

ÍNDICE

- Información actualizada del secretario general
- Informe de la reunión del Comité de Cuidado Animal sobre la RAM
- Tercer Informe del Taller de Economía de la OPIC
- Conozca a los miembros del Consejo Ejecutivo de la OPIC: Dan Halstrom
- La batalla por la representación de la industria cárnica en las negociaciones de la COP sobre el cambio climático
- Las tendencias del mercado minorista de la carne en EE.UU.

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

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

Fax:
33 (0)1 44 93 60 01

Editor: Phil Hadley
© I.M.S. Todos los derechos reservados

Si conoce a alguien que debería recibir el boletín de la OPIC o que tenga comentarios, sugerencias o un artículo para compartir, contacte con phil.hadley@meat-ims.org

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

www.meat-ims.org

Información actualizada del secretario general

La UE ha publicado las *Perspectivas Agrícolas de la UE*, que incluyen previsiones para los principales mercados agrícolas de la UE hasta 2035:

<https://agriculture.ec.europa.eu/>

El acreditado profesor Frédéric Leroy propone un *modelo de nutrientes* basado en la densidad nutricional de los alimentos y en la tasa de procesamiento de los nutrientes para asegurar una nutrición apropiada:

<https://www.aleph2020.org/>

En un artículo de la revista *Nature Food* se analiza el efecto que tendría la modificación de los tipos impositivos sobre los alimentos a la hora de impulsar cambios en la dieta y alcanzar los objetivos de las políticas mundiales. Según se concluye, el aumento de los impuestos aplicados sobre la carne y los lácteos y la reducción de los impuestos sobre la fruta y la verdura podrían favorecer el cambio hacia dietas más sanas y sostenibles en Europa:

<https://www.nature.com/articles/>

Un grupo denominado ReThink Meat explora en una serie de ocho vídeos el impacto medioambiental de la ganadería sostenible y regenerativa. La serie cuenta con el testimonio de destacados ecologistas, agricultores y ecologistas. Su finalidad es desmontar la falsa creencia de que reducir el consumo de carne es la única solución para salvar al planeta:

<https://www.youtube.com/>

En el Reino Unido, el número de ingresos hospitalarios debidos a deficiencias alimentarias, sobre todo de hierro, ha aumentado un 11% hasta alcanzar los 191.000 casos. Esta cifra refleja la cruda realidad de la salud alimentaria y la calidad de los nutrientes:

<https://www.theguardian.com/society/>

Merece la pena leer el artículo publicado en línea por *Sheep Central* de la periodista de investigación Nina Teicholz, que pone de relieve los puntos débiles del discurso sobre la carne y el cáncer y explica la posición de la Agencia Internacional para la Investigación del Cáncer (IARC):

<https://www.sheepcentral.com/>

La Dieta Planetaria Saludable (PHD) propuesta por *EAT-Lancet* es una dieta baja en carne que adolece de una falta de micronutrientes. En un artículo publicado por la revista *The Lancet* se trata de subsanar esta carencia sin dejar de promover una dieta mayoritariamente vegetal. Los autores instan a la Comisión

Fechas para agendar

19 febrero - Reunión del Comité de Carne Sostenible, con presentación de GRBS sobre la agricultura positiva para la naturaleza y preparación para la COP30

25 febrero - Reunión del Comité de Carne de Vacuno, que tratará el comercio con EE. UU., las cláusulas de salvaguardia para China y la actualización de la EUDR

18 marzo - Reunión del Comité Económico y Comercial, con información actualizada sobre las previsiones de producción de Australia y Nueva Zelanda y el comercio con EE. UU.

25-29 mayo - Asamblea General de la OMSA, París

1-3 septiembre - Comité de Salud y Nutrición Humana de la OPIC, París

7-9 octubre - Comité de Marketing de la OPIC, París

27-30 octubre - Congreso Mundial de la Carne de la OPIC, Cuiaba (Brasil)



EAT-Lancet a seguir sus recomendaciones para aumentar la adopción de dietas sanas basadas en plantas en todo el mundo:

<https://www.thelancet.com/>

La FAO celebró un acto de presentación en línea de su último informe: "Gestión sostenible del nitrógeno en los sistemas agroalimentarios":

<https://doi.org/10.4060/>

El Reino Unido ha publicado una revisión de sus actuales normas de Garantía Agrícola con varias recomendaciones estratégicas y operativas:

<https://promar-international.com/>

Su Excelencia el Embajador André Corrêa do Lago, secretario de Clima, Energía y Medio Ambiente del Ministerio de Asuntos Exteriores de la República Federativa de Brasil, ha sido designado presidente de la COP30, mientras que Ana Toni, secretaria nacional de Cambio Climático del Ministerio de Medio Ambiente y Cambio Climático de la República Federativa de Brasil ha sido nombrada directora ejecutiva del evento.

Y por último...

En el Reino Unido, un grupo de animalistas bloqueó el pasillo de la carne de un conocido supermercado y los clientes mostraron su descontento

abalanzándose sobre los manifestantes con los carros de la compra:

<https://www.dailymail.co.uk/>



Dr. Phil Hadley

Informe de la reunión del Comité de Cuidado Animal sobre la RAM

El Comité de Cuidado Animal de la OPIC se reunió por primera vez bajo la presidencia de Álvaro Pereira, director de Acceso al Mercado del INAC (Uruguay) y miembro del Consejo Ejecutivo de la OPIC.

Dieciséis representantes de diversas entidades miembro de la OPIC asistieron a las presentaciones de dos excelentes oradores que

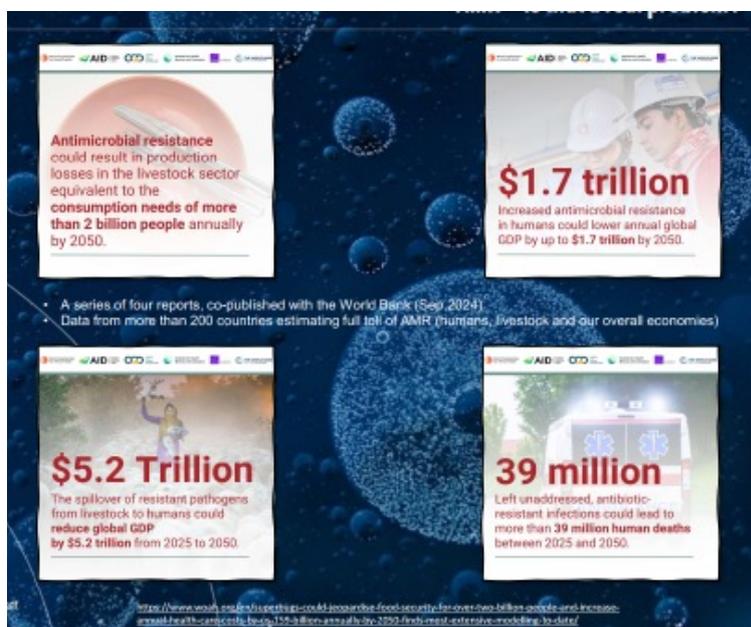
trataron un tema muy importante: la resistencia a los antimicrobianos (RAM). El Dr. Javier Yugueros-Marcos, responsable del área de RAM y

