



**Programa de Formación para la Innovación**

**Apoyo para la Participación en Actividades de Formación**

**Informes**

Participación  
del **Dr. Claus Köbrich** en el  
Congreso Mundial de la Carne  
Winnipeg, Canadá,  
Junio 2004

Agosto 2004

# 1. INFORME TÉCNICO

El plan de trabajo consistió en asistir al Congreso Mundial de la Carne realizado en la ciudad de Winnipeg, Canadá los días 15 al 17 de junio, de 2004. Durante el congreso se realizaron una serie de sesiones en las cuales destacados expertos presentaron sus visiones y experiencias en torno a temas contingentes. Además se participó en una visita a una engorda. Además, se asistió a las reuniones de los tres Comités Sectoriales de la IMS (Secretariado Internacional de la Carne), es decir Porcino, Ovino y Bovino.

El programa del congreso y de las actividades complementarias fue el siguiente:

<b>Fecha</b>	<b>Tema presentado</b>	<b>Resultados</b>
14-6	Comité de la Carne Ovina del IMS	Conocer las tendencias y desafíos del sector
14-6	Comité de la Carne Porcina del IMS	Conocer las tendencias y desafíos del sector
14-6	Comité de la Carne Bovina del IMS	Conocer las tendencias y desafíos del sector
15-6	Las políticas sectoriales del futuro	Conocer nuevas propuestas de políticas sectoriales
15-6	El mundo desea carne	Conocer las tendencias en la oferta y demanda mundial de carne, especialmente los cambios en el comportamiento y las necesidades del consumidor
16-6	Comercio internacional: Oportunidades Salud y Seguridad: ¿Una vía o la única vía?	Conocer experiencias argentina y canadiense en la exportación de carne, así como visiones desde la perspectiva de la OIE y de la OMC
16-6	Satisfaciendo al consumidor	Conocer las estrategias seguidas por algunas empresas para mejorar su posición frente al consumidor
17-6	Visita a Industrias del Sector	Conocer un feed lot

En total se asistió a sobre 30 presentaciones de la más variada índole. La mayor parte de ellas fueron muy interesantes y valiosas. Tanto es así, que parte de los antecedentes recopilados<sup>1</sup> los he incorporado en mis actividades rutinarias de docencia y extensión. Tengo pocas dudas que la asistencia a este Congreso ha sido una de las actividades de captura de información más importantes que he realizado en los últimos años.

---

<sup>1</sup> Las presentaciones oficiales del congreso se encuentran en [www.worldmeatcongress-canada.com/index.html](http://www.worldmeatcongress-canada.com/index.html)

## 2. INFORME DE DIFUSIÓN

Las actividades de difusión realizadas en el marco de este proyecto corresponde a las presentadas en la propuesta, así como algunas no previstas. Con respecto a las actividades planificadas, puedo informar lo siguiente:

- **Seminario de difusión en Temuco:** Realizado el día 30 de julio en el Recinto SOFO en conjunto con Adrián Catrileo de INIA Carillanca. Se presenta el tema "Congreso Mundial de la Carne: Síntesis de las Principales Ideas" y asiste un total de 20 personas, entre profesionales y productores. Se adjunta mi exposición y un listado de los asistentes.
- **Seminario de difusión en Coyhaique:** Realizado el día 12 de agosto en la ACHS en conjunto con Cristián Hepp de INIA Tamelaike y Ljubo Goic de INIA Remehue. Se presenta el tema "Tendencias en el Mercado Mundial de la Carne" y asisten sobre 50 personas, entre profesionales y productores. Se adjunta mi exposición.
- **Seminario de difusión en Santiago:** Realizado el día 30 de agosto en nuestra Facultad. Se presenta el tema "Tendencias en el Mercado Mundial de la Carne" y asisten alrededor de 25 personas, entre profesionales y productores. Se adjunta mi exposición y un listado de los asistentes.
- **Publicación de extensión en Tecnovet:** El documento recién está siendo elaborado, ya que la fecha de publicación recién es noviembre.

Con respecto a las actividades de difusión adicionalmente realizadas, ellas mismas reflejan la trascendencia que tuvo para mí asistir a este Congreso y la importancia de los temas tratados. ellas incluyen.

- **Charlas a pequeños productores:** Algunos de los antecedentes recolectados se incluyeron en presentaciones realizadas a unos 350 pequeños agricultores en el marco de otros proyectos en las ciudades de Talca, Chillán, Temuco, Río Bueno, Osorno, Puerto Varas y Coyhaique.
- **Cursos de pregrado:** Los antecedentes sobre tendencias de mercados se presentaron a los 120 alumnos de pregrado del Curso de Producción de Bovinos de Carne de nuestra Facultad (VIII Semestre).
- **Entrevistas:** Producto de mi asistencia al Congreso he sido entrevistado por la Radio Santa María (Coyhaique), Roco TV (Coyhaique) y el Diario Austral de Temuco (no publicado aún). Es muy posible que a esta lista se incluya la Revista del Campo de El Mercurio.

