

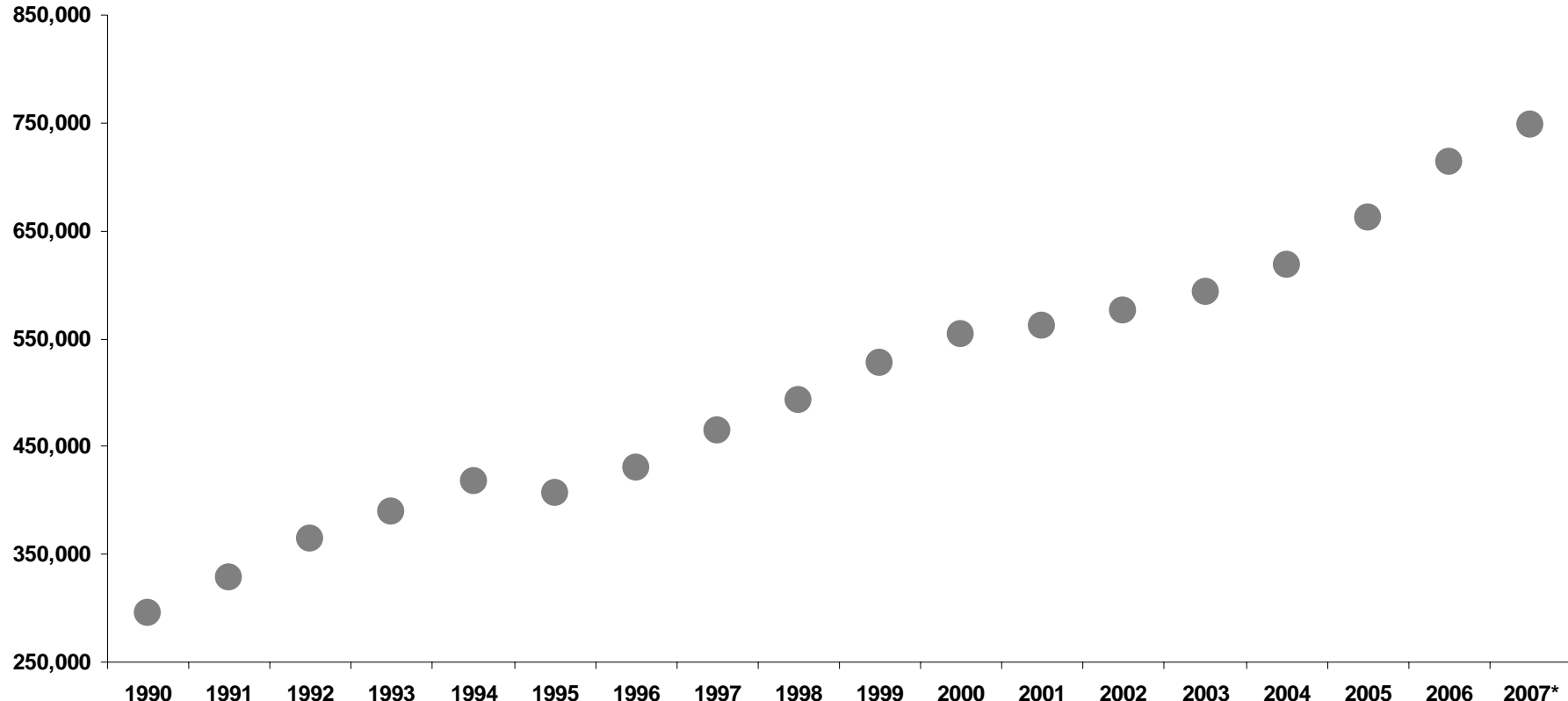
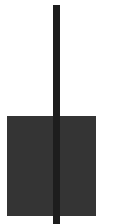


Qualtia Alimentos

Presente en el

Encuentro Nacional de Inversión


VOLUMEN DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS CON VALOR AGREGADO



Fuente Consejo Mexicano de la Carne con Información de INEGI.