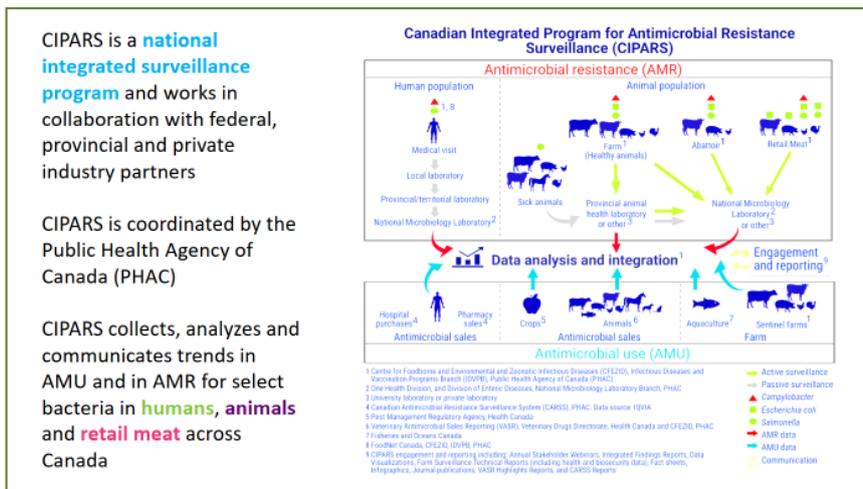
Productos Veterinarios de la Organización Mundial de Sanidad Animal (OMSA), inició la sesión explicando la RAM y su relevancia para la sanidad animal y salud humana. Se trata de un tema prioritario para las cuatro agencias principales de las Naciones Unidas (FAO, PNUMA, OMS y OMSA) por sus posibles repercusiones sobre la salud y los medios de vida. Diversos análisis recientes arrojan unas cifras impactantes que reflejan tanto la trascendencia como la urgencia de este tema.

<https://www.woah.org/app/>

En septiembre de 2024, la Asamblea General de las Naciones Unidas asumió cuatro compromisos primordiales en materia de sanidad animal:

1. Realizar los esfuerzos





necesarios para reducir de forma significativa antes de 2030 el volumen de antimicrobianos empleados actualmente en el sistema agroalimentario mundial.

- Garantizar un uso prudente y responsable de los antimicrobianos en la ganadería y la agricultura.
- Definir unas estrategias de vacunación animal y un plan de aplicación para 2030.
- Invertir en sistemas de apoyo a la sanidad animal para facilitar el acceso equitativo a los servicios veterinarios, mejorar la sanidad animal y asegurar unas prácticas adecuadas para la prevención de infecciones.

En la reunión se reveló un dato sorprendente y preocupante a la vez: en el mundo todavía hay entre 30 y 35 países que utilizan los antimicrobianos como promotores del crecimiento, y el 75% de estos países carecen de un sistema formal de evaluación de los riesgos. En tales casos cabría recordar las palabras de la Dra. Eloit, ex directora general de la OMSA: *el uso de antimicrobianos jamás debe reemplazar el cuidado apropiado de los animales*. La base de datos de la OMSA sobre el uso de antimicrobianos en animales (ANIMUSE) muestra que su disminución se ha

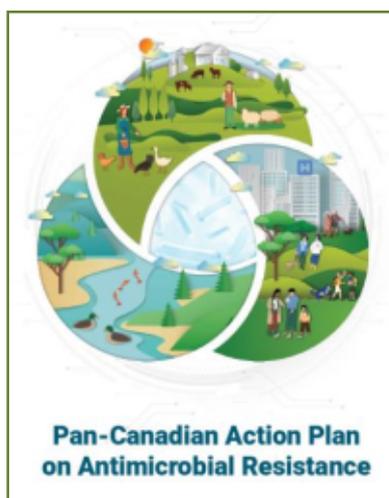
estancado en los últimos dos años, si bien diversos análisis indican que en algunas regiones la recopilación de información es mayor y más precisa.

Para más información sobre la actividad de la OMSA en relación con la AMR, véase:

<https://www.woah.org/app/>

<https://www.woah.org/app/>

A continuación, el Dr. Egan Brockhoff del Consejo Canadiense de la Carne Porcina expuso las iniciativas llevadas a cabo en Canadá por el sector ganadero y el Ministerio de Sanidad Animal para gestionar las distintas especies animales. En 1995, el sector porcino lideró con el apoyo del gobierno el Programa Canadiense de Garantía de Calidad (actualmente



denominado PigSAFE), que ha sido objeto de numerosas actualizaciones y ahora contiene un plan de uso responsable de los antimicrobianos. Este plan excluye el empleo de los antimicrobianos de categoría 1 para fines preventivos, así como su uso como promotores del crecimiento. Para garantizar la aplicación de dicho plan, se realiza una auditoría anual de las explotaciones y se implementa un extenso programa de seguimiento (CIPARS) centrado en unas bacterias específicas en humanos, en animales y en la carne de venta al por menor. Este programa es coordinado por el Departamento de Sanidad con financiación pública y con la participación voluntaria del sector. Sus actualizaciones periódicas permiten registrar los avances conseguidos y el éxito de las medidas aplicadas.

El reciente Plan de Acción Pancanadiense contra la RAM (PCAP) brinda una orientación estratégica al sector agroalimentario y de sanidad animal mediante la coordinación de actividades que promueven un uso responsable de los antimicrobianos para minimizar los retos de la RAM y asegurar una sanidad y un bienestar animal sostenibles en Canadá. El sector y el gobierno se han unido para implementar el PCAP bajo el liderazgo de Animal Health Canada.