### 3. INFORME FINANCIERO

Los siguientes son los gastos realizados en el marco de mi participación en el congreso y su posterior difusión.

Item	Financiamiento	Monto
Pasajes Santiago-Winnipeg-Santiago	FIA	----
Inscripción Congreso Mundial de la Carne	FIA	\$ 730.250 (US\$ 1.150)
Ayuda de Viaje	U. de Chile	\$ 500.000
Pasaje Santiago-Temuco-Santiago	C. Köbrich	----
Viático Temuco	U. de Chile	\$ 39.420
Pasaje Santiago- Coyhaique -Santiago	U. de Chile	\$ 108.478
Viático Coyhaique	U. de Chile	\$ 95.734
Difusión Seminario Santiago	U. de Chile	\$ 22.500 <sup>1</sup>
Seminario Santiago (café, etc.)	U. de Chile	\$ 20.642
Seminario Santiago (documentos)	U. de Chile	\$ 16.800 <sup>2</sup>

Se adjuntan documentos que respaldan estos egresos

---

<sup>1</sup> Estimado. 90 invitaciones a \$ 250 cada una

<sup>2</sup> Estimado: 40 copias de 12 páginas cada una a \$ 35



UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE CIENCIAS  
VETERINARIAS Y PECUARIAS



GOBIERNO DE CHILE  
FUNDACIÓN PARA  
LA INNOVACIÓN AGRARIA

Programa de Formación 2004

Congreso Mundial de la Carne  
Winnipeg, Canadá, Junio 2004

## Seminario

# Tendencias en el mercado mundial de las carnes rojas

Presentado por  
Dr. Claus Köbrich

Lunes 30 de agosto, 2004

Sala 10

Facultad de Ciencias Veterinarias  
y Pecuarias, Universidad de Chile




**Congreso Mundial de la Carne**  
Winnipeg, Canadá, Junio 2004

## Tendencias en el mercado mundial de la carne

Claus Köblich G.  
Fac. Ciencias Veterinarias y Pecuarias  
Universidad de Chile



### Los "grandes" temas mundiales

- Tendencias en el mercado
  - ✓ Oferta y demanda agregada
- Tendencias en el consumo
  - ✓ Consumidor y producto
- Tendencias en el comercio
  - ✓ Tratados y barreras

... y uno que otro (tema) villano no invitado

### Acerca del Congreso

- Se realiza cada dos años
- Organizado por el IMS (Secretariado Mundial de la Carne)
- Aborda las carnes rojas (bovino, ovino y ... cerdo)
- Participan actores de toda la cadena
  - Privados y públicos
  - Nacionales e internacionales

### Una mirada al mundo

#### Perspectivas de los principales mercados

- Norteamérica
- Europa
- Australia y Nueva Zelanda
- Brasil
- China

### Situación actual: Norteamérica

*La llegada de la EEB amenaza la unidad del sector de la carne*



- La EEB cambió la percepción internacional de la integridad de la carne bovina norteamericana
- Presión internacional lleva a salvaguardias más estrictas ... y más caras
- Sentimiento de aislamiento del sector de la carne bovina

Rabobank

### La situación actual: Europa

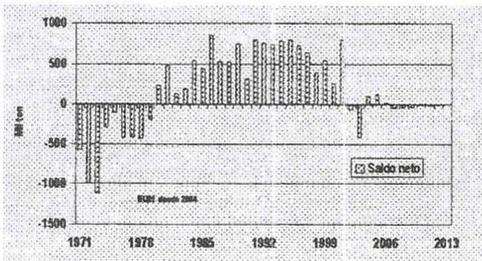
*Se atrinchera acosada por problemas de enfermedades animales y de seguridad alimentaria*



- Carnes rojas han perdido competitividad (frente interno y externo)
- Regulaciones ambientales y de bienestar animal cada vez más estrictas
- Políticas agrícolas desincentivan a los sistemas de producción intensiva
- Expansión (UE25) revitalizará la industria, pero en el mediano a largo plazo
- Vuelve a ser importador neto

Rabobank

### UE nuevamente importador de vacuno



Ken Ath, OECD

### La situación actual: Australia y Nueva Zelanda

*En una posición única y envidiable, pero ¿serán capaces de capitalizarla?*

- Grandes exportadores con el mejor nivel sanitario (EEB y fiebre aftosa)
- Sistemas de trazabilidad avanzados
- Orientados a la exportación (especialmente cordero y vacuno)
- Bovinos se benefician de cercanía a mercados y bajo costo de praderas, pero no han desarrollado productos de mayor valor (problema de escala y mano de obra)
- Oceanía domina el mercado mundial de cordero (nicho de alto valor)