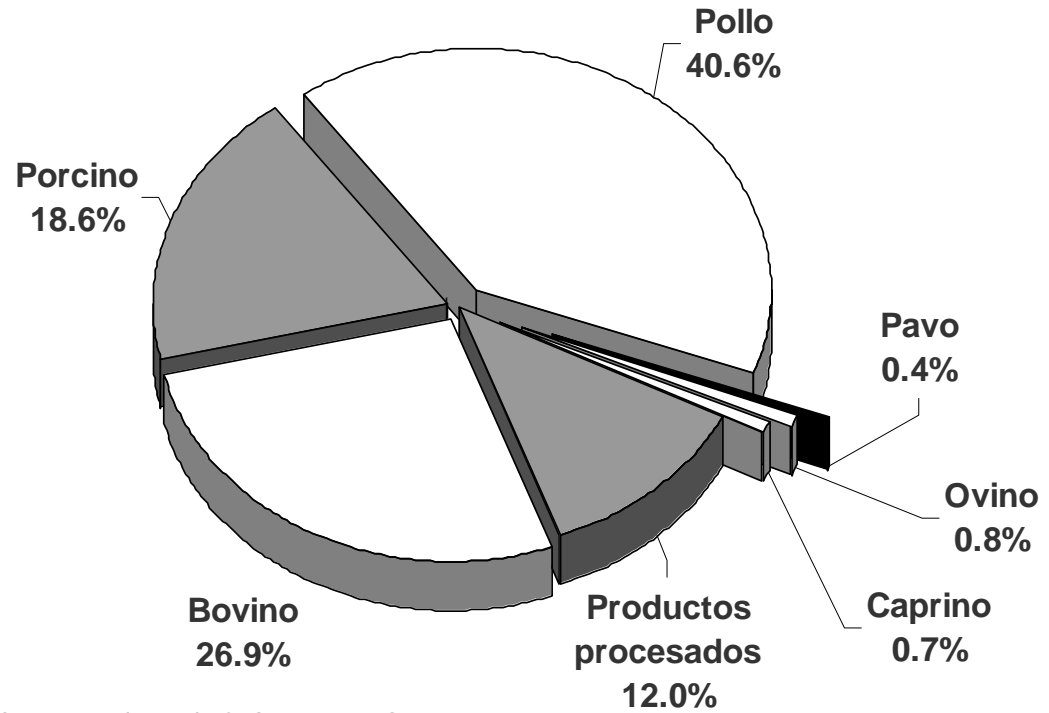


Industria de la Carne en la Economía Nacional

- 
- ❑ Representa el 2.6 % del PIB del Sector Manufacturero Nacional.
 - ❑ Aporta el 9% de la producción en la división de Alimentos Bebidas y Tabaco.
 - ❑ Genera anualmente 50 mil empleos directos y 500 mil indirectos.
 - ❑ Valor de la Producción de 21,000 millones de pesos anuales.
 - ❑ Valor de Ventas de 26,000 millones de pesos anuales.
 - ❑ La tercera en exportaciones del sector cárnico nacional.