<https://www.canada.ca/en/>

El cierre de la reunión corrió a cargo del presidente de la OPIC, Juan José Grigera Naón, que destacó los retos de la RAM y sus potenciales implicaciones, tanto para la salud animal como para la humana, e hizo hincapié en el compromiso de la OPIC por seguir trabajando con sus miembros y los responsables políticos en este ámbito crucial.

Phil Hadley

Tercer Informe del Taller de Economía de la OPIC: tendencias de consumo; potenciales desafíos de la carne cultivada en laboratorio; informe de la OMSA sobre la evolución reciente de las enfermedades animales y la situación de la carne en el África subsahariana

*El segundo día del Taller se centró en temas relevantes de los sectores ganadero y cárnico. Las sesiones matinales fueron moderadas por **Katrina Walsh**, directora de estrategia de la Asociación Internacional de Comercio de la Carne (IMTA) del Reino Unido, y **Maria Zieba**, vicepresidenta de Asuntos Gubernamentales del Consejo Nacional de Productores Porcinos de Estados Unidos.*

Sesión 1: Tendencias de consumo

El Dr. David Hughes, catedrático emérito de Marketing Alimentario del Imperial College de Londres, inauguró la sesión con una presentación exhaustiva titulada "Futuras tendencias de consumo que afectan al sector cárnico en los países desarrollados". El Dr. Hughes señaló que, en algunas economías emergentes como la tailandesa hay destacados ejemplos de carne de calidad comparable a la de las economías más avanzadas; esta carne está dirigida a los segmentos más ricos y a la población de expatriados. También hizo referencia a la existencia de una gran variedad de puntos de venta al por menor y de servicios alimentarios dirigidos a diferentes segmentos de la población. Por otro lado, aunque existen razones de peso para que las decisiones de compra de los consumidores se vean influidas por diversas cuestiones geopolíticas mundiales y la crisis climática, en los últimos años los consumidores de los países desarrollados están más preocupados por la subida de los precios debido a las presiones sobre el presupuesto familiar.

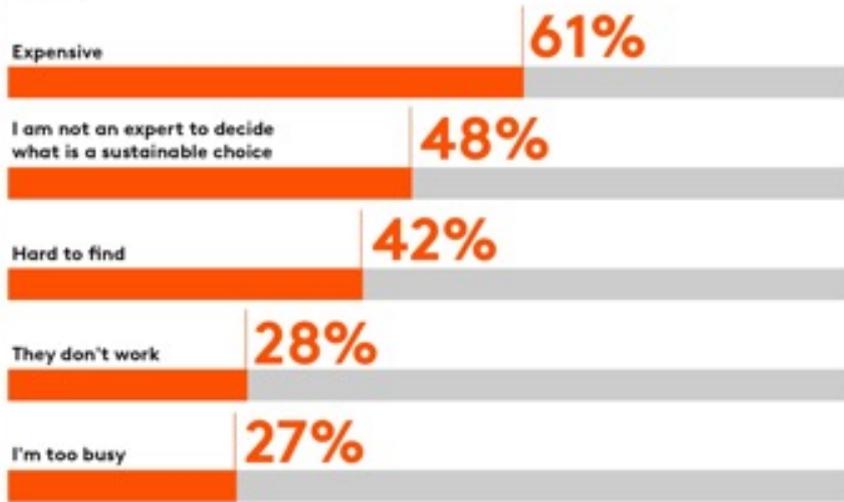
Principales tendencias mundiales del consumo de carne

El Dr. Hughes también destacó los siguientes puntos adicionales:

- Existen grandes diferencias entre los consumidores a la hora de priorizar los alimentos de producción *nacional* frente a los importados, que oscilan entre el 74% en Italia y el 54% en el Reino Unido.
- Las *tendencias demográficas* ejercen una enorme influencia y la tasa de natalidad de muchas economías avanzadas es muy inferior a la necesaria para mantener una población estable. Ello ha provocado descensos llamativos en varios mercados desarrollados, aunque algunos países mantienen los niveles de población gracias a unos flujos de inmigración netos elevados.
- En Europa, se espera que el mayor crecimiento en las ventas de alimentos dentro del rango de los diez principales minoristas durante los cinco años previos a 2027 se concentre en las *cadena internacionales de bajos precios*, en particular Lidl y Aldi.
- Aunque muchas de las iniciativas de carne de *origen vegetal* han fracasado, estos productos siguen representando una cuota de mercado creciente, aunque pequeña, sobre todo por su buen comportamiento en el sector de los platos preparados.
- Los consumidores buscan más *soluciones para sus comidas*, pero los mostradores de carne de algunos grandes supermercados suelen hacer caso omiso; por regla general, los expositores de aves de corral son más atractivos que los de carne roja.
- La restauración y el comercio minorista tienden a converger cada vez más; las ofertas de restauración de algunos grupos de supermercados son un buen ejemplo de ello.
- En los países de rentas más altas, los principales mensajes sobre los efectos adversos de la alimentación sobre la salud y la nutrición tienden a centrarse en la necesidad de reducir el consumo de alimentos ultraprocesados, aunque en algunos países la combinación de mensajes sanitarios y medioambientales

What barriers do you face to shopping more sustainably?

Global



Source: Worldpanel Division, Kantar, Europanel, CPS GfK - Who Cares? Who Does? 2023

está influyendo negativamente sobre el consumo de carne.

- Los mensajes de sostenibilidad que acompañan a los productos alimentarios varían de forma significativa de un país a otro, y se evidencia cierta confusión en la reacción de los consumidores. En una encuesta mundial para identificar las principales barreras a las que

se enfrentan los consumidores que desean adquirir productos más sostenibles, el 61% consideró que estos productos son "caros" y el 48% respondió "no soy un experto para decidir si una opción es sostenible".

- En una encuesta europea para determinar en quién confían más los consumidores en la cadena alimentaria,

las granjas obtuvieron la puntuación más alta; sin embargo, es preocupante que muchos consumidores sigan teniendo una visión idílica de las pequeñas granjas y confíen mucho menos en las explotaciones industriales.