Rabocorn

### La situación actual: Brazil

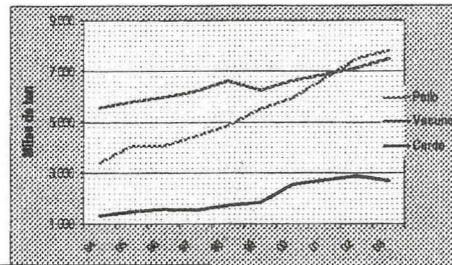
*Emergió como el poder exportador de carnes rojas*



- Avances en erradicar fiebre aftosa está dando frutos
- Exportaciones de vacuno 284% mayores que 1998
- Último quinquenio: exportación de cerdos aumentaron 5,7 veces
- Alto potencial exportador
  - Bajo precio de la tierra
  - Aumento de productividad (granos)

Rabocorn

### Producción de carne en Brazil

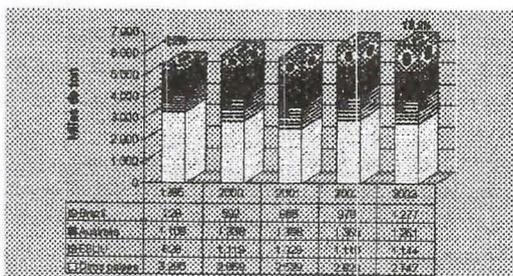


Producción total	18,3 mil ton
Consumo	14,5 mil ton
Exportación	3,8 mil ton

- Vacuno - 35 %
- Cerdo - 103 %
- Pollo - 130 %

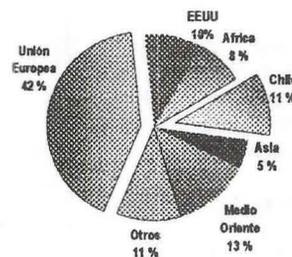
ABIECS

### Brasil: participación en la exportación de carne bovina



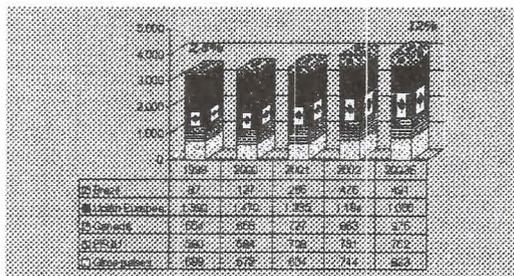
ABIECS

### Brasil: destino de la exportación de carne bovina



ABIECS

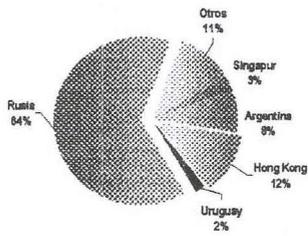
### Brasil: participación en la exportación de carne porcina



SOURCE: USDA / ABPECS

ABPECS

### Brasil: destino de la exportación de carne porcina



SOURCE: MDIC / ABPECS

ABPECS

### La situación actual: China

#### Cambios en patrones de consumo de las carnes



- Crecimiento explosivo del consumo debiese reducirse
- Occidentalización cambia patrones de consumo (también ingresos y precios)
- Restricciones: Problemas de salud animal e infraestructura para la seguridad alimentaria
- Inmenso mercado doméstico y factores de producción baratos ⇒ atraen inversión extranjera

Rabobank

### Perspectivas para el sector agrícola

- Aumento del ingreso estimula consumo
- Crecimiento moderado del comercio y competencia desde fuera de la OCED limitan aumentos futuros en precio
- Resultados favorables en DOHA y reformas a políticas domésticas mejorarían esta perspectiva

Kien Ash, OECD

### Perspectivas para la carne

- Saturación de los principales países en desarrollo debiese reducir expansión en consumo global de carne
- Producción tiende a desplazarse a países en desarrollo
- Seguridad alimentaria y salud animal influyen decididamente sobre la actitud del consumidor hacia productos cárnicos
- Las estrategias de agregación de valor adquieren nuevos impulsos en países desarrollados
- Existirán fuertes incentivos para sustituir inversión extranjera por comercio

