30 segundos

Mexico Population (LIVE)

**130,466,592**

Pese a la reducción paulatina en la tasa de nacimientos por año, [México acumula 130.4 millones de habitantes.](#)

El ritmo de nacimientos no es tan acelerado como a nivel mundial evidentemente, pero es bastante más alto que en muchos de los países con mayor poder adquisitivo.





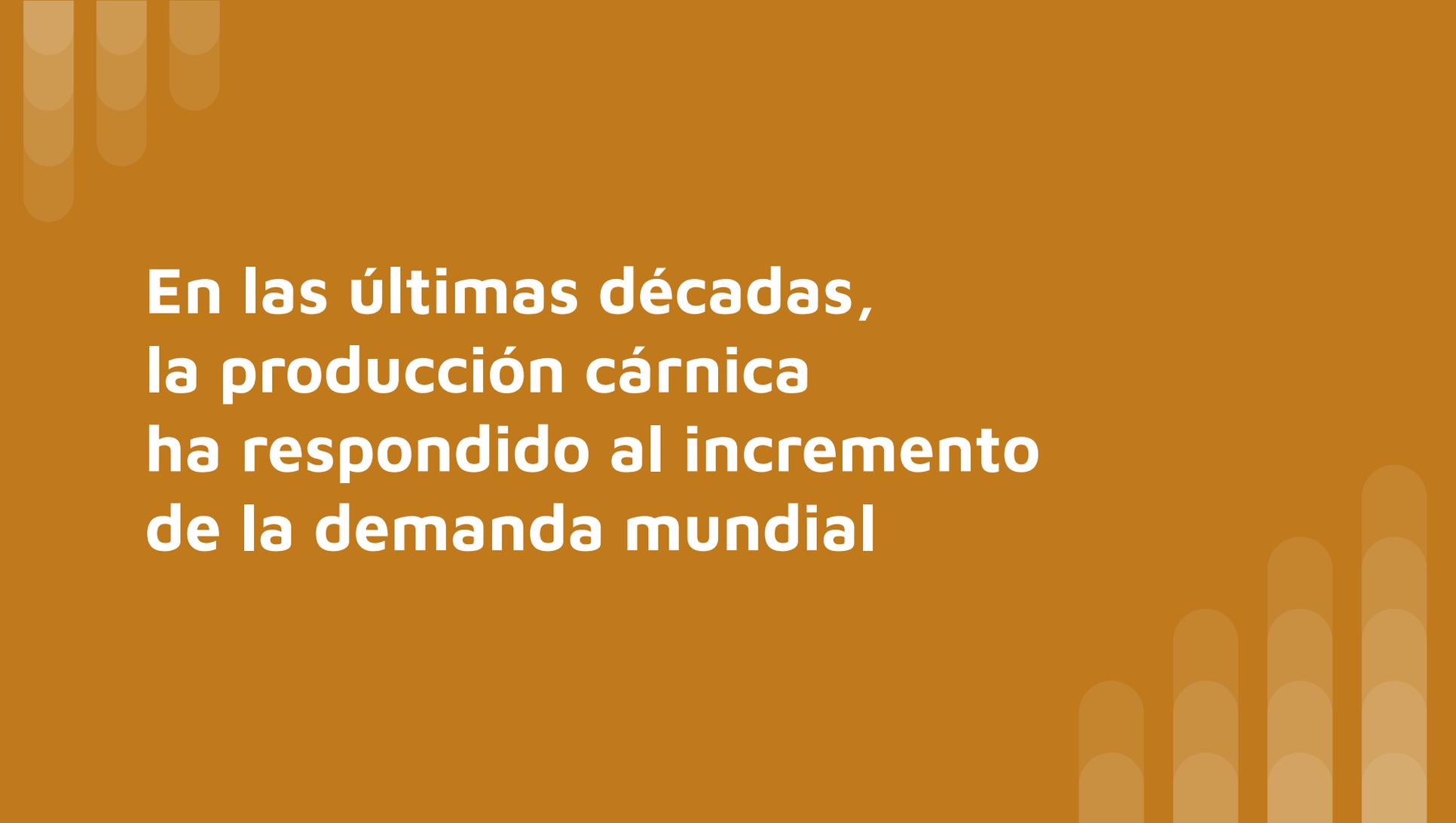
## **Por todo ello, es necesario seguir incrementando, año tras año, la producción de alimentos**

Pero, ¿seremos capaces de generar alimentos suficientes para toda la población hasta 2050, momento en el que se estiman que la población mundial podría estabilizarse?

Además, la distribución de los recursos naturales no se corresponde con la distribución geográfica de la población ni necesariamente las corrientes migratorias pueden ayudar a compensar este desequilibrio.

La FAO estima que en 2050 se necesitará un 60 % más de alimentos y el principal reto que la industria alimentaria mundial debe afrontar va a ser producir con cada vez menos agua, terreno y biodiversidad.

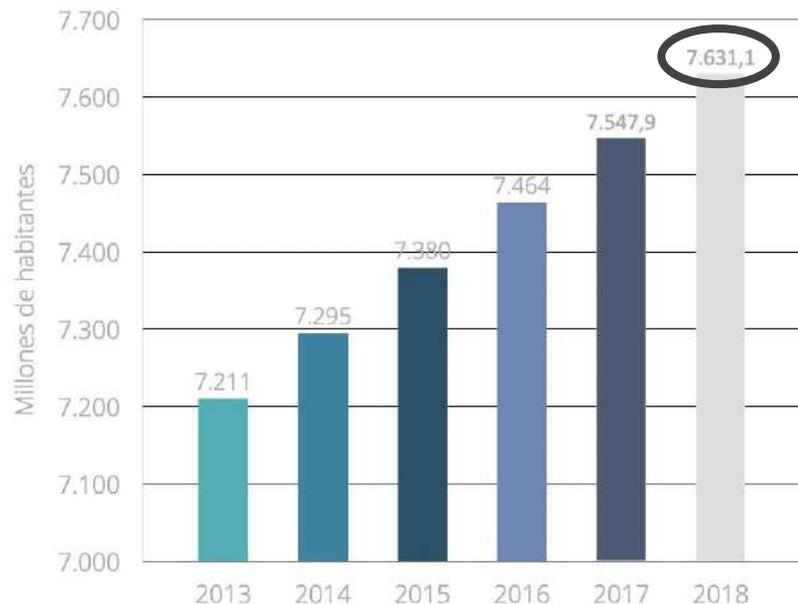
De manera inevitable, por lo tanto, la solución pasa por incorporar nuevas tecnologías a la producción de alimentos.

The image features a solid orange background. In the top-left corner, there are three vertical bars of varying heights, each composed of several overlapping semi-transparent circles. A similar set of four vertical bars is located in the bottom-right corner, also made of overlapping semi-transparent circles.

**En las últimas décadas,  
la producción cárnica  
ha respondido al incremento  
de la demanda mundial**

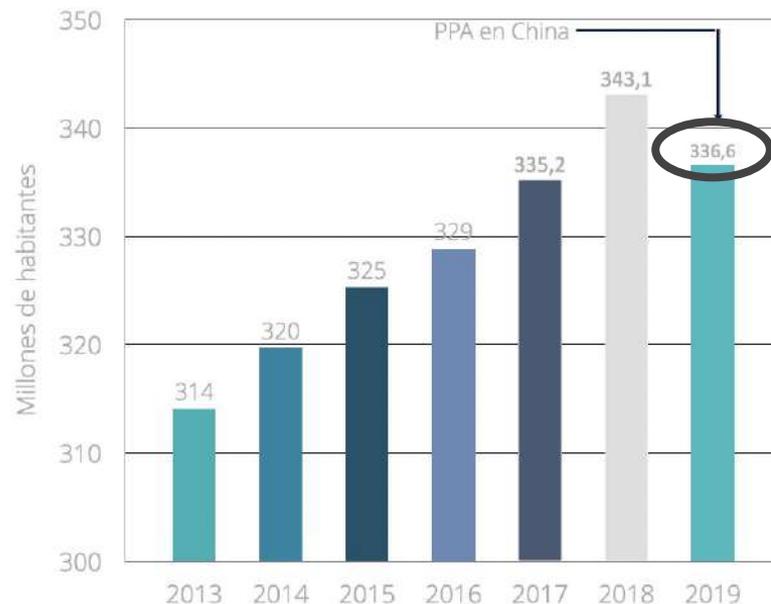
# La producción cárnica crece a un mayor ritmo que la población mundial

## Evolución de la población mundial



Fuente: FAO.

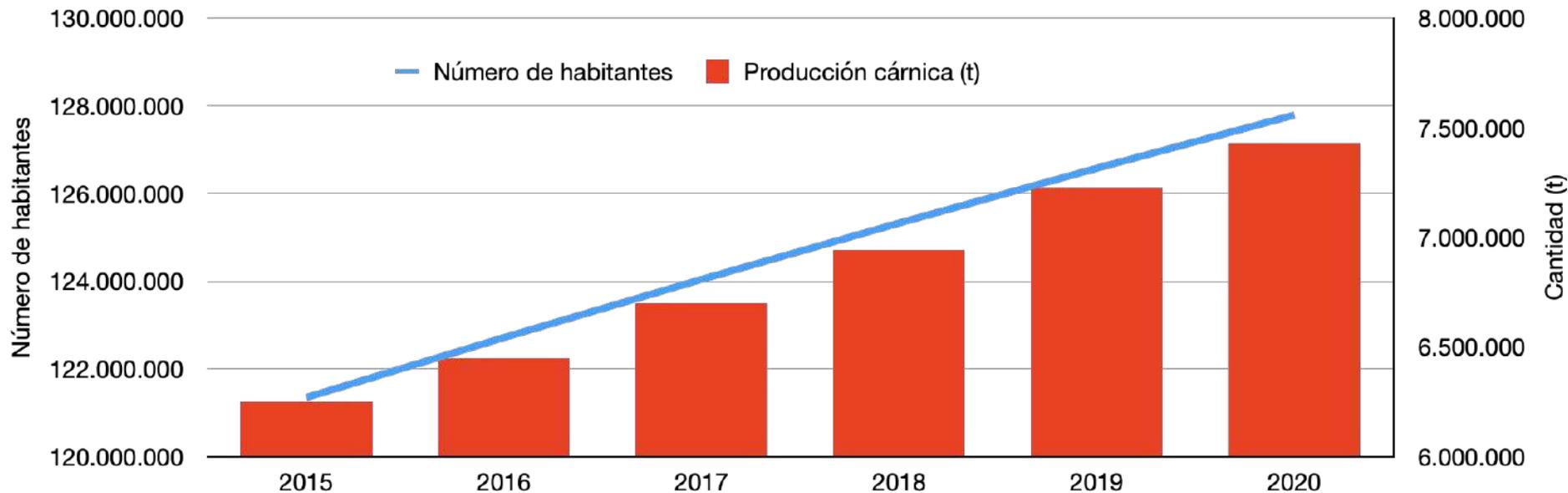
## Evolución de la producción cárnica mundial



Fuente: FAO.



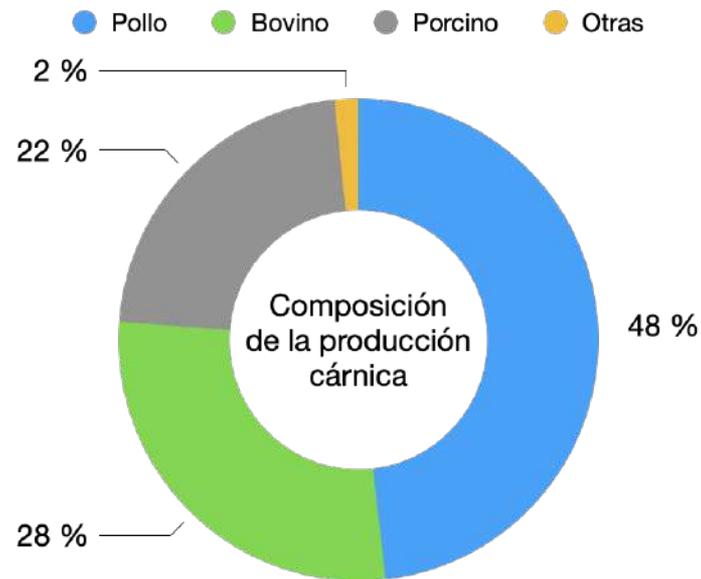
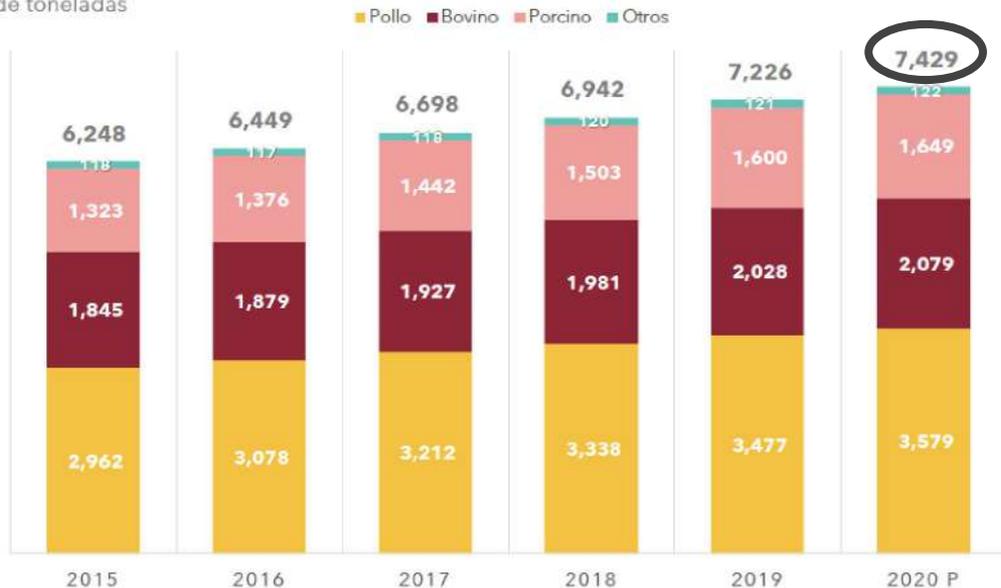
## Y en el caso de México, la producción cárnica cubre el incremento de la población y crece aún más por el fomento de las exportaciones



Fuente: FAO y Comecarne

# Composición de la producción cárnica mexicana

Miles de toneladas



Fuente: COMECARNE con información de SIAP.