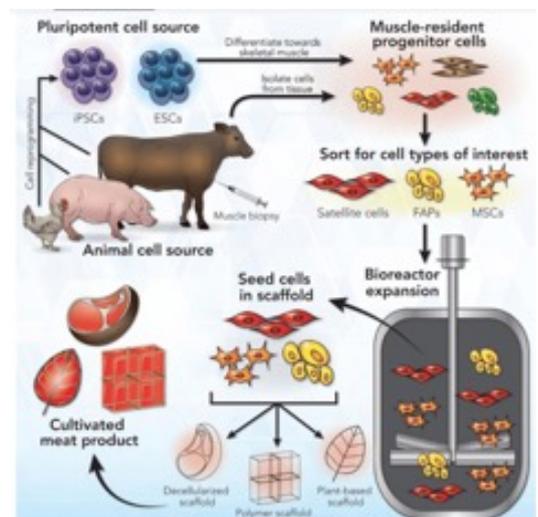
Sesión 2: Carne cultivada en laboratorio

El Dr. Sghaier Chriki es profesor asociado de Ciencias Animales en ISARA (que forma parte del INRAE), en Lyon (Francia). En su presentación, titulada "Los retos de la carne cultivada en laboratorio" definió este producto como "carne desarrollada a partir del cultivo de células animales y no mediante la cría y el sacrificio tradicionales de animales vivos". Aunque el término "carne cultivada en laboratorio" es el que emplean normalmente los académicos y los medios de comunicación, también se denomina "carne cultivada", "carne in vitro" o "alimentos basados en células". En la figura siguiente se describen las fases de producción:



Pasos para la producción de carne cultivada en laboratorio:

- (1) **aislamiento** de las células primarias de animales o selección de líneas celulares
- (2) proliferación y diferenciación celular para la **producción masiva** de células
- (3) **extracción** de células y tejidos
- (4) **elaboración** y formulación de **alimentos**



meat manufacturing process. Reproduced from Neiss et al. (2022) with permission.

La carne cultivada debe superar cuatro retos principales para su disponibilidad a gran escala:

1. **Garantía de seguridad alimentaria.** Esta es una prioridad fundamental. En 2022, la FAO y la OMS consultaron con expertos la seguridad de la carne cultivada con células y publicaron un informe según el cual la mayoría de los peligros identificados son equivalentes a los de los alimentos convencionales y, aunque algunas características de producción son distintas, los enfoques sobre la seguridad alimentaria y la mitigación de los riesgos son similares. Sin embargo, sería necesario conocer las repercusiones a largo plazo en la dieta de los consumidores.
2. **Cuestiones tecnológicas.** Todavía quedan grandes retos por resolver como, por ejemplo, la necesidad de obtener las células iniciales y mantener unas funciones celulares estables; el uso de grandes biorreactores para producir células grandes a escala o el empleo eficaz de las tecnologías de cultivo tridimensionales, como el cultivo con andamiaje o la impresión 3D. También existe la necesidad de reducir los costes de producción manteniendo un buen crecimiento celular y, por último, debe asegurarse su alta calidad comestible, que debe ser similar o superior a la de la carne convencional.
3. **Cuestiones sociales y aceptación de los consumidores.** Las encuestas a los consumidores muestran grandes diferencias en los distintos países. Por ejemplo, ante la pregunta "¿Qué le parece la carne cultivada en laboratorio?" el 59% de los consumidores franceses respondieron que era "absurda y/o repugnante"; en cambio, en Alemania,

el 63% contestaron que era "prometedora y/o aceptable" y el 59% de los encuestados en países africanos indicaron que era "divertida y/o intrigante". En la actualidad, la gran mayoría de los encuestados no está dispuesta a pagar más por la carne cultivada.

4. **Autorización reglamentaria.** En 2020, el Gobierno de Singapur autorizó la carne cultivada en laboratorio; en 2023, el USDA autorizó a dos empresas a vender carne cultivada en laboratorio en Estados Unidos. La UE está estudiando la aprobación de este tipo de carne, pero no se espera que tome una decisión antes de 2026. Es probable que diversos países aprueben normativas individuales al respecto. Además, quedan otras cuestiones por resolver: por ejemplo, aunque es evidente que el producto debe etiquetarse, existen dudas sobre si debe llamarse "carne". Una estrecha mayoría de 10.000 personas encuestadas en Brasil, Europa y América opina que no debe comercializarse como carne.

En resumen, todavía quedan muchos obstáculos por superar

En conclusión, son muchos los retos que deben superarse antes de que la carne cultivada en laboratorio esté disponible a gran escala. Hoy por hoy, esta carne no puede incluirse en la definición de dieta sostenible de la FAO y la OMS ("*nutricionalmente adecuada, segura y saludable, culturalmente aceptable, económicamente asequible y con bajo impacto ambiental*"). No se dispone de datos en la actualidad que cumplan los requisitos nutricionales y medioambientales y el aspecto socioeconómico dista mucho de ser satisfactorio, sobre todo por los elevadísimos costes de producción. En cuanto a los aspectos socioculturales, los datos de las encuestas

son contradictorios. Por consiguiente, la carne cultivada en laboratorio debe superar muchos obstáculos para tener un impacto importante en el mercado cárnico.

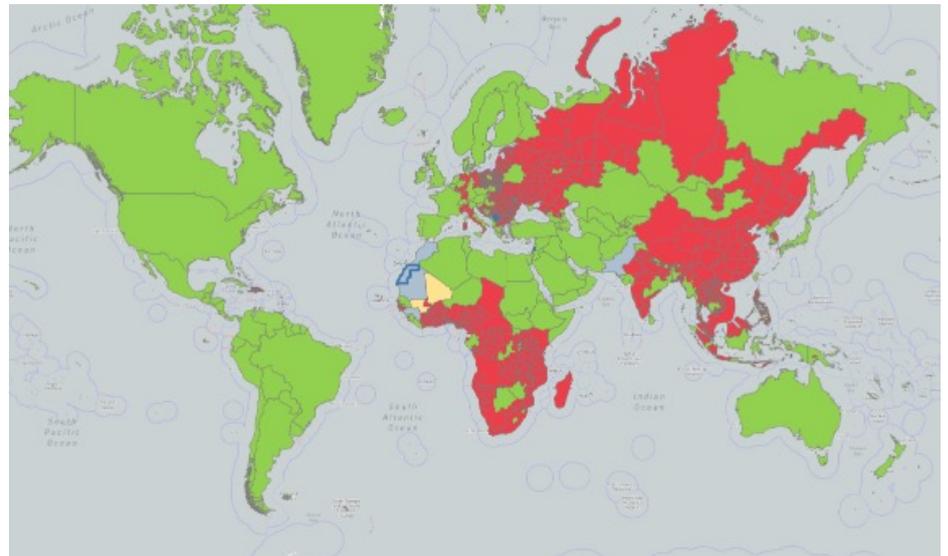
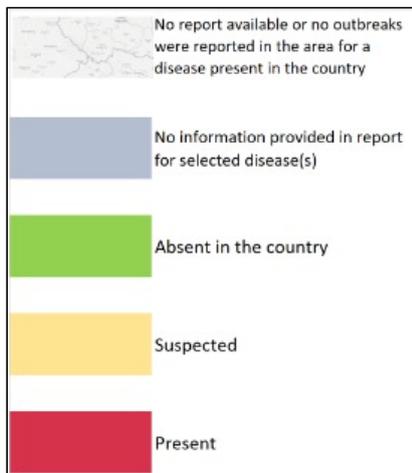
Sesión 3: La peste porcina africana (PPA) y la influenza aviar de alta patogenicidad (IAAP)