Rabobank

### Proyección del consumo mundial de carne

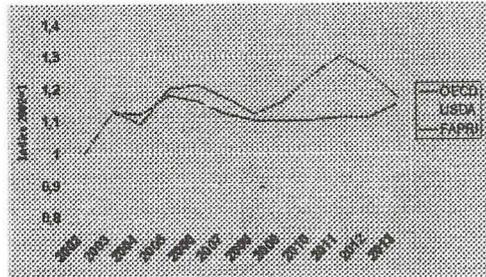
kg/hcb/año	Todas las carnes			Bovino		
	1993	2020	93/20	1993	2020	93/20
Mundo	339	393	+ 16%	9,8	10,7	+ 9%
Países desarrollados	77,7	83,0	+ 7%	25,2	25,8	+ 2%
Países en desarrollo	20,8	29,7	+ 43%	5,3	7,4	+ 40%

### Perspectivas para los subsectores

#### Carne porcina

- Producción mundial aumentará a tasas anuales menores que en década pasada (2,1 vs 3,2 %), liderado por países en desarrollo (Asia)
- Aumento del comercio también se reduce (13,5 vs 2,8 %)
- Aumento de productividad mantiene bajo el precio del cerdo
- Seguridad alimentaria y salud animal siguen como grandes desafíos.

### Precio del cerdo (EEUU)



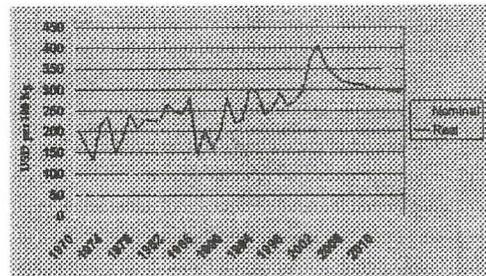
Ken Ash, OECD

### Perspectivas para los subsectores

#### Carne ovina

- Australia y Nueva Zelanda: existencias más bajas en últimos 50 años
- Menor oferta reduce exportación de ovino desde Oceanía
- Oferta mundial estable y aumento en demanda presionan a aumento de precio
- Integridad de la cadena se hace vital
- Se deberá satisfacer a consumidores más demandantes, generando productos de mayor valor agregado

### Precio del ovino

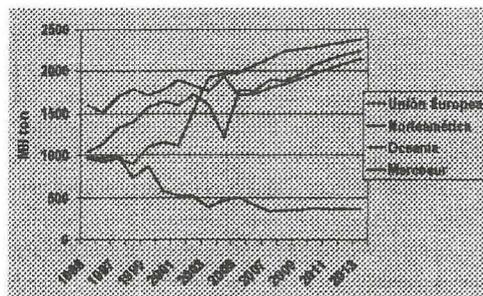


Ken Ash, OECD

### Una mirada al sector de la carne bovina

- La UE ampliada se convierte en importador neto de bovino
- EEB afecta el mercado en el corto plazo, pero los impactos de mediano plazo son modestos

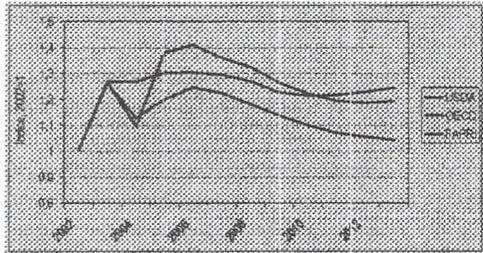
### Exportación de carne bovina



Ken Ash, OECD

Ken Ash, OECD

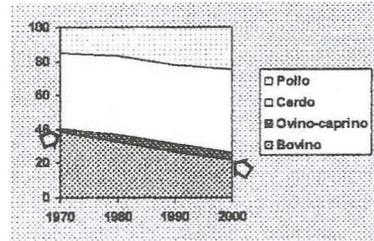
### Precio del novillo gordo (EEUU)



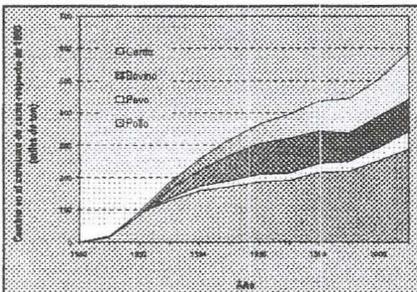
Ken Ash, OECD

### Un contexto preocupante

Evolución de la estructura del consumo en la UE



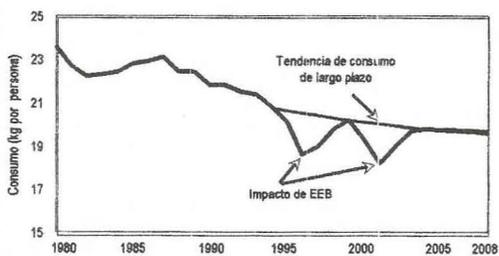
### Tampoco Chile está ajeno a este contexto



Además, ... siempre aparecen algunos **problemas** ...