2020 p: Cifras preliminares; Unidades: Miles de toneladas.

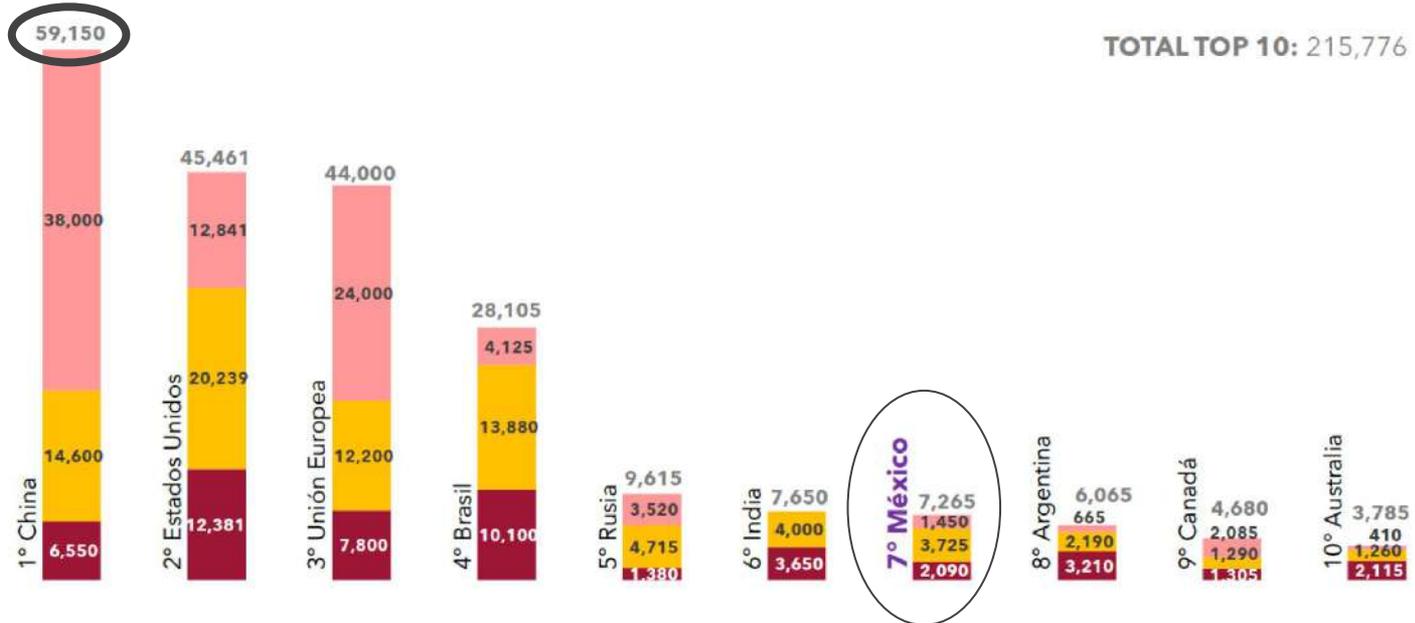
Notas: "Otros" incluye pavo, ovino y caprino. Crecimientos estimados sobre el total.

# Comparación con otros grandes productores

## Principales países productores de carne a nivel mundial

Miles de toneladas

■ Bovino ■ Pollo ■ Porcino



Fuente: COMECARNE con información de USDA. Cifras preliminares 2020 en miles de toneladas.

# Principales destinos de las exportaciones y origen de las importaciones cárnicas mexicanas





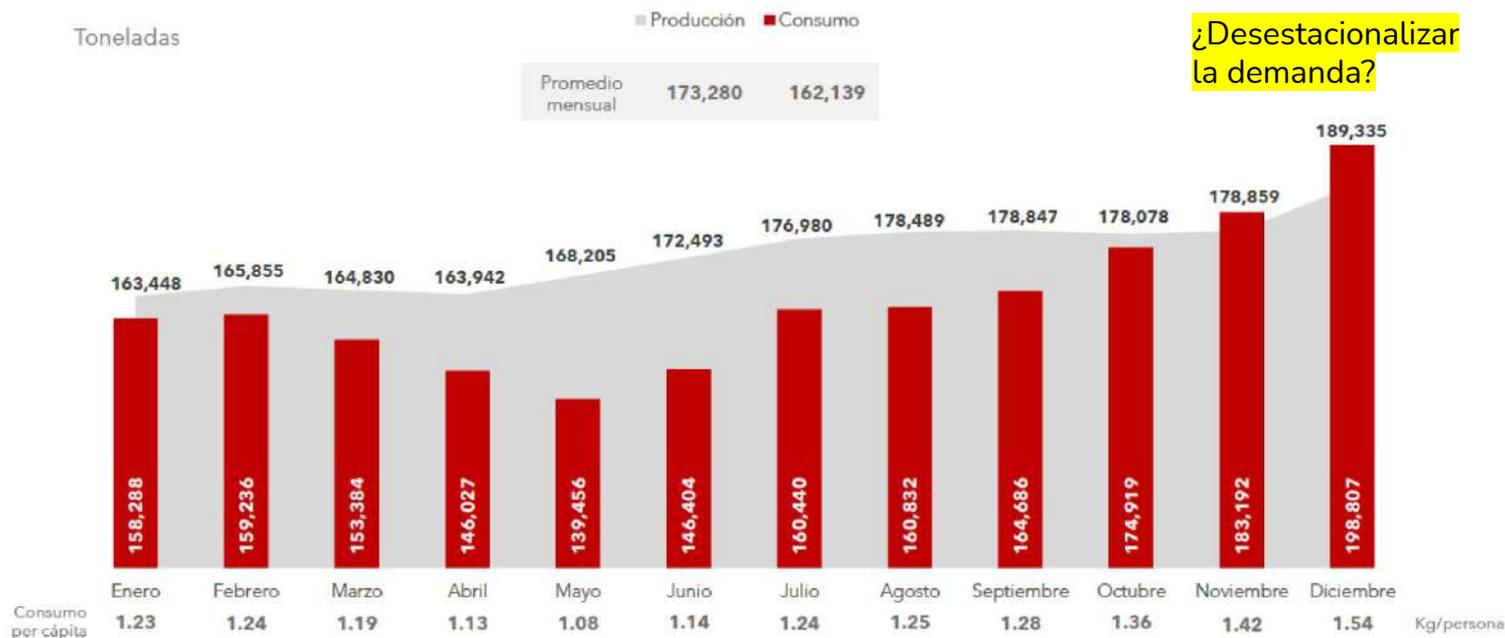
# Un análisis por tipo de carne

Fuente: Compendio Estadístico del Consejo Mexicano de la Carne 2021



# Distribución de la producción y el consumo de carne de vacuno en México

## Niveles de producción y consumo mensual de carne de bovino en 2020

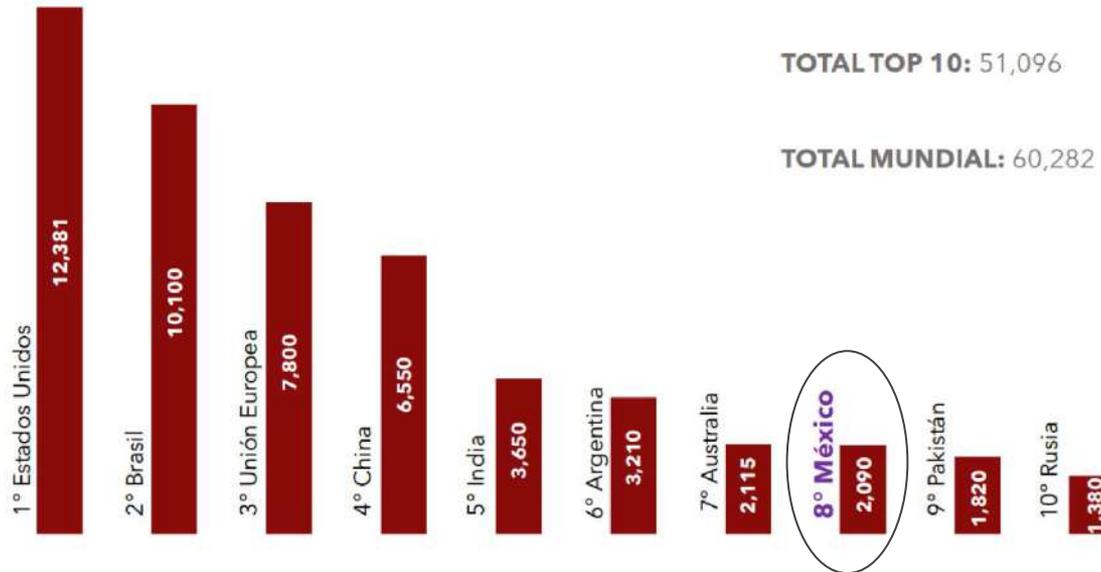


Fuente: COMECARNE con información de SIAP, Aduanas - SAT y Naciones Unidas. Cifras preliminares 2020 en toneladas.

# El papel de México en la producción de carne de vacuno mundial

## Principales países productores de carne de bovino en el mundo en 2020

Miles de toneladas



TOTAL TOP 10: 51,096

TOTAL MUNDIAL: 60,282

10 países concentran el 85% de la producción mundial de este cárnico

México representa el 3.47% de la producción mundial de carne de bovino

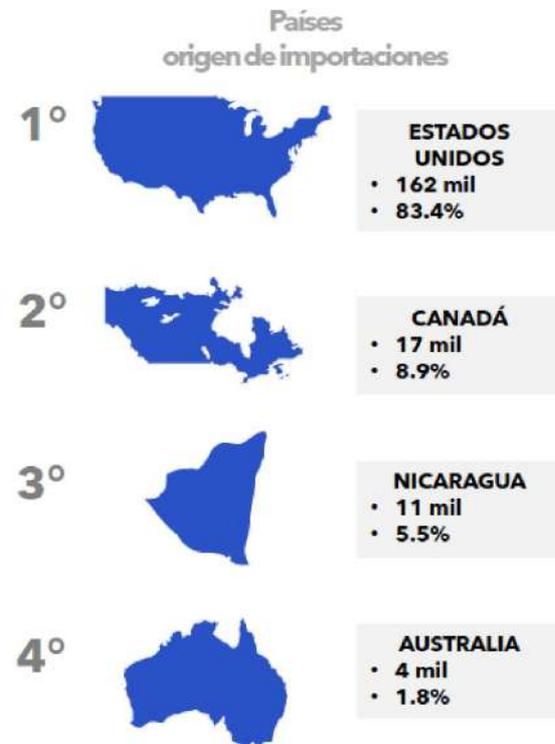
# Principales destinos de las exportaciones mexicanas de carne de vacuno y origen de las importaciones



Es vital llegar a más y más mercados

4 países concentran el **97% de las exportaciones** de carne de res que realiza México al mundo

4 países concentran el **99% de las importaciones** de carne de res que realiza nuestro país



# Distribución de la producción y el consumo de carne de cerdo en México

Niveles de producción y consumo mensual de carne de cerdo en 2020



Fuente: COMECARNE con información de SIAP, Aduanas - SAT y Naciones Unidas. Cifras preliminares 2020 en toneladas.