La sesión contó con dos presentaciones de la Organización Mundial de Sanidad Animal (OMSA) a cargo de la Dra. Charmaine Chng, responsable adjunta del Departamento Científico, y Mariana Delgado, científica sénior del Departamento Científico. La Dra. Chng presentó un breve resumen de la función general de la OMSA (antes conocida como OIE), cuya misión principal es mejorar la sanidad animal en todo el mundo, por lo que interviene en múltiples ámbitos, desde la prevención y el control de enfermedades hasta el bienestar animal, pasando por el comercio internacional, la producción animal sostenible, la seguridad alimentaria y la resistencia antimicrobiana.

Según datos recientes de la OMSA, 63 países y territorios de cinco regiones del mundo notificaron casos de peste porcina africana (PPA) entre enero de 2022 y noviembre de 2024. Desde 2005, las pérdidas notificadas (tanto animales muertos como sacrificados) ascienden a más de 12 millones de cerdos domésticos y más de 120.000 jabalíes. Además de llevar a cabo tareas de seguimiento e información, la OMSA tiene tres objetivos principales en su iniciativa mundial de control de la PPA:

- **Mejorar la capacidad de los países para controlar la PPA con buenas prácticas** que combinen estrictas medidas de bioseguridad, vigilancia permanente y control eficaz de las importaciones.

Situación actual Peste porcina africana (PPA) - Situación mundial 2016 - 2024



- **Establecer un marco eficaz de coordinación y cooperación** para una comunicación eficaz de las soluciones, así como campañas y materiales dirigidos a las distintas partes interesadas. La OMSA también establece normas para la mejora de la salud y el bienestar animal, así como manuales para las pruebas de diagnóstico y vacunas. Estas normas se actualizan anualmente.

- **Facilitar la continuidad de la actividad** mediante directrices de compartimentación para la PPA que permiten mantener una parte de un país como territorio libre de PPA y, por lo tanto, apto para participar de forma segura en el comercio nacional e internacional.

Algunos países utilizan vacunas contra el genotipo II de la PPA

En la actualidad no existe ninguna vacuna contra la PPA que sea completamente segura y eficaz y esté disponible comercialmente, pero algunos países están usando vacunas contra el genotipo II de la PPA.

El impacto de la IAAP no se limita a las aves de corral y silvestres

Mariana Delgado destacó el hecho de que la gripe aviar es una enfermedad vírica altamente contagiosa que afecta principalmente a las aves domésticas y silvestres. La gripe aviar de baja patogenicidad (IABP) suele causar pocos o ningún síntoma clínico, pero la gripe aviar de alta patogenicidad (IAAP) puede provocar síntomas clínicos graves y altas tasas de mortalidad. Aunque la gripe aviar de alta patogenicidad afecta sobre todo a las aves de corral y silvestres, en ocasiones puede transmitirse a los mamíferos, incluidos los seres humanos. En los dos últimos años se ha notificado un número creciente de casos de gripe aviar H5N1 en mamíferos terrestres y acuáticos. La gripe aviar altamente patógena es una amenaza importante para la biodiversidad, tanto para las aves silvestres como para los mamíferos.

Propagación gradual de la IAAP a distintos continentes

En 2020, los clados (o ramas) del virus H5N1 se propagaron

desde Asia Central a Asia Oriental, Oriente Medio, Europa y África. Posteriormente, se detectaron brotes en Canadá y EE.UU. en 2021 y, en octubre de 2022, el virus se trasladó a América Central y del Sur. En 2024, se produjeron 759 brotes que afectaron a aves de corral de todo el mundo; 315 en América y 271 en Europa. En total, 57 millones de aves de corral fueron sacrificadas, mientras que en el mismo periodo se produjeron 1284 brotes en aves silvestres.

La OMSA solicita medidas de vigilancia avanzadas

En los 12 meses previos a septiembre de 2024, las autoridades nacionales de 12 países notificaron a la OMSA casos de gripe aviar altamente patógena en mamíferos, detectándose también en ganado vacuno en Estados Unidos. En consecuencia, la OMSA ha solicitado que se refuercen las medidas de vigilancia, incluida la protección de las personas en contacto estrecho con ganado enfermo y sus productos. Entre el 1 de octubre de 2023 y el 13 de septiembre de 2024, ocho países/territorios notificaron a

la OMS 38 casos en humanos. En una declaración conjunta de la FAO, la OMS y la OMSA realizada en agosto, se hizo hincapié en el bajo riesgo para la salud pública mundial. La OMSA sigue de cerca la evolución de la IAAP y sus riesgos para la salud pública.

Consulte aquí los últimos informes sobre enfermedades de la OMSA:

<https://wahis.woah.org/#/home>

Sesión 4: El África subsahariana

Jean-Pierre Garnier de Meatwise International explicó la evolución del mercado cárnico en el África subsahariana. Aunque la producción de carne en África solo representa el 7% de la producción mundial, la cuota de ganado ovino (20%) y vacuno (10%) es proporcionalmente más importante. Además, el crecimiento demográfico en África es superior a la de cualquier otra parte del mundo: se prevé que la población pase de los 1.500 millones actuales a 2.500 millones en 2050, fecha en la que África representará más de una cuarta parte de la población humana mundial. Por consiguiente, es muy probable

que aumente la demanda de carne en los próximos años.