Participación Porcentual en la Oferta Nacional de Productos Cárnicos de 2006

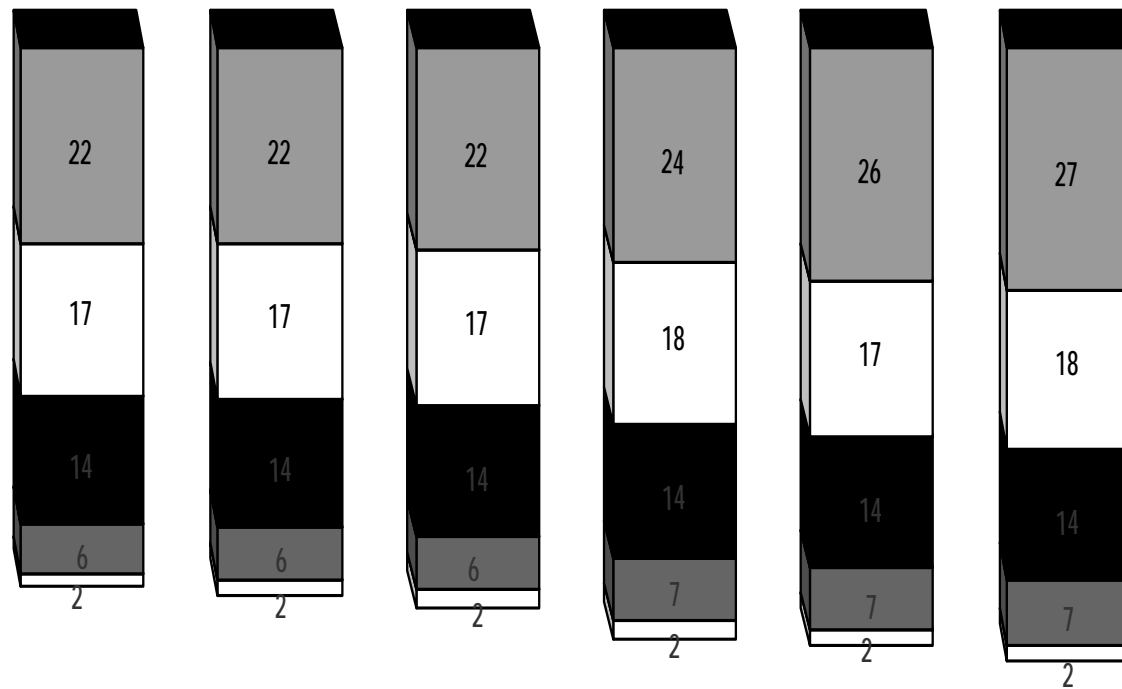


Fuente: Consejo Mexicano de la Carne con datos de SAGARPA, INEGI.



Consumo Per Cápita de Carne en México

■ Pollo □ Bovino ■ Porcino ■ Procesados □ Pavo

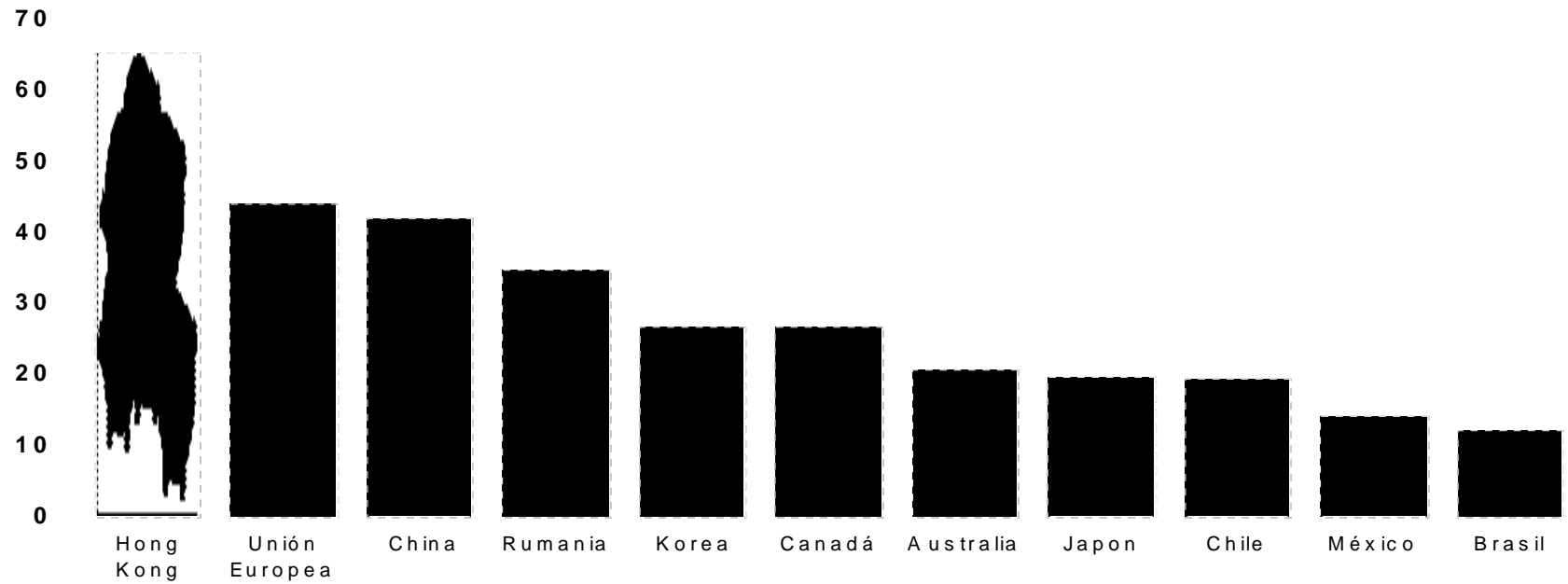


Año	2001	2002	2003	2004	2005	2006*
Total	59.45	60.33	61.59	65.12	65.80	67.60

Fuente: Consejo Mexicano de la Carne con información de INEGI, SHCP y SAGARPA.