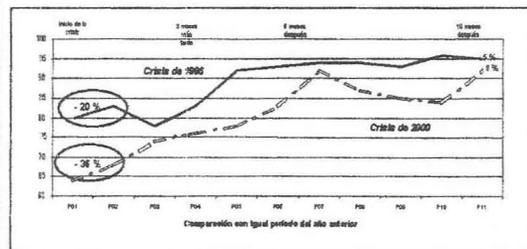
... que pueden afectar a cualquier subsector

### La EEB afecta el Consumo en la UE



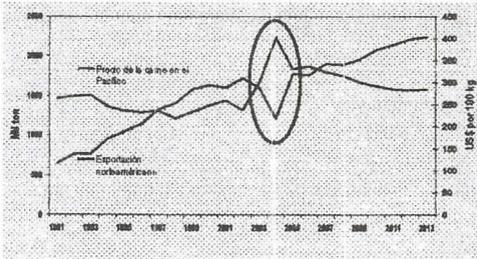
Fuente: Dirección General de Agricultura de la Comisión Europea

### Francia: Los hogares reducen la compra de carne bovina



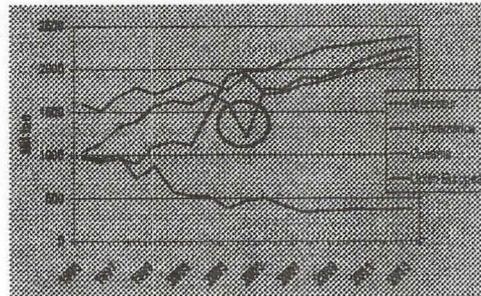
Fuente: BTEBREVÉ de encuesta a RECOOP

### La EEB altera el mercado bovino del Pacífico



Ken Ash, OECD

### Exportación de carne bovina



Ken Ash, OECD

### y todo esto única y exclusivamente debido a .....

Geographical Distribution of Countries that Reported at least one BSE Confirmed Case from 1988 to 9 January 2004



■ Países que han reportado BSE en animales autóctonos  
 □ Países que reportan haber reportado BSE en animales importados

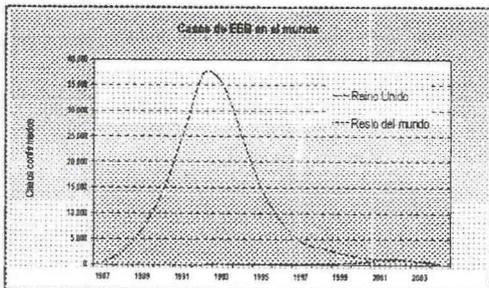
### y todo esto única y exclusivamente debido a .....

Geographical Distribution of Countries that Reported at least one BSE Confirmed Case from 1988 to 9 January 2004

País	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Total
Francia	2 281	3 498	2 242	2 242	2 242	2 242	2 242	2 242	2 242	2 242	2 242	2 242	2 242	2 242	2 242	2 242	22 421
Reino Unido	31	181	238	385	547	717	877	1 047	1 217	1 387	1 557	1 727	1 897	2 067	2 237	2 407	21 717
Portugal	653	49	115	45	143	46	143	46	143	46	143	46	143	46	143	46	1 437
SUECIA	90	33	42	24	24	21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	463
España	2	82	127	127	127	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	71	643
Alemania	7	125	106	64	64	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	221
Italia	3	9	49	38	16	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	128
Irlanda			48	38	29												117
Holanda	2	2	20	24	16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
Polonia				4	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	16
Estados Unidos				5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Canadá				1	4	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14
Países Bajos				2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	18
Brasil																	18
<b>Total</b>	<b>2 381</b>	<b>3 498</b>	<b>2 242</b>	<b>22 421</b>													

■ Países que han reportado BSE en animales autóctonos  
 □ Países que reportan haber reportado BSE en animales importados

### ... o mejor dicho .....



Fuente OIE

### ... o peor aún

#### Personas muertas al año

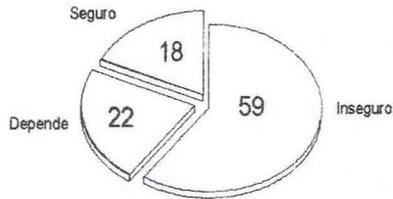
• Enfermedades infecciosas	14 700 000	
– Infecciones respiratorias	3 900 000	
– SIDA	2 900 000	
– Sarampión (niños)	750 000	
• Relacionado al tabaco	5 000 000	
• Cáncer	6 000 000	
• Lesiones y violencia	5 000 000	
– Accidentes de tránsito	1 200 000	
• Rabia	40 000	
• vCJD (UK)	18	