# El papel de México en la producción de carne de porcino a nivel mundial

## Principales países productores de carne de cerdo en el mundo en 2020

Miles de toneladas



10 países concentran el 93% de la producción mundial de este cárnico

México representa el 1.48% de la producción mundial de carne de cerdo

# Principales destinos de las exportaciones y origen de las importaciones de carne de cerdo mexicana

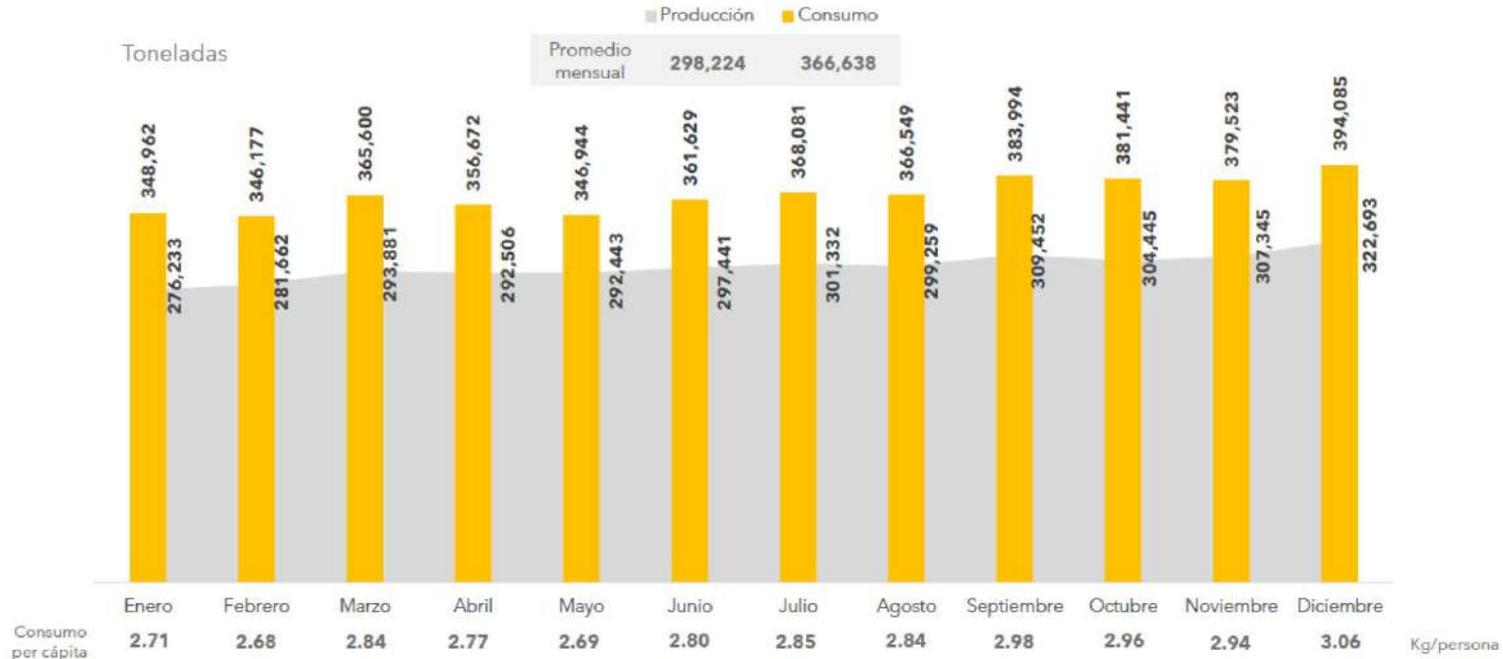
## Principales socios comerciales de México en 2020

Toneladas y porcentaje del total



# Distribución de la producción y el consumo de carne de pollo en México

Niveles de producción y consumo mensual de carne de pollo en 2020

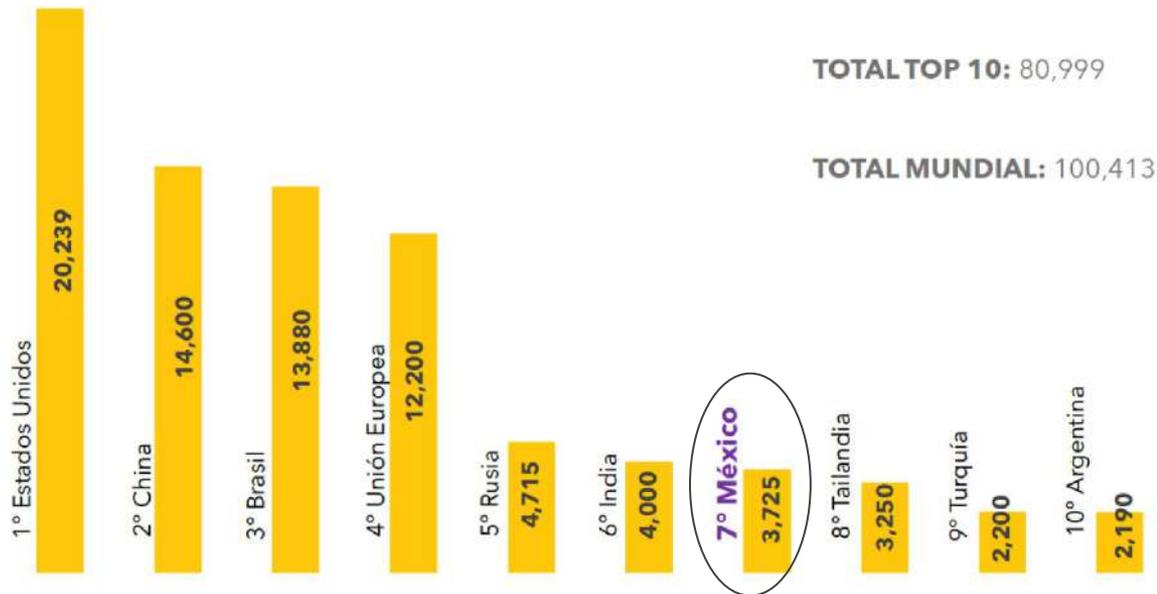


Fuente: COMECARNE con información de SIAP, Aduanas - SAT y Naciones Unidas. Cifras preliminares 2020 en toneladas.

# El papel de México en la producción de carne de pollo a nivel mundial

## Principales países productores de carne de pollo en el mundo en 2020

Miles de toneladas



TOTAL TOP 10: 80,999

TOTAL MUNDIAL: 100,413

10 países concentran el 81% de la producción mundial de este cárnico

México representa el 3.71% de la producción mundial de carne de pollo

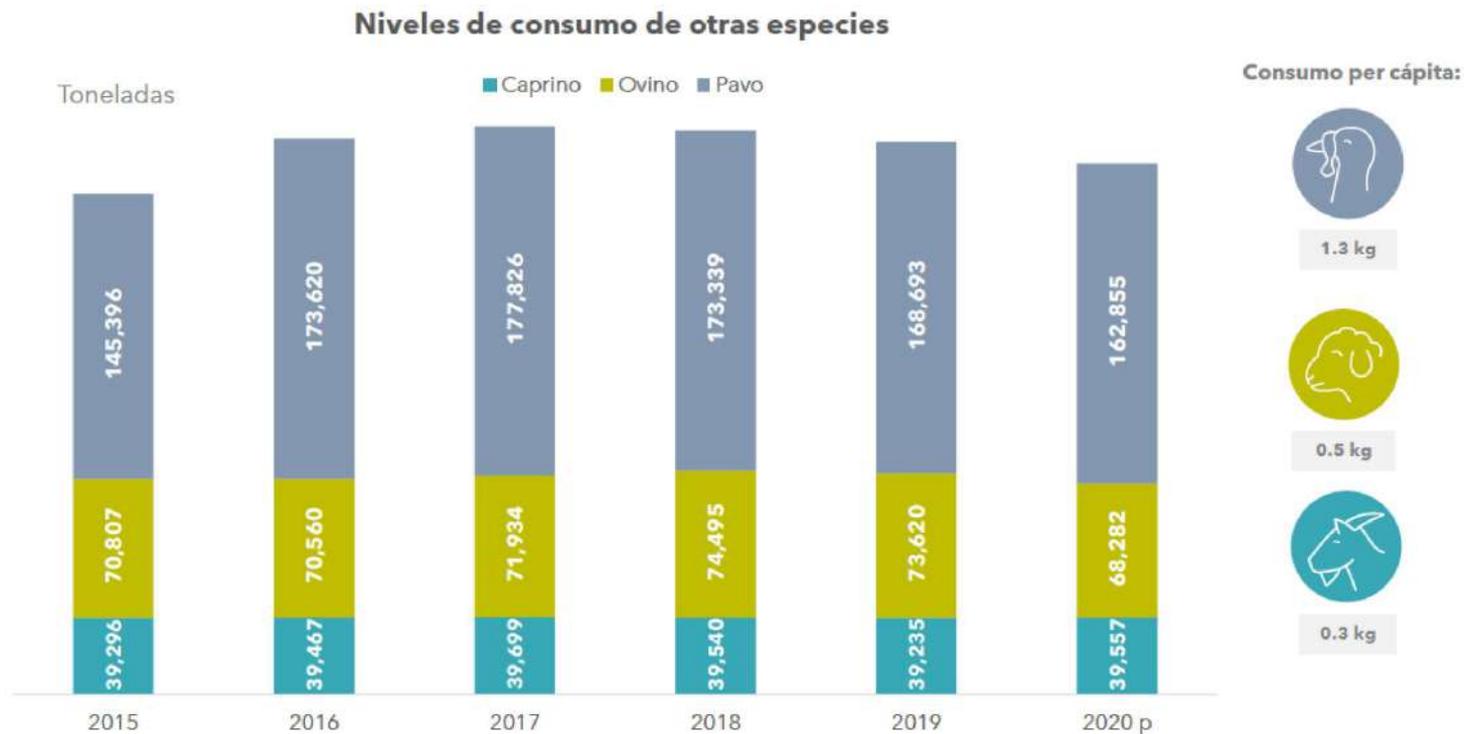
# Principales destinos de las exportaciones y origen de las importaciones de carne de pollo mexicana

## Principales socios comerciales de México en 2020

Toneladas y porcentaje del total



# Consumo de otras carnes en México



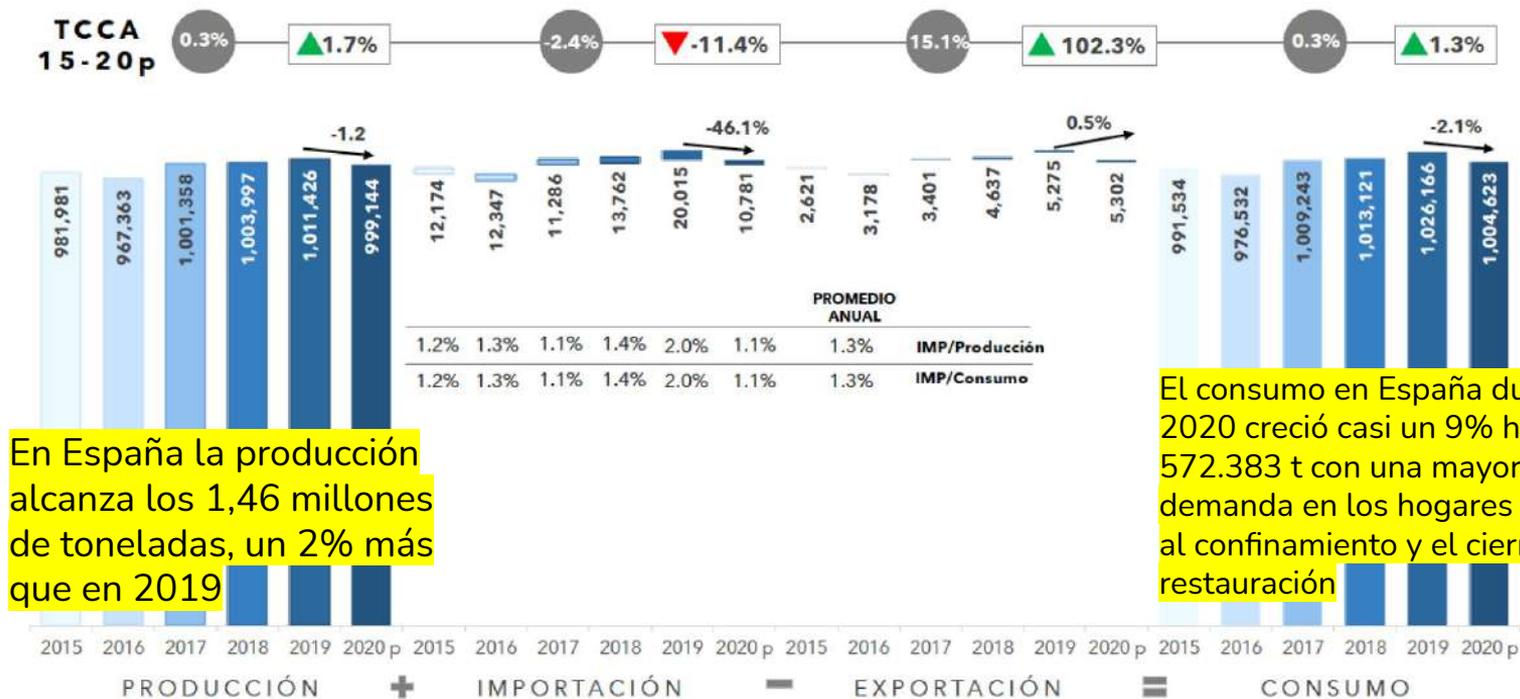
Fuente: COMECARNE con información de SIAP.  
2020 p: Cifras preliminares; Unidades: Toneladas.