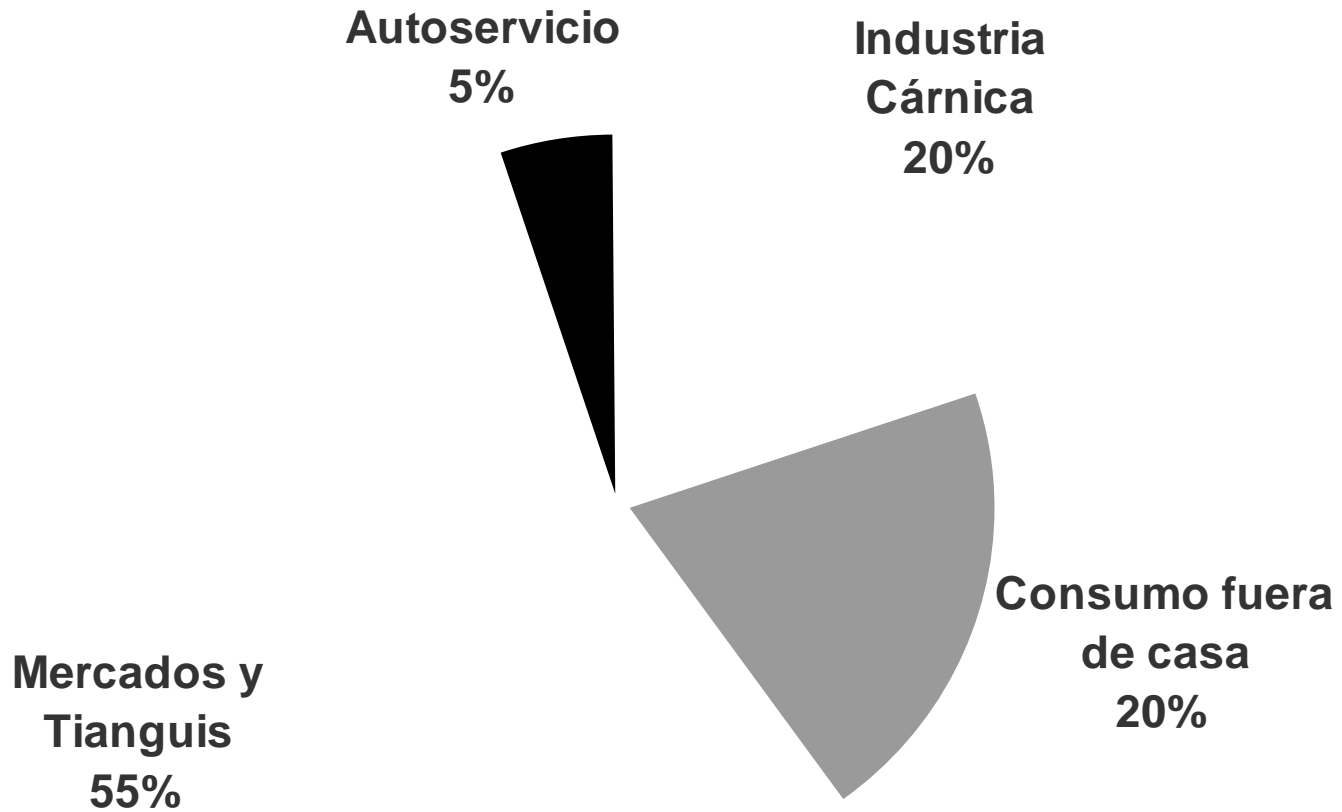
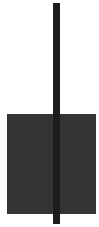