Fuente OMS

D. Layrol, CFA

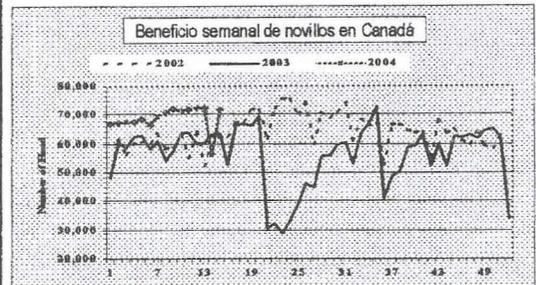
### El tema de la seguridad ... exposición involuntaria al riesgo

\*Suponga que una persona le dice que algo es seguro y otra le dijese que es inseguro. ¿A quién le tendería a creer?



Reb:bank

### Lo bueno ... ya habría una "excepción"



D. Loyalist, CFIA

### La respuesta del público canadiense

- La confianza del consumidor permanece alta (junio)
- Se inician manifestaciones de apoyo a la industria
- Crece enojo por cierre de mercados
- Primer país en que el consumo crece posterior a la detección de un caso .... gracias a un público bien informado

D. Loyalist, CFIA

### Las razones de este cambio

- Claves
  - Transparencia de la investigación
  - Información científica entregada por CFIA y Health Canada
  - Relaciones públicas informadas y creíbles
- Las medidas proactivas aplicadas desde 1989 dieron sus frutos
  - Barreras
  - Vigilancia
  - Sistema de identificación nacional

D. Loyalist, CFIA

### Algunas lecciones del caso canadiense

- La crisis canadiense fue el resultado del cierre de fronteras y de la disfunción del mercado ... pero no de la pérdida de confianza del consumidor
- Reglas actuales no diferencian entre países que han implementado las medidas adecuadas para disminuir el riesgo y prevenir la diseminación, ... de los que no lo hacen
- El enfoque actual desincentiva una correcta vigilancia
- La OIE requiere definir niveles de riesgo, lo que requiere apoyo junto con cumplimiento

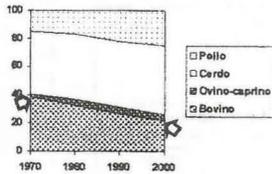
D. Loyalist, CFIA

### Algunas lecciones del caso canadiense

- Otros debiesen aprender de la experiencia canadiense para proteger la industria del potencial desastre
- Los mercados se cierran rápido, .... pero son lentos para reabrirse
- Es importante una buena evaluación de riesgo

D. Loyalist, CFIA

### Ahora volvamos al tema del consumo



Ya vimos que el consumo de vacuno está

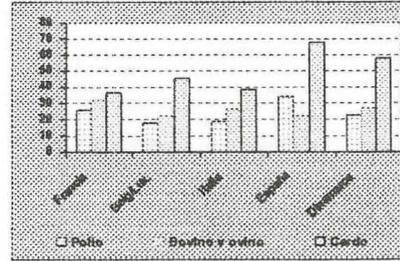
- ... cayendo en algunos países
- ... aumentando menos que las demás carnes en otros países

Entonces, las preguntas son

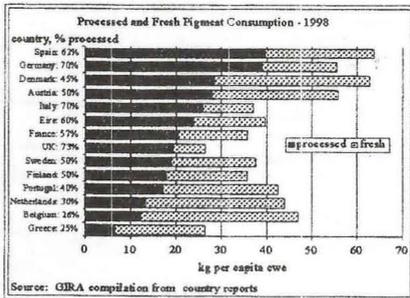
- ¿Qué factores explican este cambio?
- ¿Cómo se puede revertir?

### El consumo varía entre países

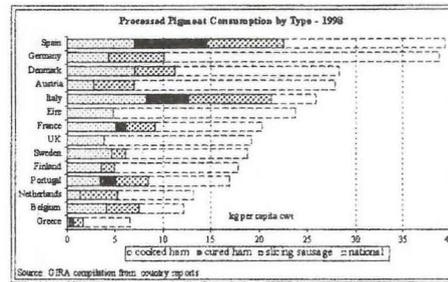
Consumo por persona según producto y país (2002)