# **Carnes frías, una oportunidad para crecer**



# El consumo de carnes frías bajó en 2020 casi el doble de la bajada en la producción



En España la producción alcanza los 1,46 millones de toneladas, un 2% más que en 2019

El consumo en España durante 2020 creció casi un 9% hasta 572.383 t con una mayor demanda en los hogares debido al confinamiento y el cierre de la restauración

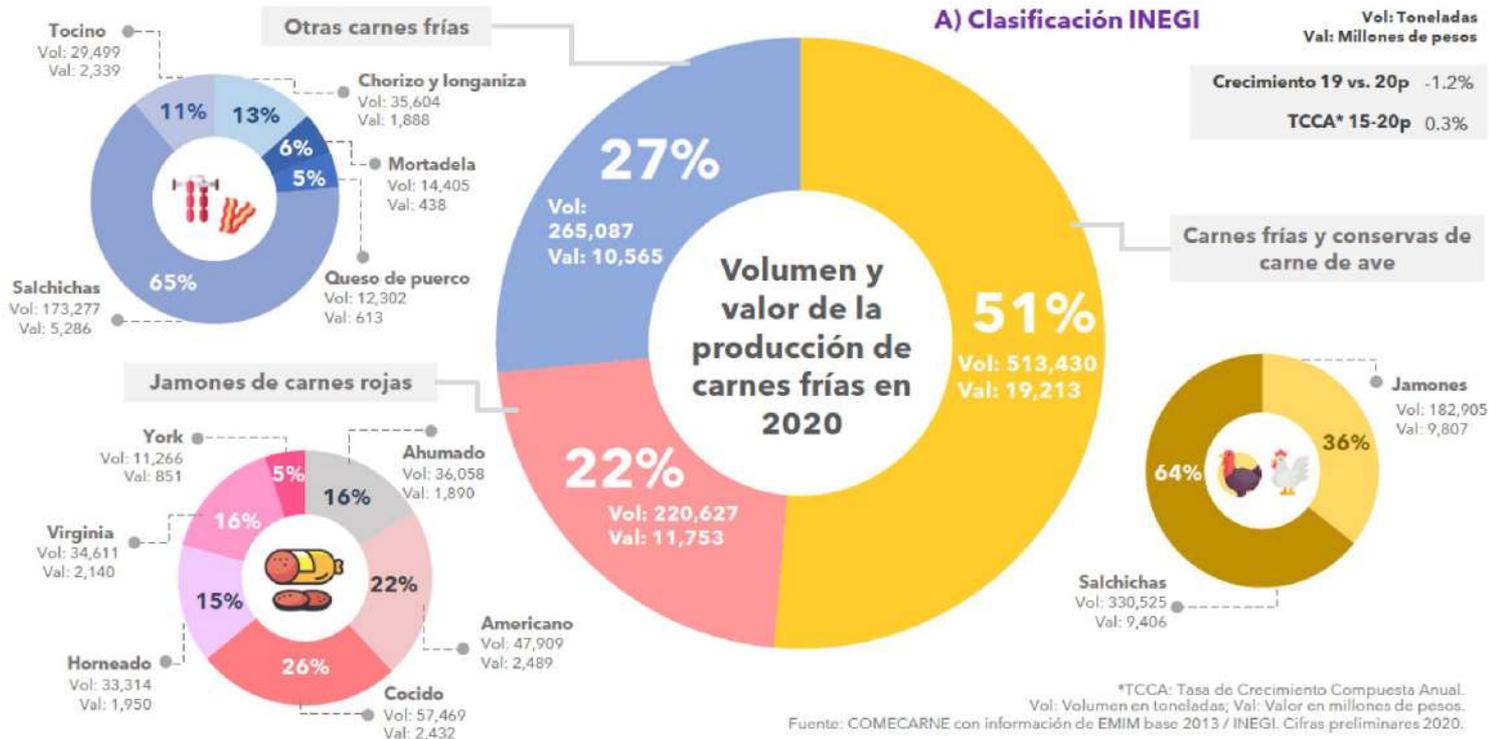
Fuente: COMECARNE con información de INEGI y Aduanas - SAT.

▲/▼ Crecimiento/Decrecimiento del volumen 2015 vs. 2020p.

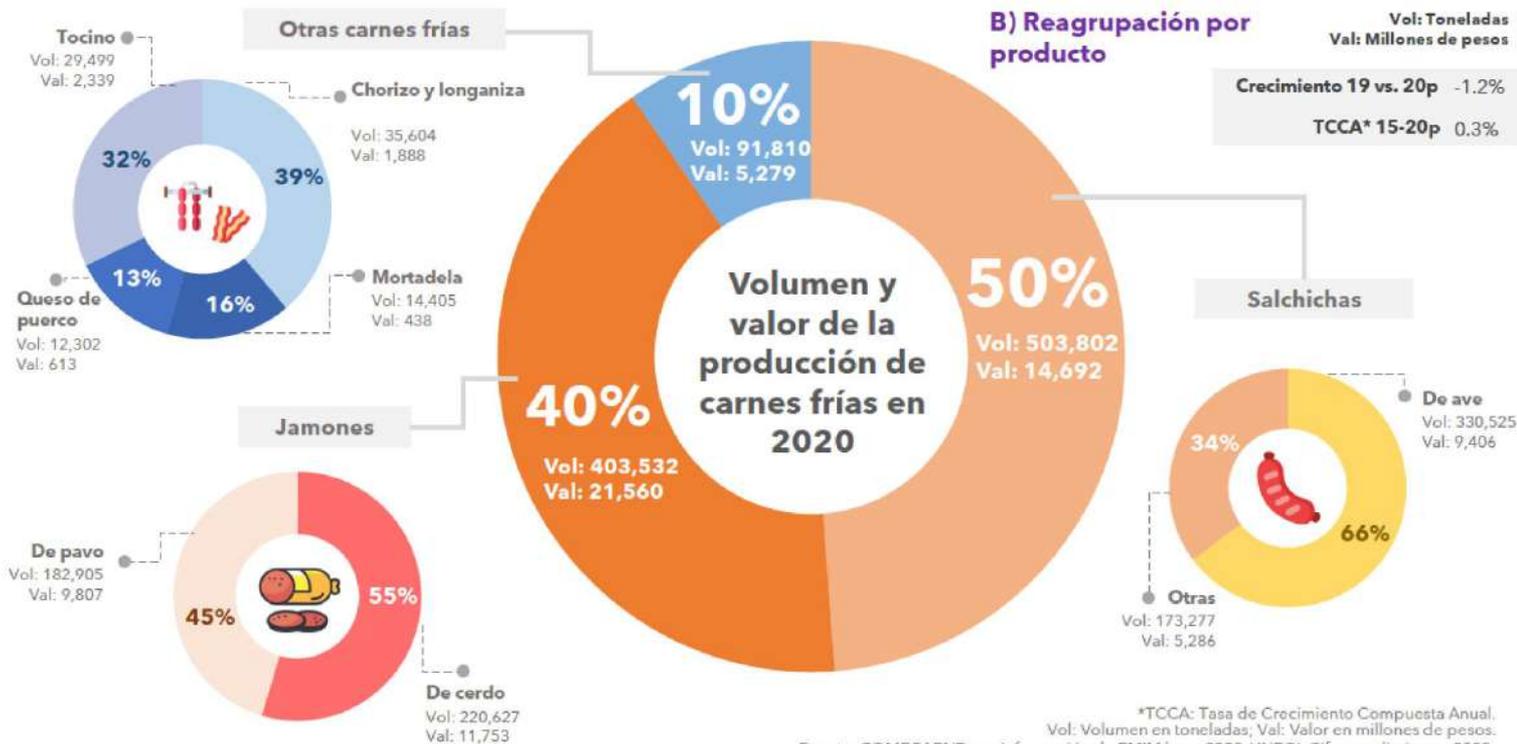
Unidades: Toneladas.

\*TCCA: Tasa de Crecimiento Compuesta Anual.

# Composición de la producción de carnes frías por especie



# Composición de la producción de carnes frías por tipo de producto



\*TCCA: Tasa de Crecimiento Compuesta Anual.  
Vol: Volumen en toneladas; Val: Valor en millones de pesos.

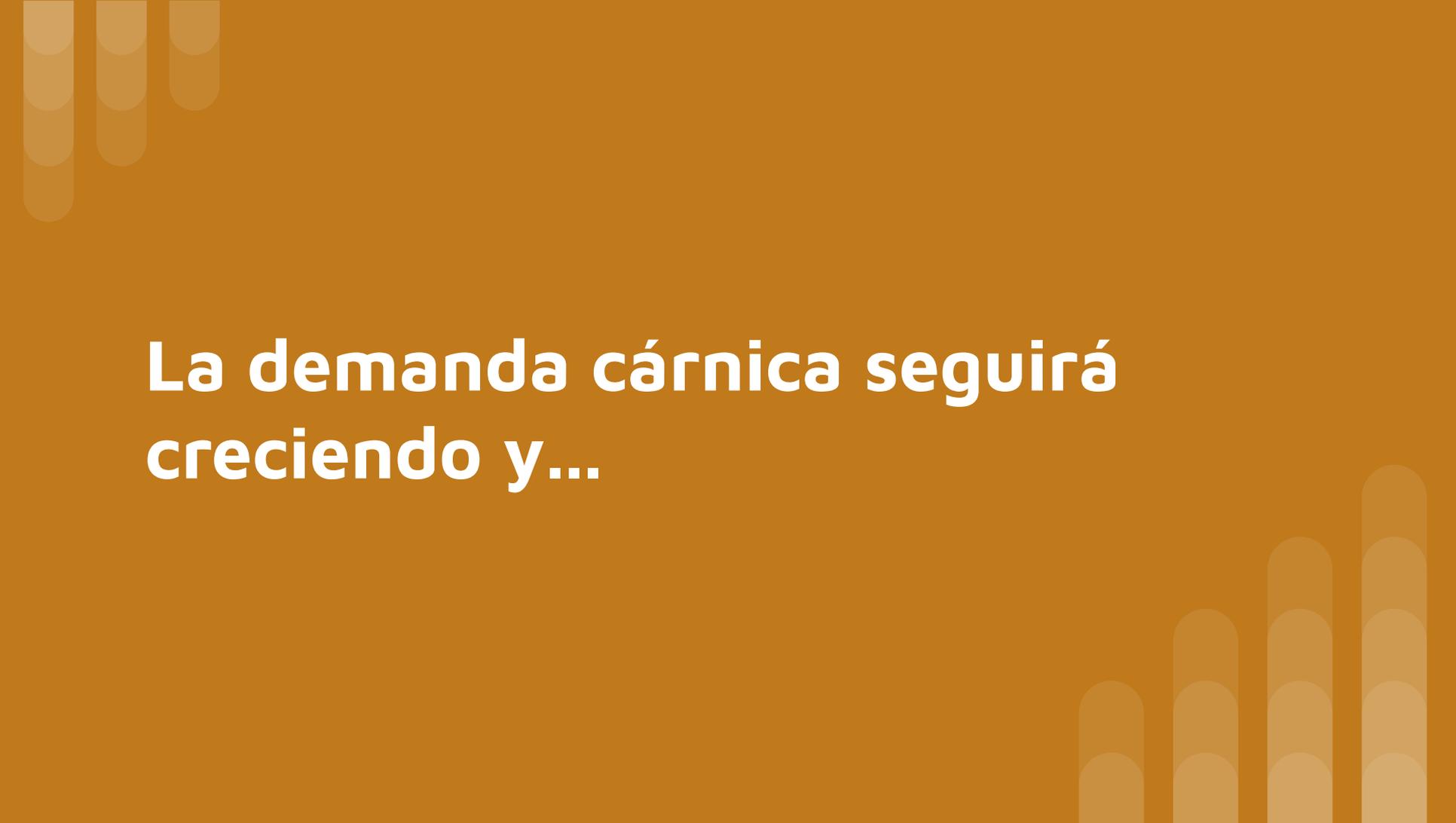
Fuente: COMECARNE con información de EMIM base 2020 / INEGI. Cifras preliminares 2020.