Consumo Per Cápita Carne de Porcino



Fuente: Consejo Mexicano de la Carne con Datos de USDA-FAS. 2006

DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO DE CARNE DE CERDO



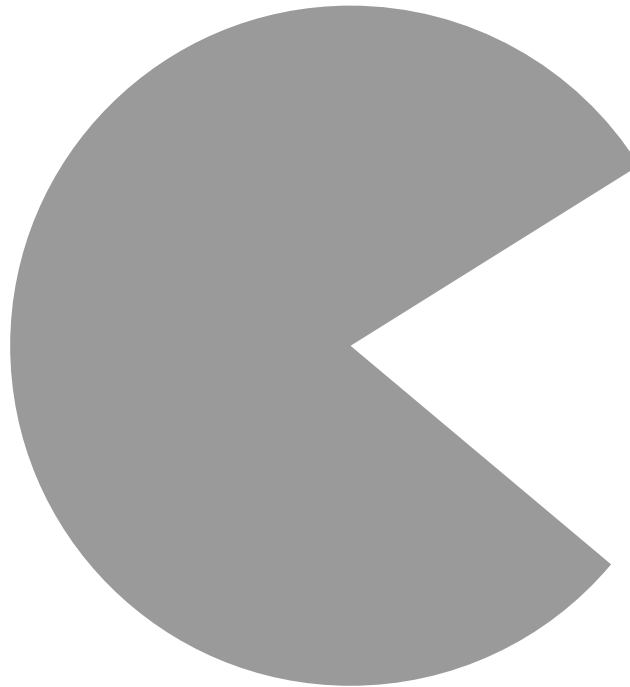
Fuente: Consejo Mexicano de la Carne A.C.

El mercado urbano tradicional demanda carne "caliente", es decir, carne de sacrificio reciente que no se refrigera.

ELABORACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS CON VALOR AGREGADO