### Consumo fresco versus procesado



### Consumo de distintos procesados

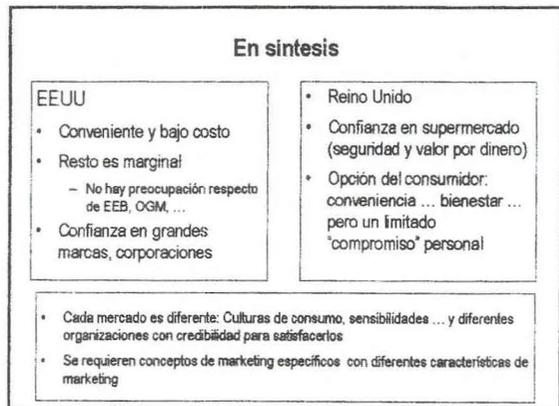
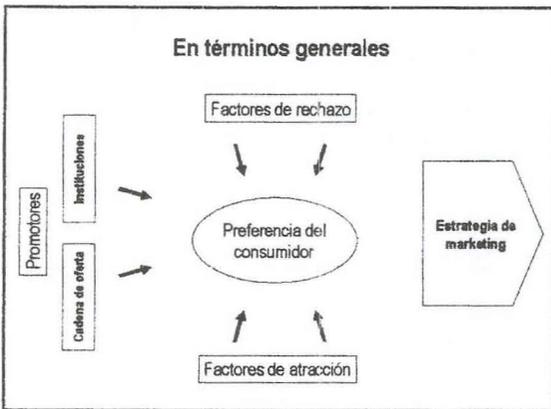


### Es decir, no todos somos iguales

- Globalmente hay grandes diferencias en el consumo de carnes, incluso al interior de grupos relativamente homogéneos (por ej. escandinavos, ¿latinos?, etc.)

### Pero, se pueden observar tendencias en la demanda



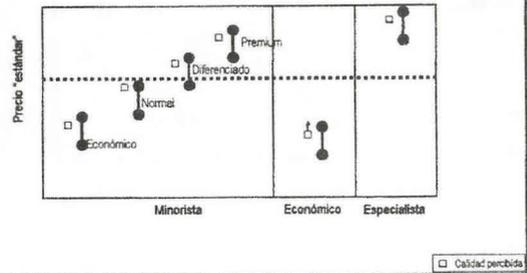


## Entonces ¿qué habría que hacer?..

### Opción del consumidor = Segmentación de mercado

- La segmentación de mercado justificada plenamente por crecimiento en carnes diferenciadas
- La cadena de oferta debe proveer una constante diferenciación innovadora y genuina para explotar y satisfacer estos precios
  - Elb incluye carnes como ingredientes

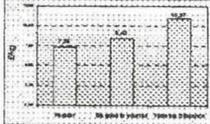
## Opción del consumidor = Segmentación de mercado



## Reino Unido: Supermercados exitosos en comunicar esta diferencia

	Tesco	Sainsbury	ASDA
Normal	Tesco	Sainsbury	ASDA
Premium	Finesst	Taste the Difference	Extra Special
Económico	Value, Better Value	Economy	Smart Price
Saludable	Healthy Eating	Be Good to Yourself	Good For You
Orgánico	Organic	Organic	Organic

Precios para Pollo Kiev de Sainsbury

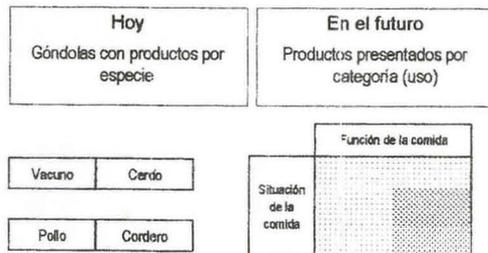


- Décadas de uso
- Estrategia de marcas (desoremar el mercado)
- Especialmente exitosa en productos refrigerados de "conveniencia"

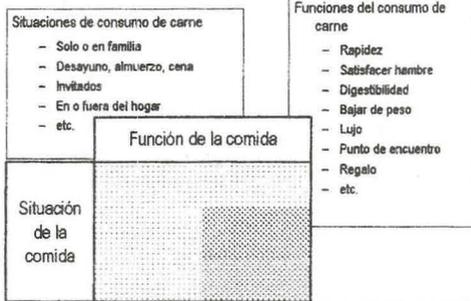
## EEUU: Marcas industriales son clave

- Demandan alimentos baratos y convenientes
- Consumidor confía en grandes corporaciones
- El procesador-envasador es poderoso en la cadena
  - Industria altamente concentrada
  - Grandes economías de escala
    - Producción
    - Marketing
  - Efectiva distribución de marcas (detallistas fragmentados, servicios de alimentación)

## Desafío: Ofrecer soluciones, no productos ordenados por especies



## ... por sobre todo, ofrecer soluciones según situación y función



### Motivaciones para innovar

- Adaptar los productos a la demanda, estilo de vida y distribución, para revertir erosión del mercado
- Aprovechar mejor toda la canal en términos de calidad y cantidad
- Aumentar el valor agregado y con ello la eficiencia industrial