# Mínimas exportaciones de carnes frías, productos que destacan por tener un valor mayor y no ser una *commodity* en el mercado

## Principales socios comerciales de México en 2020

Toneladas y porcentaje del total

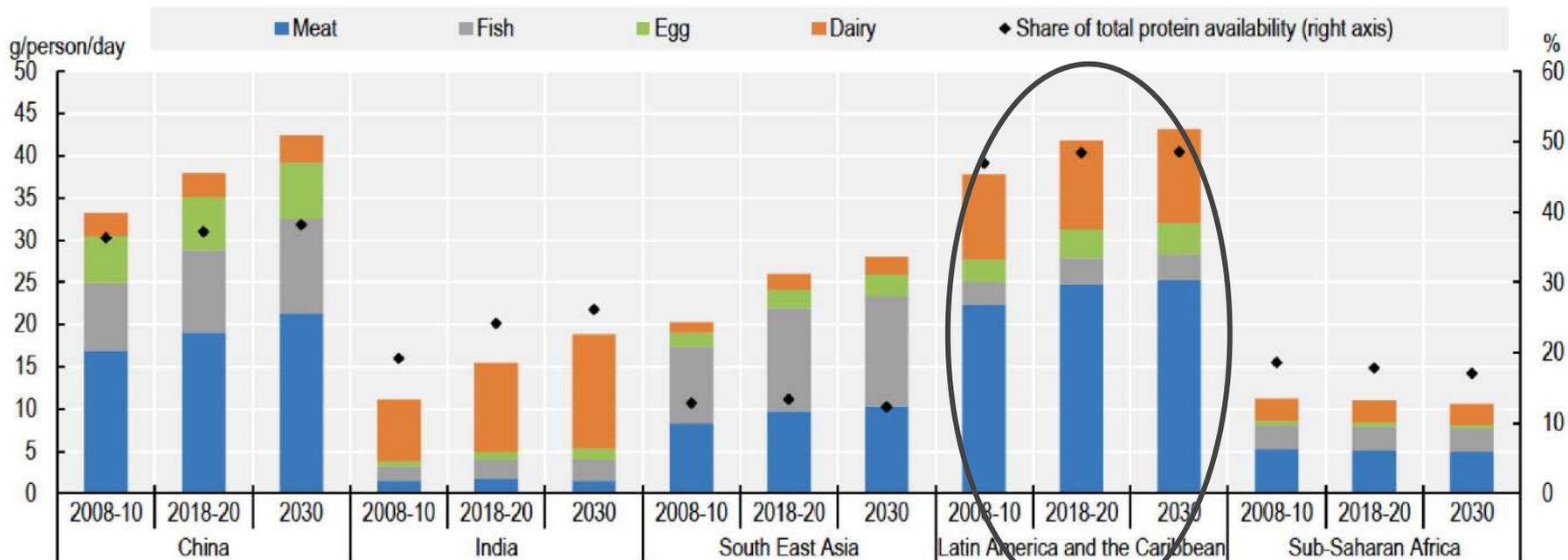




**La demanda cárnica seguirá  
creciendo y...**

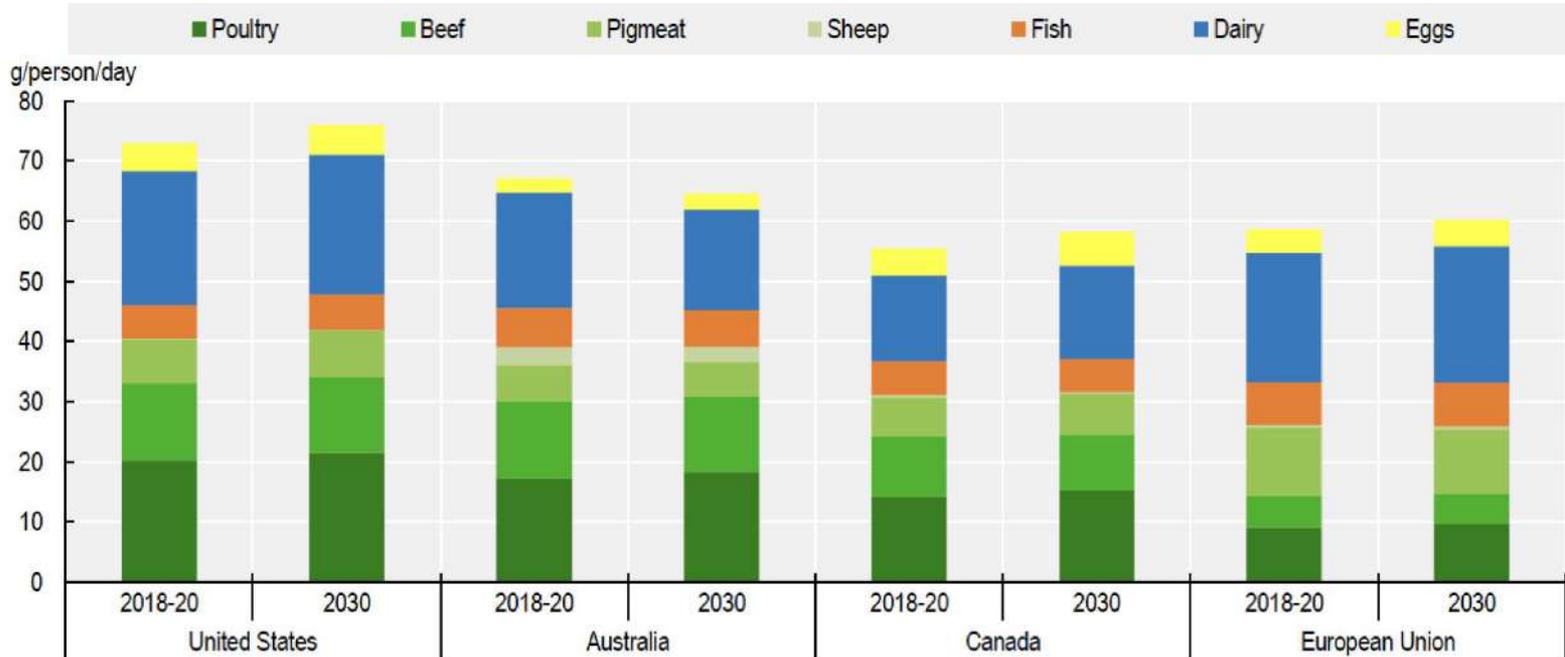


## ... lo hará en países en vías de desarrollo, muchos de ellos cercanos a México



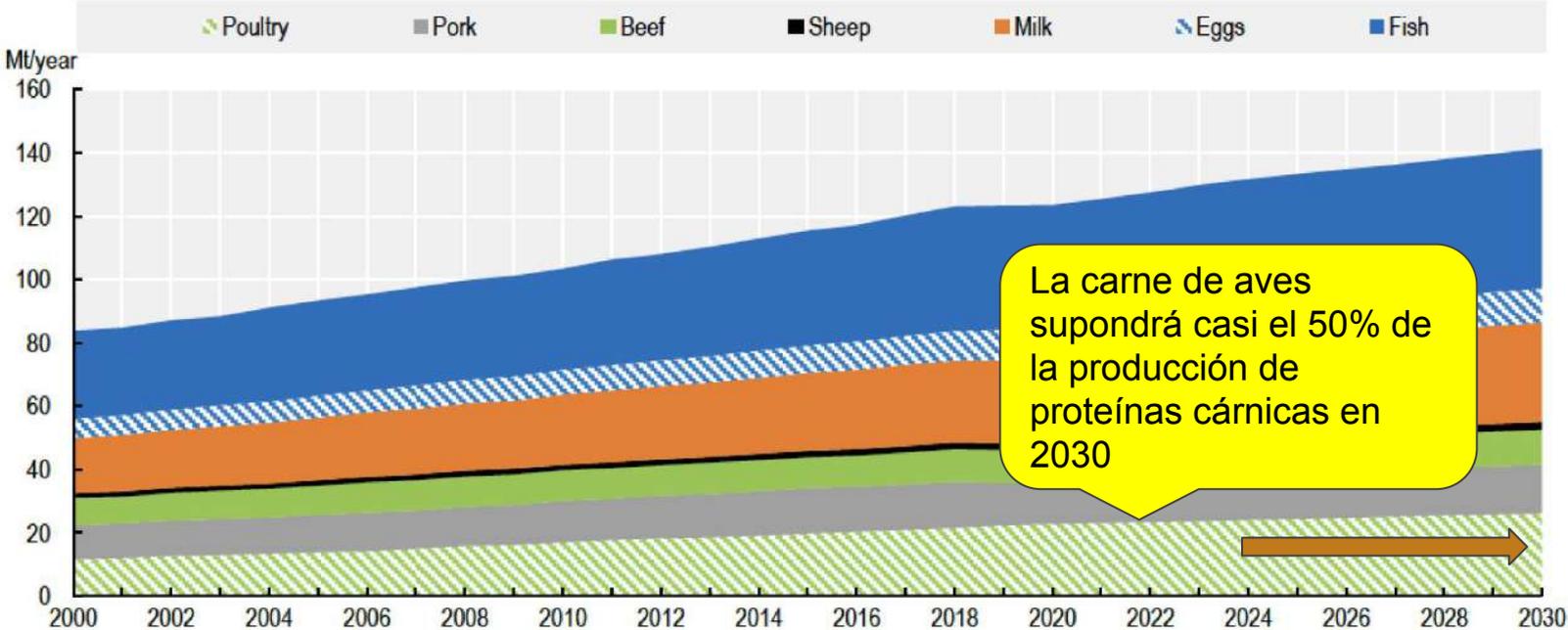
Fuente: FAO / OCDE

## Mientras que en los países desarrollados el crecimiento será mucho más moderado



Fuente: FAO / OCDE

# Evolución de la producción de proteína animal (2000-2030)

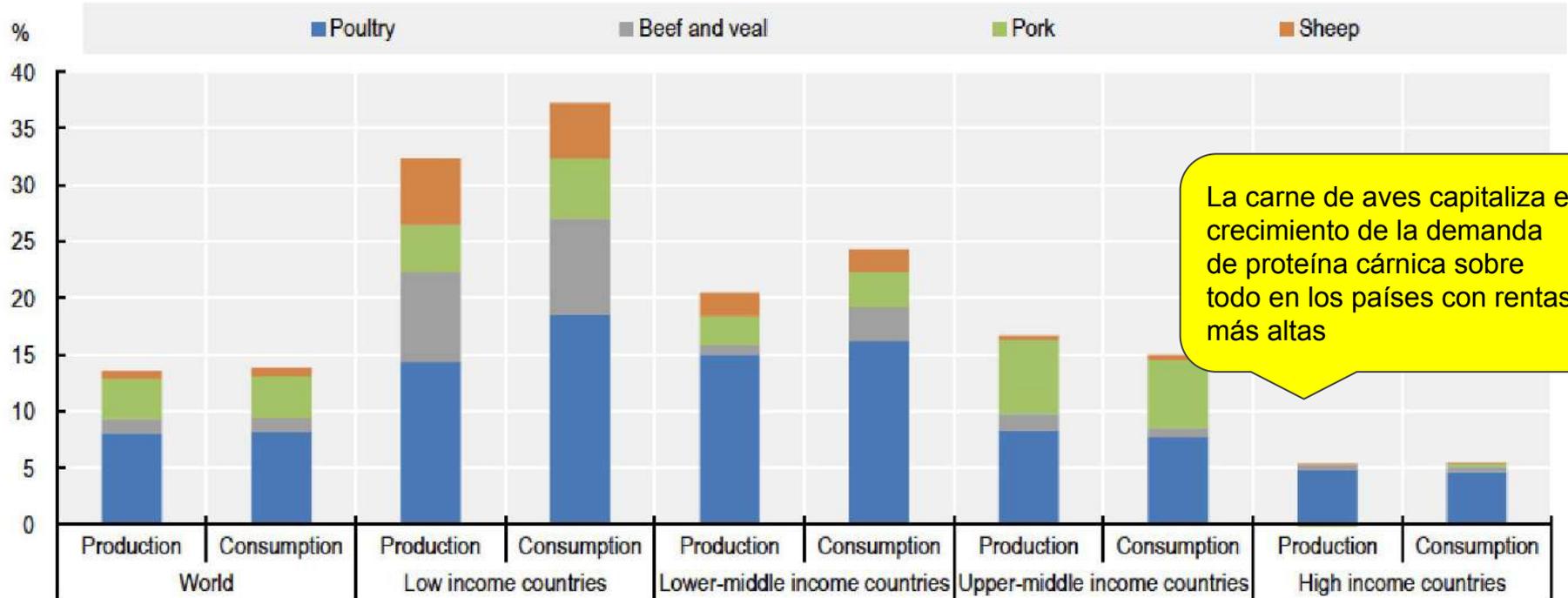


La carne de aves supondrá casi el 50% de la producción de proteínas cárnicas en 2030



Source: OECD/FAO (2021), "OECD-FAO Agricultural Outlook OECD Agriculture statistics (database)", <http://dx.doi.org/10.1787/agr-outl-data-en>.