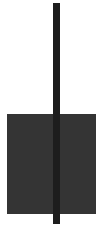


**ESTABLECIMIENTO
TIF
80%**

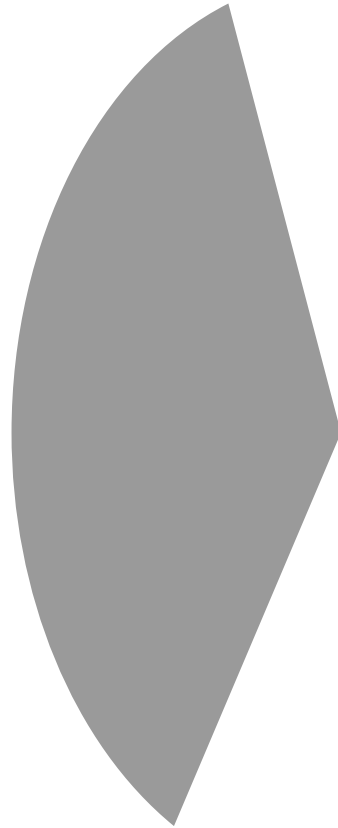


**NO TIF
20%**

SACRIFICIO DE GANADO PORCINO



SACRIFICIO TIF
36%

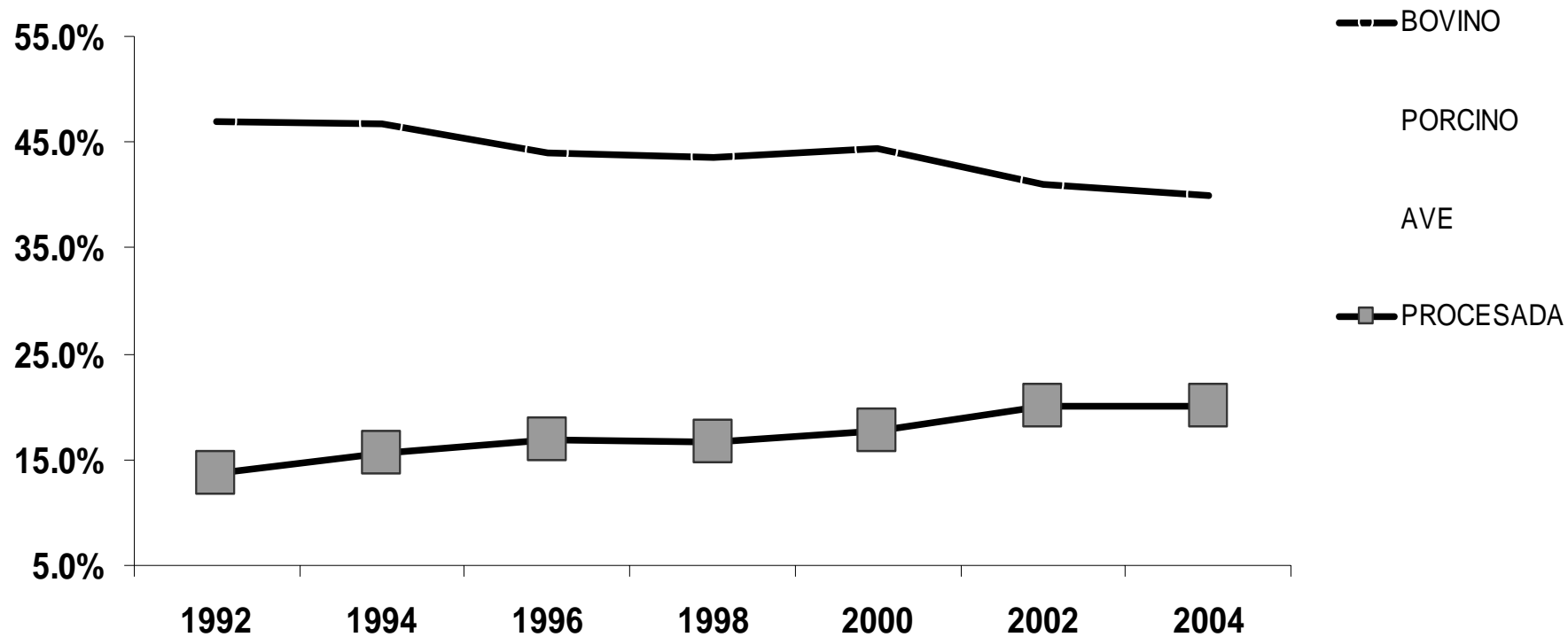


**SACRIFICIO NO
TIF**
64%

PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR

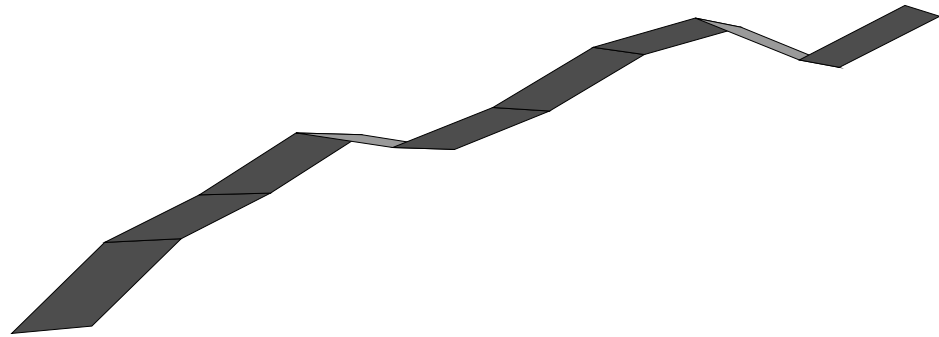


TENDENCIA GASTO DESTINADO AL CONSUMO DE CARNE DE LOS HOGARES MEXICANOS





Tendencia de mujeres empleadas





Factores que influyen en el consumidor

1. **Medios de comunicación**
2. **Salud y Nutrición**
3. **Tiempo**
4. **Ecológico**
5. **Precio**
6. **Presentación**

Tendencia en las preferencias del consumidor



Conveniencia

(preparación rápida y fácil).