Grave escasez de inversiones en el sector ganadero del África subsahariana

Según el Banco Mundial, la tasa de crecimiento económico del África subsahariana ha sido relativamente baja en los últimos años, aunque se esperaba un aumento del 3% para 2024 y se prevé un aumento del 4% para 2025 y 2026. Los países con mejores resultados son Costa de Marfil, Benín, Uganda y Etiopía. Según el Instituto Internacional de Investigación Ganadera (ILRI), existe una grave escasez de inversiones públicas y de instituciones financieras de desarrollo en el sector ganadero de los países del África subsahariana, sobre todo en el segmento de los pequeños rumiantes. Las inversiones de mayor importancia se han centrado principalmente en Kenia, Nigeria y Sudáfrica.

El sector ganadero del África subsahariana se enfrenta a los siguientes desafíos:

- Problemas climáticos y de degradación del suelo que, pese a no estar causados por la ganadería, han afectado a su

desarrollo.

- Disturbios, secuestros, fraudes e inseguridad en muchos países.
- Infraestructuras deficientes en carreteras y puertos y en el sector energético y logístico.
- Servicios veterinarios insuficientes.
- Alto coste de la vida agravado por la elevada inflación de los precios.

A pesar de todo ello, se observa un aumento gradual de la producción, con un incremento más pronunciado en las aves de corral. Las importaciones también están al alza, sobre todo en el caso de las aves y el porcino (especialmente en Sudáfrica); también es significativo el volumen de importación de hígado de vacuno y despojos de aves de corral. Los factores clave del crecimiento del consumo son el aumento de la población, el incremento de los ingresos y la creciente urbanización.

Los grandes retos de los países del África subsahariana

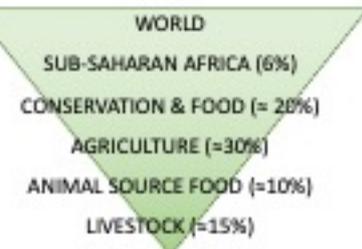
En resumen, los sectores ganaderos de los países del África subsahariana presentan un gran potencial de crecimiento,

Sub-Saharan Africa

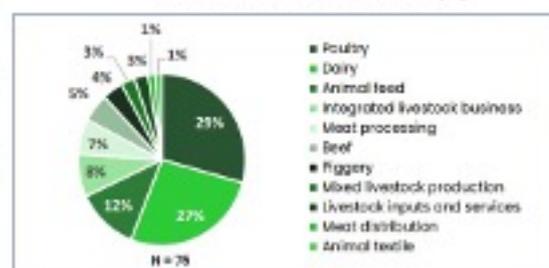
Dearth of investment in meat production

- The livestock sector is "chronically underfunded" (ILRI).
- Dearth of investment from private funds and Development Finance Institutions investment in the livestock sector.
- Often high interest rates incompatible to long-term investment in the livestock sector, e.g. current base rate → Nigeria 23.75%, RSA 8%, Ghana 29%, Malawi 26%, Angola 19.5%...
- Very little investment for the small ruminant sector.
- African agri-food tech investment "crashed" in 2023 from US\$ 700 million in 2022 to 275 million in 2023 or 1.6% of the world total.
- Four countries concentrate three-quarter of the agri-food Tech investment for 2013-2024: Kenya, Nigeria, South Africa and Egypt. No specific agri-food tech project for meat/poultry/dairy/aquaculture in 2023.
- The livestock sector relies on the limited help from international donors and NGOs with agendas skewed towards conservation and patchy results.
- No SSA country fulfils the engagement of the 2014 Malabo declaration of committing 10% of the budget on agriculture. Also, agrarian bias.

The investment inverted pyramid



Investment in livestock sector (%)



con una demanda creciente derivada del fuerte aumento de la población. Sin embargo, existe una falta acuciante de inversión en el sector de la agricultura en general y de la ganadería en particular, lo que afecta negativamente al desarrollo de la **producción** cárnica en

muchos países de la región. A largo plazo, el cambio climático también plantea desafíos cada vez mayores en muchas partes del continente. El consumo de carne aumentará, pero no tan rápido como indican algunas de las previsiones más optimistas. Es probable que las **importaciones**

sigan al alza, sobre todo en las zonas con buenas infraestructuras portuarias.

El último informe del taller se publicará en la próxima edición del boletín.

Bob Bansback
Comité Consultivo de la OPIC

Conozca a los miembros del Consejo Ejecutivo de la OPIC: Dan Halstrom

Dan Halstrom es miembro del Consejo Ejecutivo del OPIC y presidente y director general de la Federación de Exportación de Carne de Estados Unidos (USMEF).

La misión de la USMEF es generar valor y oportunidades para los sectores del vacuno, porcino y cordero estadounidenses, promoviendo la demanda de estos productos en los mercados de exportación internacionales. Halstrom dirige una red de más de 20 oficinas y representantes de la USMEF en más de 80 países que se centra en el desarrollo del mercado, las actividades de promoción, el acceso a los mercados, la comunicación y las relaciones. El objetivo es presentar el sector ganadero estadounidense a un mercado mundial muy diverso y en constante evolución.

"El mercado mundial es fundamental para el éxito continuado de la ganadería estadounidense", explica Halstrom. "Nuestra misión no solo consiste en incrementar las exportaciones, sino también en destacar la calidad, seguridad, nutrición, sostenibilidad y diferenciación de la carne roja de Estados Unidos. Nos esforzamos por crecer de forma continua y adaptarnos a las necesidades de los consumidores de todo el mundo".

Halstrom está muy vinculado al sector de la agricultura y

la ganadería, puesto que se crió en una granja en Iowa con cebaderos y diversos cultivos. Tras licenciarse por la Universidad de Iowa, se incorporó a Swift & Company en 1983 como becario en el área de gestión. Su trayectoria profesional pronto le llevó a las ventas y el marketing internacionales, un campo que comenzaba a despegar en esa época. Tras 11 años como vicepresidente de la División de Ventas Internacionales, dejó Swift & Company (posteriormente, JBS) después de haber guiado con éxito a la empresa hacia el mercado mundial.

"He tenido la suerte de haber estado siempre vinculado al sector ganadero en mi trabajo", afirma Halstrom. "La ganadería no solo es esencial para la economía estadounidense, sino también primordial para la seguridad alimentaria mundial y la estabilidad económica. Es una piedra angular de la sociedad a escala global".

La pasión de Halstrom por los mercados internacionales le llevó a formar parte del Comité Ejecutivo de la USMEF de 2003 a 2009, siendo presidente en 2008. En 2010, se incorporó oficialmente a la organización



como vicepresidente sénior de Marketing con la misión de supervisar las iniciativas de marketing internacional, los servicios prestados a las organizaciones miembro de la entidad y las comunicaciones. En 2017, fue nombrado presidente y director general, cargo desde el cual sigue defendiendo la importancia de la comunicación, la cooperación y la colaboración: las "3 C".