## Evolución de la producción y la demanda cárnica por países según sus niveles de ingresos



Fuente: FAO / OCDE



# Estimaciones de crecimiento de cara a 2030





## Previsiones de la FAO sobre el crecimiento de la producción y el comercio de carnes en México

	PRODUCTION (kt cwe) <sup>4</sup>		Growth (%) <sup>5</sup>		IMPORTS (kt cwe) <sup>6</sup>		Growth (%) <sup>5</sup>		EXPORTS (kt cwe) <sup>6</sup>		Growth (%) <sup>5</sup>	
	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30
<b>WORLD</b>	<b>330 027</b>	<b>373 830</b>	<b>1.42</b>	<b>1.16</b>	<b>34 450</b>	<b>38 015</b>	<b>3.20</b>	<b>0.95</b>	<b>36 876</b>	<b>39 751</b>	<b>2.91</b>	<b>0.88</b>
NORTH AMERICA	51 543	56 085	1.73	0.73	2 700	2 889	2.89	0.84	10 012	10 738	1.64	0.40
Canada	5 037	5 568	1.45	0.83	652	725	-0.66	0.58	2 098	2 344	2.21	0.62
United States	46 506	50 517	1.76	0.72	2 048	2 165	4.28	0.93	7 914	8 393	1.50	0.34
LATIN AMERICA	54 202	61 837	1.69	1.21	4 711	5 451	4.21	1.48	9 564	11 834	3.70	2.21
Argentina	6 001	6 760	2.73	1.07	50	37	-1.83	1.06	937	1 245	9.54	1.70
Brazil	27 280	30 502	1.20	0.97	52	56	0.69	-0.20	6 597	8 297	2.63	2.77
Chile	1 559	1 866	1.16	1.49	584	598	10.32	0.18	438	562	5.89	0.91
Colombia	2 890	3 273	3.42	1.53	235	448	12.73	7.01	32	3	8.07	-19.02
Mexico	7 163	8 431	2.63	1.44	2 147	2 186	4.56	0.09	475	459	9.98	-1.47
Paraguay	600	767	5.77	2.60	39	43	3.93	1.79	352	490	5.94	3.15
Peru	2 143	2 916	4.78	2.88	97	93	14.34	-0.12	2	0	-22.57	..

Crecimientos por encima de la media mundial

## Previsiones de la FAO sobre el consumo de carnes en México

	CONSUMPTION (kt cwe)		Growth (%) <sup>4</sup>		FOOD (kg rwe/cap) <sup>5</sup>		Growth (%) <sup>4</sup>	
	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30
<b>WORLD</b>	<b>327 387</b>	<b>371 675</b>	<b>1.43</b>	<b>1.17</b>	<b>42.7</b>	<b>43.7</b>	<b>0.29</b>	<b>0.25</b>
NORTH AMERICA	44 548	48 602	1.80	0.83	121.6	124.5	1.09	0.25
Canada	3 301	3 653	1.41	0.94	88.2	89.4	0.42	0.16
United States	41 247	44 949	1.83	0.82	125.3	128.6	1.15	0.27
LATIN AMERICA	48 808	54 852	1.54	1.04	75.5	77.9	0.54	0.28
Argentina	5 114	5 552	1.72	0.93	114.2	113.2	0.71	0.12
Brazil	20 549	22 117	0.84	0.38	97.4	98.8	0.02	-0.12
Chile	1 688	1 880	2.35	1.24	89.2	96.6	1.12	1.12
Colombia	3 049	3 657	3.89	2.16	60.6	68.5	2.61	1.70
Mexico	8 605	9 850	3.03	1.25	67.5	69.9	1.80	0.37
Paraguay	283	316	5.76	1.74	40.2	39.8	4.37	0.65
Peru	2 238	3 008	5.15	2.78	68.9	83.5	3.72	1.91

Crecimientos por encima de la media mundial



## Previsiones de la FAO sobre el crecimiento de la producción y el comercio de carne de vacuno en México

	PRODUCTION (kt cwe) <sup>4</sup>		Growth (%) <sup>5</sup>		IMPORTS (kt cwe) <sup>6</sup>		Growth (%) <sup>5</sup>		EXPORTS (kt cwe) <sup>6</sup>		Growth (%) <sup>5</sup>	
	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30
<b>WORLD</b>	<b>70 607</b>	<b>74 713</b>	<b>0.95</b>	<b>0.68</b>	<b>10 260</b>	<b>11 191</b>	<b>4.38</b>	<b>0.96</b>	<b>10 410</b>	<b>11 283</b>	<b>2.96</b>	<b>0.99</b>
NORTH AMERICA	13 363	14 172	0.93	0.57	1 633	1 673	3.64	0.52	1 955	2 286	3.33	1.08
Canada	1 472	1 603	1.20	0.63	199	213	-3.71	0.64	532	692	5.56	1.87
United States	11 891	12 569	0.90	0.57	1 434	1 460	5.10	0.50	1 424	1 594	2.59	0.76
LATIN AMERICA	18 407	19 718	1.05	0.65	790	817	1.10	-0.01	3 727	4 832	7.02	1.84
Argentina	3 165	3 415	2.69	0.80	7	7	3.10	0.00	671	862	17.37	1.07
Brazil	9 192	9 819	0.41	0.45	42	50	0.18	0.00	1 806	2 534	6.05	2.31
Chile	228	271	1.61	0.81	319	359	7.99	0.98	21	25	14.11	-0.97
Colombia	807	737	-1.27	-0.26	7	5	13.47	-5.51	30	2	14.21	-21.33
Mexico	1 992	2 230	1.35	1.11	139	123	-1.90	-0.37	223	250	7.71	1.06
Paraguay	488	632	4.98	2.79	9	5	14.20	-3.16	340	479	5.52	3.26
Peru	192	215	0.44	1.14	9	12	6.92	3.75	0	0	..	..



## Previsiones de la FAO sobre el crecimiento del consumo de carne de vacuno en México

	CONSUMPTION (kt cwe)		Growth (%) <sup>4</sup>		FOOD (kg rwe/cap) <sup>5</sup>		Growth (%) <sup>4</sup>	
	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30
<b>WORLD</b>	<b>70 281</b>	<b>74 421</b>	<b>1.06</b>	<b>0.68</b>	<b>6.4</b>	<b>6.1</b>	<b>-0.08</b>	<b>-0.23</b>
NORTH AMERICA	13 312	13 920	0.81	0.51	25.4	25.0	0.11	-0.06
Canada	965	977	-0.36	0.03	18.1	16.7	-1.34	-0.75
United St	12 347	12 943	0.91	0.55	26.3	25.9	0.24	0.00
LATIN AMER	14 919	15 090	-0.12	0.25	16.2	15.0	-1.11	-0.51
Argentina	2 501	2 560	0.50	0.71	39.1	36.5	-0.50	-0.10
Brazil	7 243	7 190	-0.52	-0.11	24.0	22.5	-1.33	-0.61
Chile	510	584	4.36	1.03	18.9	21.0	3.12	0.91
Colombia	741	680	-1.76	-0.08	10.3	8.9	-2.98	-0.53
Mexico	1 666	1 784	1.38	0.82	9.1	8.9	0.17	-0.05
Paraguay	153	155	5.30	1.32	15.2	13.6	3.91	0.24
Peru	201	227	0.68	1.24	4.3	4.4	-0.69	0.38

Producción muy por encima de la demanda nacional luego hay margen para crecer exportando



## Previsiones de la FAO sobre el crecimiento de la producción y el comercio de carne de cerdo en México

	PRODUCTION (kt cwe) <sup>4</sup>		Growth (%) <sup>5</sup>		IMPORTS (kt cwe) <sup>6</sup>		Growth (%) <sup>5</sup>		EXPORTS (kt cwe) <sup>6</sup>		Growth (%) <sup>5</sup>	
	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30
<b>WORLD</b>	<b>112 928</b>	<b>127 278</b>	<b>-0.01</b>	<b>1.09</b>	<b>9 855</b>	<b>9 866</b>	<b>4.53</b>	<b>-0.66</b>	<b>10 346</b>	<b>9 813</b>	<b>3.66</b>	<b>-0.77</b>
NORTH AMERICA	14 415	15 271	2.40	0.26	694	829	2.12	1.67	4 379	4 261	2.98	-1.08
Canada	2 110	2 281	1.09	0.48	255	291	2.11	0.26	1 429	1 499	2.17	0.04
United States	12 304	12 990	2.64	0.22	438	538	2.10	2.51	2 950	2 762	3.40	-1.65
LATIN AMERICA	8 527	9 620	2.85	1.05	1 629	1 721	8.11	0.54	1 242	1 175	7.32	-0.96
Argentina	619	725	8.74	0.99	33	25	1.34	1.62	31	36	24.80	-0.47
Brazil	4 065	4 312	2.46	0.45	4	1	6.32	-5.96	696	579	6.21	-1.03
Chile	546	658	-0.14	1.67	124	121	24.85	-1.59	236	330	6.00	1.61
Colombia	416	517	8.66	1.81	119	133	17.90	2.61	1	0	..	..
Mexico	1 582	1 908	3.60	1.60	1 003	1 025	7.57	0.26	247	200	13.21	-4.13
Paraguay	59	66	8.65	1.37	4	4	4.62	-0.94	6	7	33.88	1.21
Peru	170	205	4.73	1.94	11	12	10.09	7.18	0	0	..	..



## Previsiones de la FAO sobre el crecimiento del consumo de carne de cerdo en México

	CONSUMPTION (kt cwe)		Growth (%) <sup>4</sup>		FOOD (kg rwe/cap) <sup>5</sup>		Growth (%) <sup>4</sup>	
	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30
<b>WORLD</b>	<b>112 293</b>	<b>127 027</b>	<b>0.05</b>	<b>1.09</b>	<b>11.4</b>	<b>11.7</b>	<b>-1.08</b>	<b>0.17</b>
NORTH AMERICA	10 766	11 834	2.24	0.90	22.9	23.6	1.52	0.33
Canada	822	909	1.12	1.01	17.1	17.4	0.13	0.22
United States	9 945	10 925	2.33	0.89	23.6	24.4	1.65	0.34
LATIN AMERICA	8 919	10 171	3.08	1.21	10.8	11.3	2.06	0.45
Argentina	622	714	7.51	1.09	10.8	11.4	6.44	0.27
Brazil	3 372	3 734	1.77	0.71	12.5	13.0	0.94	0.21
Chile	434	449	0.40	0.72	17.9	18.0	-0.80	0.60
Colombia	534	651	10.08	1.96	8.3	9.5	8.72	1.50
Mexico	2 343	2 737	4.33	1.61	14.3	15.2	3.08	0.73
Paraguay	56	63	7.43	1.22	6.2	6.2	6.02	0.14
Peru	181	217	5.05	2.15	4.3	4.7	3.62	1.28

Seguirá necesitando de las importaciones para cubrir la demanda



## Previsiones de la FAO sobre el crecimiento de la producción y el comercio de carne de pollo en México

	PRODUCTION (kt rtc)		Growth (%) <sup>4</sup>		IMPORTS (kt rtc)		Growth (%) <sup>4</sup>		EXPORTS (kt rtc)		Growth (%) <sup>4</sup>	
	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30
<b>WORLD</b>	<b>130 629</b>	<b>153 479</b>	<b>2.98</b>	<b>1.43</b>	<b>13 203</b>	<b>15 807</b>	<b>1.57</b>	<b>2.13</b>	<b>14 951</b>	<b>17 470</b>	<b>2.46</b>	<b>1.91</b>
NORTH AMERICA	23 674	26 547	1.80	1.10	247	270	-0.05	0.71	3 675	4 188	-0.51	1.73
Canada	1 438	1 667	2.27	1.55	176	197	-0.70	0.99	137	153	-5.46	1.19
United States	22 235	24 880	1.77	1.07	71	73	1.73	0.00	3 537	4 034	-0.26	1.75
LATIN AMERICA	26 813	32 026	1.82	1.65	2 271	2 894	3.16	2.57	4 573	5 806	0.85	3.34
Argentina	2 164	2 562	1.60	1.47	10	5	-10.55	0.00	232	343	-1.66	3.81
Brazil	13 890	16 235	1.40	1.44	0	0	..	..	4 095	5 184	0.92	3.54
Chile	770	924	2.11	1.61	142	118	8.06	-0.18	176	202	5.26	0.18
Colombia	1 656	2 007	5.23	2.21	108	309	9.22	10.15	2	1	-16.75	-1.15
Mexico	<b>3 485</b>	<b>4 183</b>	<b>3.05</b>	<b>1.57</b>	<b>999</b>	<b>1 033</b>	<b>3.30</b>	<b>-0.03</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>-6.33</b>	<b>5.85</b>
Paraguay	51	66	13.60	2.18	26	34	1.83	3.16	6	5	177.71	-3.06
Peru	1 742	2 453	5.54	3.17	77	69	16.21	-1.39	2	0	-22.89	..