Porciones individuales con

Sellos de Garantía

Productos Inocuos

Garantía de Higiene en la elaboración o manufactura del producto cárnico

Garantía de Calidad

Productos orgánicos

Producto
orgánico



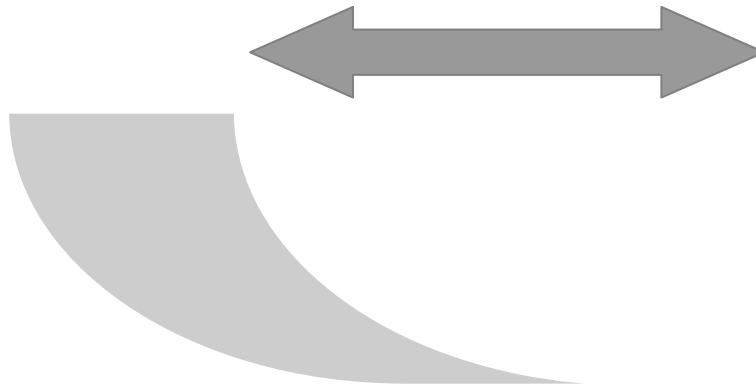
Tendencia en las preferencias del consumidor

Productos con Mayor Valor Agregado:

- productos marinados
- porciones pequeñas
- productos sin hueso
- listos para cocinar
- cocinados y listos para recalentarse
- empacados al vacío



**✓ LO QUE HOY ES UNA TENDENCIA DEBE
SIGNIFICAR UN RETO PARA TODOS LOS
ESLABONES DE LA CADENA**





Retos de la cadena

- ✓ **Competitividad.**
- ✓ **Integración de la cadena cárnica.**
- ✓ **Innovación y nuevas tecnologías.**
- ✓ **Prevención contra riesgos zoonosarios.**
- ✓ **Mejora continua en beneficio del consumidor final.**

PROPUESTAS DE ACCIÓN CON VISION DE CADENA



- ✓ APOYO DE LA INDUSTRIA PARA EL ABASTO COMPETITIVO DE SUS GRANOS: CABILDEO CONJUNTO

- ✓ APOYOS AL SACRIFICIO "TIF".

- ✓ ACCESAR UNIDOS A PROGRAMAS DE FOMENTO PARA INCREMENTAR LA INFRAESTRUCTURA EN SALAS DE CORTE Y FRIGORIFICOS "TIF".

- ✓ DESARROLLO DE PROVEEDURIA LOCAL Y REGIONAL:
 - ESQUEMAS DE CARNE POR CONTRATO

 - OFERTAS PÚBLICAS DE COMPRA



PROPUESTAS DE ACCIÓN CON VISION DE CADENA (Cont.)

- ✓ ACCIONES CONJUNTAS PARA FOMENTAR LAS EXPORTACIONES: PARTICIPACIÓN Y PROMOCIÓN EN DIRECTORIOS, EVENTOS Y FERIAS INTERNACIONALES
- ✓ FOMENTO CONJUNTO Y COORDINADO PARA INCREMENTAR EL CONSUMO DE CERDO, SUS PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS

CAMPAÑAS EN: RADIO, TV, REVISTAS.



PROPUESTAS DE ACCIÓN VISION DE CADENA (Cont.)

- ✓ CREACIÓN DE UN INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN DE PRODUCTOS CÁRNICOS DE CERDO CON MAYOR VALOR AGREGADO.
- ✓ APOYO AL FINANCIAMIENTO DE PRODUCTORES A TRAVÉS DE ESQUEMAS COMPETITIVOS DE FACTORAJE.



CONCLUSIONES

Alianzas estratégicas a lo largo de la cadena para:

Asegurar abasto competitivo de materias primas

Mejorar la infraestructura TIF

Satisfacer las demandas y preferencias del consumidor

Mantener la rentabilidad de todos los eslabones

Amenazas



- Encarecimiento de productos cárnicos; por ende, menor consumo.
- Desintegración de la cadena; eslabones que se reemplazan por importaciones.
- Menor inversión en el sector; menor creación, incluso pérdida de empleos



Propuesta de la Industria

- Desarrollar y mantener una producción nacional competitiva, pero rentable para que las importaciones solo sean complemento y no sustituto de la producción nacional.
- Metas de crecimiento superiores a la población para avanzar en la autosuficiencia alimentaria.
- Esquemas modernos de proceduría a base de certidumbre para todos los eslabones.
- Ganar participación en el estómago de los consumidores a base de desarrollar nuevos y novedosos productos a base de cerdo.



Eugenio Salinas Morales

Director Relaciones Institucionales

Qualtia Alimentos

Muchas Gracias

Octubre 13, 2007