"Las relaciones constituyen la base de todo lo que hacemos", explica Halstrom. "Ya sea con el sector ganadero, con organismos gubernamentales como el Departamento de Agricultura de Estados Unidos, con los clientes globales o con los consumidores de todo

el mundo. La comunicación, cooperación y colaboración son lo que impulsan el comercio global, el bienestar social y la paz en el mundo”.

Además de trabajar en la USMEF, Halstrom es miembro del Comité Asesor de Política Agrícola de Estados Unidos (APAC) desde 2019, y forma parte del Consejo

Ejecutivo de la OPIC. A través de dichos cargos defiende el papel esencial de la ganadería y el comercio internacional para sostener los sistemas alimentarios mundiales.

“Estos comités son esenciales para comunicar el mensaje sobre las ventajas de la ganadería mundial”, señala Halstrom.

“Nuestra responsabilidad consiste en demostrar que la ganadería y la producción cárnica forman parte de la solución, no del problema. Como miembros de este sector y de la OPIC debemos comunicar este mensaje de forma clara y eficaz para garantizar un futuro sostenible para todos”.

La batalla por la representación de la industria cárnica en las negociaciones de la COP sobre el cambio climático

Lucas Daghish, miembro de la Asociación Británica de Procesadores de Carne, comparte sus reflexiones sobre su reciente experiencia en la COP29 de Bakú.

La Conferencia de las Partes (COP) sobre el cambio climático reúne a líderes mundiales, organismos gubernamentales y organizaciones para abordar el problema urgente del cambio climático. La última conferencia tuvo lugar en noviembre de 2024 y contó con más de 60.000 asistentes de todo el mundo, entre observadores, responsables políticos y activistas.

En la COP29, denominada “la COP de las finanzas”, se celebraron importantes debates sobre los compromisos financieros para mitigar el cambio climático, pero la escasa representación de ganaderos del Norte global, la industria cárnica, el sector alimentario y la agricultura mundial hizo que muchos sectores se sintieran marginados de las conversaciones sobre las soluciones climáticas.

A pesar de que su participación en las negociaciones es limitada, la estructura de la conferencia permite a organizaciones acreditadas como la OPIC o BMPA alinearse con grupos específicos, cada uno de los cuales representa un aspecto diferente de los intereses relativos al clima. Entre estos grupos se encuentran ONG

empresariales e industriales, agricultores y ganaderos, ONG medioambientales y gobiernos locales.

A pesar de su asistencia restringida, los representantes de la industria ganadera aprovecharon su presencia para impulsar un diálogo constructivo con los grupos ecologistas, promoviendo la necesidad de un diálogo más equilibrado e informado entre las partes.

Uno de los objetivos principales era resaltar los aspectos positivos de la producción de carne roja y entablar un diálogo constructivo con los defensores del medio ambiente para comprender mejor los argumentos científicos y los mensajes que se esconden tras los argumentos contrarios a la carne. Se logró cierto éxito en un acto paralelo con entidades miembro de la OPIC de Canadá, EE.UU., Reino Unido y Nueva Zelanda, que mostraron las medidas que se están tomando para minimizar el impacto climático en la producción ganadera. Sin embargo, el discurso predominante en la conferencia a menudo carecía de un enfoque equilibrado, pues el consumo de carne se presentó de

forma muy negativa.

Uno de los desequilibrios más llamativos fue la representación desproporcionada de organizaciones defensoras de los productos vegetales. La lista oficial de delegados revela que al menos 398 representantes de 30 organizaciones contrarias a la ganadería asistieron a la cumbre, frente a solo 47 delegados de 11 organizaciones defensoras de dietas equilibradas que incluyan productos de origen animal. Esta discrepancia subraya la tensión generalizada entre la defensa de los productos de origen vegetal y los de origen animal y, aunque algunos representantes del sector ganadero han avanzado en el establecimiento de plataformas en línea para compartir buenas prácticas en materia de acción climática, la falta de debates significativos y orientados al futuro genera la sensación de que las preocupaciones de los ganaderos y de la industria cárnica no se están abordando de forma equilibrada e imparcial.

Las tensiones en torno a la ganadería se hicieron patentes cuando se piratearon las redes sociales oficiales de la COP29 y se publicó un vídeo en el que

se afirmaba que el consumo de carne está destruyendo el planeta. Este incidente provocó la indignación de los representantes del sector ganadero, que trasladaron su malestar directamente a la junta de la presidencia. La OPIC también escribió para expresar su frustración por el sesgo demostrado. Aunque el vídeo se retiró rápidamente, recibió 20.000 visitas, lo que pone de manifiesto el poder de las redes sociales y la influencia de los grupos de presión a favor de la alimentación a base de plantas.

Al cierre de la COP29, quedó claro que la voz de la industria cárnica debe oírse con más fuerza en los debates sobre el cambio climático. La ausencia del sector

cárnico conlleva el riesgo de que la agenda sea dominada por los grupos a favor de una dieta basada en plantas, lo que podría derivar en políticas que pasen por alto las complejidades y los retos a los que se enfrentan la ganadería y los productos animales para asegurar unas dietas saludables y unas prácticas agrícolas sostenibles en todo el mundo.

Para hacer frente a esta situación, es crucial que la OPIC, sus miembros y la industria cárnica entablen un diálogo más proactivo, participen en más eventos y garanticen su mayor presencia a través de todas las plataformas disponibles. Quizá la presencia de un pabellón dedicado en el futuro permitiría

mostrar las prácticas sostenibles de la agricultura, la ganadería y la industria cárnica y abriría la puerta a debates más equilibrados sobre la producción alimentaria.

No cabe duda de que los futuros eventos de la COP, incluida la COP30 que se celebrará en Brasil, serán cada vez más desafiantes, pero si se hace hincapié en los argumentos científicos a favor de la producción ganadera y se centra la atención en los puntos en común, será posible cambiar el discurso hacia soluciones prácticas y específicas para cada región que incorporen tanto alimentos de origen vegetal como animal en la lucha contra el cambio climático.

Las tendencias del mercado minorista de la carne en EE.UU.

Con una economía en buena forma y una nueva administración en la Casa Blanca, ¿qué tendencias marcarán la evolución del sector cárnico este año?