## Previsiones de la FAO sobre el crecimiento del consumo de carne de pollo en México

	CONSUMPTION (kt rtc)		Growth (%) <sup>4</sup>		FOOD (kg rwe/cap) <sup>5</sup>		Growth (%) <sup>4</sup>	
	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30	Average 2018-20est	2030	2011-20	2021-30
<b>WORLD</b>	<b>128 912</b>	<b>151 831</b>	<b>2.89</b>	<b>1.46</b>	<b>14.8</b>	<b>15.7</b>	<b>1.73</b>	<b>0.54</b>
NORTH AMERICA	20 261	22 645	2.24	0.99	48.7	51.0	1.53	0.42
Canada	1 476	1 726	2.91	1.47	34.7	37.2	1.90	0.69
United States	18 785	20 919	2.19	0.95	50.2	52.7	1.51	0.41
LATIN AMERICA	24 512	29 114	2.13	1.43	33.4	36.4	1.12	0.66
Argentina	1 942	2 224	1.96	1.15	38.2	39.9	0.95	0.33
Brazil	9 795	11 051	1.61	0.60	40.8	43.4	0.78	0.10
Chile	735	840	2.37	1.71	34.2	38.0	1.15	1.59
Colomb	1 762	2 315	5.50	2.99	30.8	38.1	4.19	2.52
Mexico	4 480	5 209	3.12	1.23	30.9	32.5	1.89	0.35
Paraguay	71	95	7.28	2.88	8.9	10.6	5.87	1.78
Peru	1 817	2 522	5.94	3.02	49.2	61.6	4.50	2.15

Seguirá necesitando de las importaciones para cubrir la demanda



# Estimaciones del USDA a corto plazo



## El USDA prevé la mejora de las condiciones para el mercado vacuno y una subida ligera en producción para 2022

**Factores para el crecimiento a corto plazo:** buena marcha de las exportaciones, buena marcha de la economía tras cierta recuperación respecto a 2020 y los efectos de la covid-19. Por último estaría la mejora continua tanto en la producción ganadera.

Meat, Beef and Veal	2020		2021		2022	
	Jan 2020		Jan 2021		Jan 2022	
Mexico	USDA Official	New Post	USDA Official	New Post	USDA Official	New Post
Slaughter (Reference) (1000 HEAD)	6338	6338	6540	6540	0	6750
Beginning Stocks (1000 MT CWE)	0	0	0	0	0	0
Production (1000 MT CWE)	2079	2079	2120	2120	0	2190
Total Imports (1000 MT CWE)	162	162	150	150	0	150
Total Supply (1000 MT CWE)	2241	2241	2270	2270	0	2340
Total Exports (1000 MT CWE)	343	343	335	335	0	370
Human Dom. Consumption (1000 MT CWE)	1898	1898	1935	1935	0	1970
Other Use, Losses (1000 MT CWE)	0	0	0	0	0	0
Total Dom. Consumption (1000 MT CWE)	1898	1898	1935	1935	0	1970
Ending Stocks (1000 MT CWE)	0	0	0	0	0	0
Total Distribution (1000 MT CWE)	2241	2241	2270	2270	0	2340

Fuente:  
GAIN / USDA

## En porcino el incremento productivo para 2022 llegaría al 3%

**Factores para el crecimiento a corto plazo:** similares a las del vacuno con buena marcha de las exportaciones, cierta recuperación respecto a 2020 y los efectos de la covid-19. A esto se suma la apuesta por la integración en la producción con grandes empresas que dominan todos los procesos: desde la alimentación animal hasta el sacrificio y procesado.

Meat, Swine	2020		2021		2022	
	Jan 2020		Jan 2021		Jan 2022	
Mexico	USDA Official	New Post	USDA Official	New Post	USDA Official	New Post
<b>Slaughter (Reference)</b> (1000 HEAD)	19000	19000	19700	19700	0	20300
<b>Beginning Stocks</b> (1000 MT CWE)	0	0	0	0	0	0
<b>Production</b> (1000 MT CWE)	1451	1451	1495	1495	0	1540
<b>Total Imports</b> (1000 MT CWE)	945	945	985	985	0	980
<b>Total Supply</b> (1000 MT CWE)	2396	2396	2480	2480	0	2520
<b>Total Exports</b> (1000 MT CWE)	344	344	390	390	0	390
<b>Human Dom. Consumption</b> (1000 MT CWE)	2052	2052	2090	2090	0	2130
<b>Other Use, Losses</b> (1000 MT CWE)	0	0	0	0	0	0
<b>Total Dom. Consumption</b> (1000 MT CWE)	2052	2052	2090	2090	0	2130
<b>Ending Stocks</b> (1000 MT CWE)	0	0	0	0	0	0
<b>Total Distribution</b> (1000 MT CWE)	2396	2396	2480	2480	0	2520

Fuente:  
GAIN / USDA

## En aves el incremento productivo para 2022 llegaría al 3%

**Factores para el crecimiento a corto plazo:** la recuperación económica del país para el USDA va a suponer que la producción de carne de aves crezca hasta hasta los 3,9 millones de t, casi un 4% más y las importaciones se mantendrán estables.

Meat, Chicken Market Year Begins  Mexico	2020		2021		2022	
	Jan 2020		Jan 2021		Jan 2022	
	USDA Official	New Post	USDA Official	New Post	USDA Official	New Post
<b>Beginning Stocks</b> (1000 MT)	0	0	0	0	0	0
<b>Production</b> (1000 MT)	3725	3725	3800	3800	0	3900
<b>Total Imports</b> (1000 MT)	842	842	860	860	0	875
<b>Total Supply</b> (1000 MT)	4567	4567	4660	4660	0	4775
<b>Total Exports</b> (1000 MT)	7	7	7	7	0	8
<b>Human Consumption</b> (1000 MT)	4560	4560	4653	4653	0	4767
<b>Other Use, Losses</b> (1000 MT)	0	0	0	0	0	0
<b>Total Dom. Consumption</b> (1000 MT)	4560	4560	4653	4653	0	4767
<b>Total Use</b> (1000 MT)	4567	4567	4660	4660	0	4775
<b>Ending Stocks</b> (1000 MT)	0	0	0	0	0	0
<b>Total Distribution</b> (1000 MT)	4567	4567	4660	4660	0	4775
(1000 MT)						

Fuente:  
GAIN / USDA



# Amenazas a futuro





# Las amenazas se presentan en diversos eslabones de la cadena cárnica

- **Ganadería:**
  - Sanidad animal: evitar la entrada de enfermedades como la **peste porcina africana** de reciente aparición en República Dominicana; mejorar las prácticas ganaderas en aspectos como el **bienestar animal** que cada día son más exigidas por parte de los consumidores.
  - Incrementos de **costes de producción** ante la especulación de los mercados internacionales y la necesaria importación de materias primas para alimentación animal. Todo esto acaba restando competitividad frente a otros países.
- **Industria cárnica:**
  - **Mala imagen que la carne y los productos cárnicos** tienen en una parte de la sociedad, sobre todo entre los jóvenes, los consumidores del futuro, que acaba llevando a una reducción del consumo o la demanda de productos alternativos.
  - Cambios continuos en la **legislación** que obligan a adaptaciones en materia de seguridad alimentaria, etiquetados nutricionales, etc, o que incluso podría llevar a la aplicación de un **impuesto al consumo de carne**.
  - De cara al comercio exterior, hay que estar expectantes de los **acuerdos comerciales** en vigor y seguir insistiendo en la **apertura de nuevos mercados** para escapar del protagonismo comercial que Estados Unidos tiene en las exportaciones cárnicas mexicanas.
  - China **está dejando de ser ese gran mercado** para la carne de cerdo.



## Proteína alternativa: ¿oportunidad o amenaza?

**El mercado mundial de proteínas alternativas a la carne  
crecerá hasta los 4.400 millones de dólares a nivel mundial  
en 2026**

10/08/2021

---

Un nuevo estudio de mercado publicado por Global Industry titulado "Alternativas de proteínas: trayectoria y análisis del mercado global" presenta nuevas perspectivas sobre oportunidades y desafíos en un mercado post Covid-19 significativamente transformado.



# Proteína alternativa: ¿oportunidad o amenaza?

Las grandes firmas cárnicas pueden encontrar en los **productos veggies** nuevos nichos de mercado

17/11/2017

Según un informe de Rabobank

Un **Burggie**, hamburguesa sin carne de Emcesa  
20/07/2020

Elaborada con proteínas vegetales

La tendencia vegana ha llegado con fuerza para quedarse y crecer en el mercado. El prestigioso semanario británico The Economist nombró el 2019 como el año del veganismo, una tendencia que continúa en auge durante este 2020 y que vemos extenderse en nuestro país. Atendiendo a esta demanda,

Embutidos del Centro, S.A. (Emcesa) ha desarrollado su línea vegana NO MEAT, que actualmente cuenta con la hamburguesa llamada 'Burggie' y que se prevé que se amplíe a nuevos productos.

NO MEAT 'Burggie', que se elabora con aceite de oliva, tiene un alto contenido en proteína vegetal y no lleva gluten ni soja, y por lo tanto es un alimento indicado para personas con este tipo de intolerancias. Se presenta en un envase de 240 gramos que contiene dos medallones de 120 gramos cada uno. Hecho a partir de proteína de guisante, sin alérgenos y con vitamina B12, por lo que además contiene menos grasas que la hamburguesa de carne.



activo  
stituto

**MRM** desarrolla junto al **CSIC** un producto de **proteínas alternativas** a base de **algarrobas**

26/05/2021

Un grupo de investigadoras del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y de la Universidad Francisco de Vitoria (UFV) han desarrollado un nuevo ingrediente basado en las algarrobas que puede ser utilizado para hacer productos de proteínas alternativas a la carne.

El producto se comercializará bajo la marca Leggie y está sublicenciado a la empresa cárnica MRM ha sido presentado en la sede del CSIC y será lanzado este verano.



**Tönnies** refuerza su **apuesta** por los productos a base de **proteínas vegetales**

03/03/2021

El grupo cárnico alemán Tönnies, uno de los principales a nivel europeo, ha decidido reforzar su apuesta por el mercado de proteínas vegetales y comenzar, va a aglutinar su oferta de productos, basada en sus marcas "es schmeckt", "Vevia" y "Gutfried veggie" en una división independiente de Vevia 4 You GmbH & Co. KG y una planta de producción independiente en Böklund.

# TÖNNIES



**Brf** invierte 2,5 millones de euros en la **is** especializada en proteínas cárnicas de la

08/07/2021

Brf acaba de informar que ha invertido 2,5 millones de dólares en la última de las rondas de búsqueda



roducción de proteín

venta de este tipo d

**JBS** entra en el mercado europeo de **proteínas vegetales** con la compra de **Vivera**

20/04/2021

JBS acaba de anunciar la compra por 348 millones de euros de Vivera, una de las firmas más relevantes en cuanto a la fabricación de productos a base de proteínas vegetales en el continente europeo.

Vivera opera en más de 25 países y tiene una fuerte cuota de mercado en Países Bajos, Reino Unido y Alemania. La firma está presente en supermercados como Tesco, Sainsbury's, Ocado, Morrisons, Asda o Waitrose, entre otros.

En la operación se han incluido sus tres plantas de fabricación ubicadas en Países Bajos.

Con la compra, JBS crece en este



# Proteína alternativa: ¿oportunidad o amenaza?

## Grandes firmas como Campofrío, propiedad de Sigma, llevan varios años esta gama de productos

### Nueva hamburguesa vegana: la *Magic Burger* de Campofrío

21/07/2020

#### Preparada para el sector Horeca

Si hay un producto que esté copando la sección de novedades en los lineales en las últimas semanas esa es la hamburguesa sin carne, elaborada con proteínas vegetales. Son numerosas las empresas cárnicas que han creado su gama de productos a base de proteínas vegetales y, sin duda, la hamburguesa es el producto principal de todas ellas.

En este sentido, Campofrío ha

comenzado a comercializar su hamburguesa vegana Magic Burger con una receta única y pensada en esta ocasión de manera especial para el sector hostelero.



### Productos veganos

Campofrío presenta su nueva gama de productos, *Campofrío Vegalia*, como resultado de la escucha directa que la compañía lleva a cabo para ofrecer a sus consumidores nuevas soluciones y alternativas alimentarias.

Es el resultado de años de investigación y esfuerzo por parte de la compañía, líder del sector cárnico europeo, para desarrollar productos que respondan a las necesidades de los diferentes perfiles de consumidores. El lanzamiento de esta nueva alternativa de productos se ha iniciado en Bélgica, Francia, y ahora en España, con la perspectiva de seguir expandiéndose en otros mercados a nivel europeo.



“Estamos muy satisfechos con este nuevo lanzamiento”, destaca Jesús Rodríguez, Director de I+D+i de Campofrío. “Esta nueva gama de productos es resultado del trabajo de varios equipos de la compañía y estamos ilusionados porque es una primera respuesta global que ofrece una nueva alternativa a nuestros consumidores”.