Según Midan Marketing, una agencia de investigación de mercado especializada en el sector de las proteínas, son diez las tendencias que más influirán sobre las decisiones de compra de carne de los consumidores en los próximos meses. En el informe "Las 25 tendencias principales de 2025" publicado en diciembre del año pasado, Midan destaca que todas las tendencias estarán influenciadas por dos factores: el estado de la economía y las nuevas tecnologías.

"El 18 de diciembre, la Reserva Federal anunció una bajada de los tipos de interés y ello provocó una caída del mercado de valores. Este ejemplo ilustra la importancia de la evolución de la economía, que seguramente protagonizará muchos titulares en 2025, con unos consumidores atentos a la inflación a la espera de un alivio a corto plazo. Del mismo modo, la tecnología está presente en todos

los segmentos de la industria alimentaria, con una inteligencia artificial que brinda cada vez más oportunidades a los fabricantes para ser más eficientes ante la omnipresente escasez de mano de obra", concluye la revista *Supermarket Perimeter* en su análisis del informe Midan.

Tendencias

Las tendencias con más visos de influir sobre la decisión de compra de carne de los consumidores este año son las siguientes:

- La salud y el bienestar
- La sostenibilidad
- Los productos con reclamo
- La búsqueda de alternativas más asequibles
- Las compras basadas en causas
- El impacto de las redes sociales y del comercio social
- La diversidad en la compra

- Las preferencias de los consumidores
- La recopilación de datos generados por la IA
- El impacto de los *microinfluencers*

Diversos estudios recientes señalan que más de 15 millones de estadounidenses toman antidiabéticos como Ozempic o Wegovy para tratar la diabetes y perder peso. Estos medicamentos, apenas conocidos hace unos años, requieren una dieta rica en proteínas para alcanzar su máxima eficacia, lo que constituye "una oportunidad para que las empresas cárnicas promuevan sus productos en el segmento de la población que toma semaglutidas, para la cual una dieta rica en proteínas es beneficiosa", revela Midan. Hace décadas que en Estados Unidos se promueve la carne como un componente importante de una dieta sana, pero vincular su consumo a la pérdida de peso es

un planteamiento nuevo.

La sostenibilidad y el marketing basado en reclamos

La sostenibilidad es un arma de doble filo, afirma Midan. Aunque cada vez hay más consumidores que se declaran partidarios de la sostenibilidad y se sienten atraídos por las marcas que la promueven, "las empresas deben ser conscientes de que muchos consumidores se han vuelto escépticos ante ciertas afirmaciones sobre el medio ambiente. Por lo tanto, las empresas deben asegurarse de que sus esfuerzos de sostenibilidad sean transparentes, auténticos y verificables porque los consumidores están atentos a estas cuestiones".

Esta advertencia también es aplicable a los productos con reclamo. Por ejemplo, el reclamo "100% natural" apela a las emociones del consumidor, pero un reclamo carece de valor si no cumple lo prometido o es demasiado vago ("¡el mejor!"). En el segmento de la carne, los reclamos se centran en la salud y la sostenibilidad. "Las empresas cárnicas más oportunistas incluyen en las etiquetas de los productos procedentes de una crianza sostenible afirmaciones sobre el proceso de producción, el bienestar animal, la ausencia de antibióticos y la alimentación con pasto, entre otra información. Estos reclamos atraen a un perfil de consumidores que está dispuesto a pagar más por estos productos", explica Midan. No obstante, estos reclamos deben significar algo, y cuanto más transparente sea la empresa, mejor.

La mayoría de los economistas consideran que la economía estadounidense está en buena o muy buena forma, pero el precio de los alimentos sigue

siendo un tema sensible para los consumidores, sobre todo en el supermercado. Midan predice que los consumidores buscarán precios más asequibles y pasarán de las carnes y los cortes más caros a alternativas más económicas, como el pollo. Para contrarrestar esta tendencia en cierta medida, las empresas cárnicas pueden hacer hincapié en la calidad de la experiencia gastronómica de los productos de gama alta, pero es probable que el precio siga siendo un tema prioritario en un futuro próximo.

La generación Z crece y compra carne

A medida que adquieren más importancia los compradores de la Generación Z (cuya edad se sitúa entre los 25 y 29 años), también aumenta la influencia de las redes sociales y del comercio social, que son las fuentes de información, negocio y comunicación preferidos por esta generación. "Las empresas cárnicas con marcas D2C (directas al consumidor) que deseen captar a los consumidores de la Generación Z y a los milenials deberían incluir el comercio social en su plan de marketing de 2025", afirma Midan en su informe de tendencias. "Muchos consumidores de la Generación Z basan sus elecciones de compra en las noticias e información que obtienen de TikTok e Instagram, pero también es cierto que sus decisiones se centran más en el valor de los productos que en la fidelidad a las marcas", añade *Supermarket Perimeter*. "Los comportamientos de compra también se basan en causas que son importantes para ellos, y una causa común habitual es la sostenibilidad". Para llegar a estos jóvenes compradores y consumidores de forma eficaz, "las empresas y las marcas deben apelar a estos rasgos,

con campañas que sean visuales y atractivas, pero también auténticas y con propósito", apunta el informe de tendencias de Midan. Los compradores jóvenes, preocupados por el dinero, también están dispuestos a diversificar sus hábitos de compra para ahorrar, pasando del supermercado a las cadenas de bajos precios y a las compras por Internet y viceversa, con una selección de puntos de compra mucho más diversa que las generaciones anteriores.

Las tendencias identificadas por Midan también destacan la ventaja tecnológica de los grandes gigantes minoristas como Amazon/Whole Foods y Walmart. Según Midan, "las empresas cárnicas, las plantas procesadoras y los puntos de venta al por menor de todos los tamaños deben aprovechar la elección de los consumidores de sus productos, tiendas y plataformas en línea y emplear la IA y las funciones de análisis para lanzar mensajes hiperpersonalizados basados en una comprensión detallada de las necesidades de los consumidores".

Finalmente, no es necesario que las empresas cárnicas contraten a famosos para publicitar sus productos en las redes sociales, sino que pueden emplear a *microinfluencers* (personas que cuentan con un volumen de seguidores de 10.000 a 100.000), puesto que su impacto en el mercado actual es sorprendente. "Muchas empresas del sector alimentario son ahora conscientes de la existencia de *influencers* potenciales por doquier, dado que todo el mundo es consumidor", señala el informe de Midan.

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