Todos los productos de Vegalia cuentan con el aval V-Label de la European Vegetarian Union (EVU), la asociación europea que certifica que son aptos para vegetarianos. Se elaboran con clara de huevo y no contienen ni gluten, ni lactosa, y, por tanto, son aptos para celíacos e intolerantes a la lactosa lo que facilita su inclusión en cualquier tipo de dieta. e

[www.campofrio.es](http://www.campofrio.es)

# Proteína alternativa: incluso las grandes ferias de alimentación y tecnología les dan cabida

**Anuga Meat se centrará en el cambio en la alimentación con innovadores productos**

27/07/2021

Ocupará varios pabellones del recinto ferial de Colonia



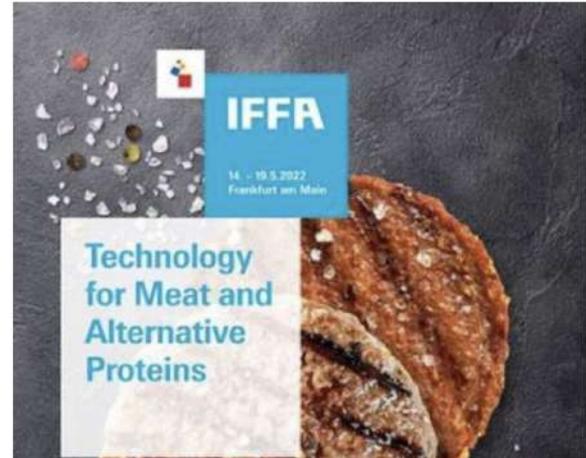
Con su oferta internacional, Anuga Meat es la plataforma más completa del mundo para obtener informaciones y realizar pedidos en el sector de la carne, las salchichas, la caza y las aves de corral, presentando toda la gama de producción cárnica en sus diversas etapas de procesamiento. La gama de la oferta abarca desde productos de carnicería sin elaborar hasta embutidos y productos de jamón de alta calidad y especialidades regionales, pasando por preparados cárnicos y productos de conveniencia. Aún cuando, debido a la pandemia,

**IFFA integra las proteínas vegetales por primera vez en su historia**

24/11/2020

**Desde mediados de enero de 2021 los expositores podrán registrarse en la feria**

Además de su enfoque tradicional en la industria de la carne, IFFA se abrirá a proteínas alternativas a partir de 2022. Con su nuevo subtítulo, "Tecnología para la carne y las proteínas alternativas", la feria líder en el mundo para el sector destacará el rápido crecimiento de las proteínas alternativas y sus procesos de fabricación para ofrecer a la industria alimentaria mundial una plataforma para la innovación y la creación de redes.





# Retos a afrontar





## Las retos y oportunidades pasan por seguir creciendo tanto en producción como en la variedad de productos y de mercados de destino para llegar a un mayor público

- Apuesta por la **mejora tecnológica y la innovación** en cuanto a productos tanto en carnes frescas (carnes maduradas, productos marinados, carnes con mayor ternura para un público mayor) como en carnes frías y derivados cárnicos.
- **Reformulación** de los productos cárnicos reduciendo su contenido en sal y grasa para tener una mejor percepción entre los consumidores
- Hay que comenzar a **establecer oficinas comerciales y delegaciones** en aquellos países en los que estará el **consumidor del futuro**. Los grandes exportadores, caso de EE.UU. o Canadá, **ya las tienen en México**.
- Más **acuerdos comerciales** y sobre todo con aquellos países en los que va a seguir creciendo la demanda.
- Fomentar la **sostenibilidad tanto social, económica y medioambiental**.
- Tener mejores prácticas en materia de **bienestar animal**.

# El etiquetado se ha convertido en el escaparate del quehacer diario de las empresas cárnicas



España



Dinamarca

La información en el etiquetado sobre las condiciones de **bienestar animal** en el etiquetado se acaba convirtiendo en un *must* ante las exigencias de la distribución. Y quién dice información, dice también certificación, mejoras productivas, etc, etc.



Alemania

## El 100% de la carne que Lidl comercializa en España cuenta con certificado de bienestar animal

14/07/2021

La firma de distribución tipo *discount* Lidl ha finalizado el proceso de implementación del certificado de bienestar animal basado en los estándares europeos de Welfair Quality en toda la carne de vacuno, pollo, cerdo y conejo que comercializa de origen nacional. La compañía inició este proceso en 2018 con la venta de huevos y la leche fresca que comercializa.



# El etiquetado es el escaparate del quehacer diario de las empresas cárnicas



Los etiquetados nutricionales como el **Nutriscore** que avanza en Europa o el **Sistema de Etiquetado Frontal de Alimentos y Bebidas (SEFAB)** de México obligan a la mejora del perfil nutricional de los productos cárnicos con la necesaria reducción de grasas, azúcares, etc para obtener mejores puntuaciones.

Rabobank advierte de los **cambios** que el **etiquetado Eco-Score** va a exigir a la industria alimentaria

14/05/2021



La distribución apuesta por implementar otro etiquetado frontal, el **Eco-Score**, con el que se valoraría el impacto medioambiental de los alimentos que se comercializan



**Pero sobre todo...**

**COMUNICACIÓN** (no, no hay una falta ortográfica)





# Comunicación

- La labor de las empresas cárnicas ha de ser **lo más transparente posible**, respondiendo siempre a las demandas de la sociedad.
- No se trata tanto de responder a las crisis que se vayan produciendo, que las habrá, sino de **ser proactivos, adelantarse a las situaciones problemáticas** y trabajar, de forma continua, en **fomentar las cualidades de la carne** (sabor, nutrientes y vitaminas para determinadas edades, etc) así como **lo que la producción cárnica aporta a nuestra sociedad** (número de trabajadores, ingresos por exportaciones, etc).
- Para ello hay que crear un **repertorio de contenidos** que se deben renovar continuamente.
- No hablamos de acciones de promoción relacionadas con precios de venta o con determinadas fechas sino de una **“lluvia fina continua” de comunicados y de contenidos** con los que ir transmitiendo una imagen de lo que la industria cárnica hace y logra para el resto de la sociedad.

# Patrocinios, presencia en medios...

Una de las actividades en las que las empresas están incidiendo es el patrocinio deportivo. Además, colaboran con la sociedad en diversos ámbitos como la donación de medios para centros hospitalarios, algo que ya ocurrió, por ejemplo durante la pandemia por la covid-19.



pero... es una estrategia también usada por “la competencia”



La pasada primavera **Meat Less Farm** se convirtió en patrocinador del Real Madrid con sus proteínas alternativas que imitan los productos cárnicos

**Real Madrid**

## **Meatless Farm, nuevo patrocinador del Real Madrid**

El objetivo es concienciar a la sociedad acerca de la importancia de reducir el consumo de carne en una iniciativa global de nutrición sostenible



Roberto Carlos, embajador del Real Madrid, presentó el acuerdo con Meatless Farm [RealMadrid.com](http://RealMadrid.com)

# Acción conjunta, todos a la vez

El sector ganadero y cárnico en España ha puesto en marcha desde hace un tiempo la plataforma “Carne y salud”, [www.carneysalud.com](http://www.carneysalud.com)

Con ella se busca tener una única voz para difundir las cualidades de la carne a la vez que ser también el medio, con una sola voz, con el que defenderse de los ataques recibidos.

Tiene un argumentario con contenidos y expertos para responder a distintas cuestiones en cuanto a salud, medio ambiente, etc.

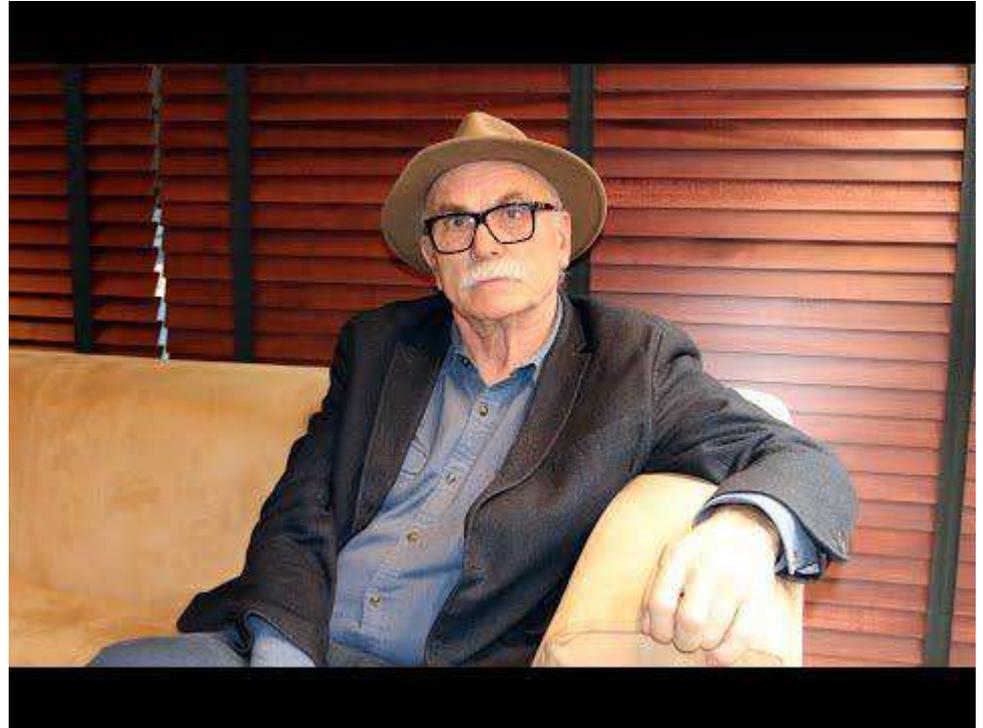




## Variar los recursos

Hay un gran abanico de posibilidades en materia de contenidos referentes a lo que la carne y los derivados cárnicos y su consumo aportan a la sociedad desde diversos ámbitos.

En **eurocarne** nos hemos hecho eco de ello con entrevistas como la realizada a **Eduald Carbonell**, prehistoriador y responsable de las excavaciones en el yacimiento de Atapuerca, uno de los más importantes a nivel internacional que nos habló en su momento de lo que el consumo de carne ha supuesto para el desarrollo de la especie humana.

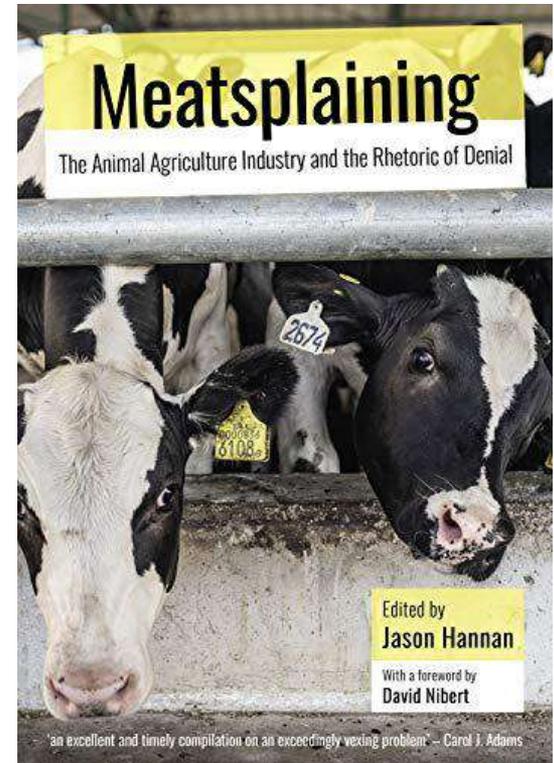


# Una acción continua porque...

Buena parte de las estrategias que la industria cárnica y la ganadería llevan a cabo en este ámbito están siendo continuamente examinadas y escrutadas.

Un ejemplo es **Meatsplaining**, obra en la que se examinan las estrategias puestas en marcha por el sector:

“La industria ganadera y cárnica busca agresivamente protegerse del escrutinio público. Utiliza un conjunto de estrategias retóricas para desviar las críticas. Los autores investigan las muchas formas de negacionismo perpetuado por la industria ganadera y cárnica. ¿Qué estrategias utiliza para evitar preguntas sobre su trato inhumano a los animales y su impacto en el medio ambiente y la salud pública? ¿Qué narrativas, mitos y fantasías promueve para sostener su imagen en el imaginario público?”



# ... los ataques a la industria cárnica llegan desde cualquier lado

Las interprofesionales responden al ministro de Consumo, **Alberto Garzón**, por sus manifestaciones contra la **producción ganadera y el consumo de carne**

08/07/2021



Los presidentes de Asici, Avianza, Intercun, Interovic, Interporc y Provacuno han enviado al ministro de Consumo, Alberto Garzón, una carta en la que manifiestan "el estupor de los cientos de miles de ganaderos, empresas, trabajadores y técnicos de toda España vinculados a los sectores ganaderos y cárnicos a los que representamos, ante la campaña suscrita por usted mismo y el Ministerio del que es titular, en la cual difama al conjunto del sector ganadero-cárnico".



# Gracias a todos

Jesús Cruz, subdirector de **EUROCARNE**  
jcruz@eurocarne.com

**eurocarne**  
**eurocarne**digital