### ... diferentes necesidades de marketing para los diferentes segmentos de mercado

Satisfacer incluso las necesidades básicas del consumidor requiere marketing detallado .... y no el enfoque tradicional de commodity

### Tendencias detrás de la innovación

- Placer
- Salud
- Aptitud
- Conveniencia
- Ética

### Los problemas

- Regulaciones
- Capacidades tecnológicas
- Capacidades comerciales
- Cadenas integradas

Muchas gracias



UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE CIENCIAS  
VETERINARIAS Y PECUARIAS

Listado asistentes

SANTIAGO

Seminario Tendencias en el Mercado Mundial  
de las Carnes Rojas



GOBIERNO DE CHILE  
FUNDACIÓN PARA  
LA INNOVACIÓN AGRARIA

Nombre

Institución

Cargo

Teléfono

E-mail

GUSTAVO ROJAS U.C. Profesor 6864184 GUSTAVO@PUC.CL

Werner Haussler F. Empresario Agrícola T: 2435166 Fax 9-2253309 wernerhausslerf@yahoo.com.

Juan I. Eguren M. Fac. Vet. U. Chile Profesor 6785555 jeganu@uctile.cl

Adelicio Whrawa ? LONGOVILLO JA VILGARRA 578

Guillermo Rigo FIA Ing. Agrónomo 4313036 grigo2@rc2.gob.cl

Claudio Poblete A SAG M.Vet. 3451371 claudio.poblete@sag.gob.cl

Aneto Soto Fac. Co Vet U Chile Académico 6785552 asoto@uchile.cl

Verónica Echavarría Minagri Asesor 3935030 vechavara@minagri.gob.cl

Daniela Aevna Minagri Asesor 3935009 davea@minagri.gob.cl

Nombre	Institución	Cargo	Teléfono	E-mail
SANTIAGO URZELAY	U. de CHILE	DECANO	6785500	surceley@uchile.cl
Francisco Lagos	FRIOSIA	Marketing	4507000	flagos@friosia.cl
Jaimie Rodríguez	U de Chile	Académico	6785862	jarodrig@uchile.cl
LEOPOLDO STUARDO	U. DE CHILE	ACADEMICO	6785537	LSTUARDO@UCHILE.CL
NELSON BARRIN	U CHILE	Académico	6785572	vtbarri@uchile.cl
LISETE BOSSHARD P.	SEREMI AGRIC. 6	Profesional	72-28643	lbozhan@minagri.gob.cl
MAURO FRANKOWICZ			98014340	maufrm@yxtelco.es

## Congreso Mundial de la Carne

Síntesis de las principales ideas

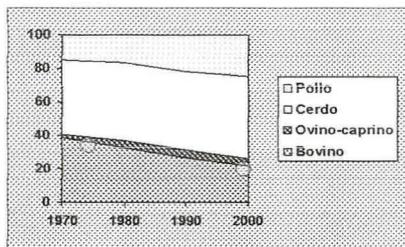
## ¿Por dónde empezar?

En términos generales, el comportamiento del sector de los alimentos es bastante predecible:

- La demanda sigue patrones fuertemente relacionados con el cambio en el ingreso y el desarrollo de los países
- La oferta no tiene cambios estructurales violentos (particularmente en la carne bovina) y el desarrollo tecnológico es más lento que en otros sectores

## Un contexto preocupante para el consumo

Evolución de la estructura del consumo en la UE

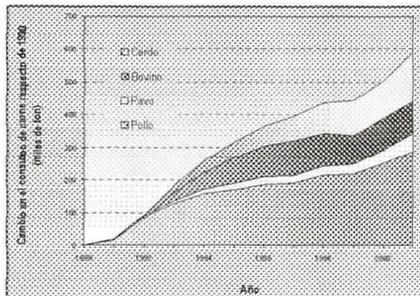


## Un contexto preocupante para el consumo

Proyección del consumo de carne

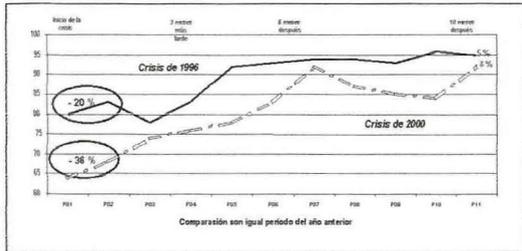
kg/hab/año	Todas las carnes			Bovino		
	1993	2020	93/20	1993	2020	93/20
Mundo	339	393	+16%	9,8	10,7	+9%
Países desarrollados	77,7	83,0	+7%	25,2	25,8	+2%
Países en desarrollo	20,8	29,7	+43%	5,3	7,4	+40%

## Participación de las diferentes carnes en el aumento del consumo de carne



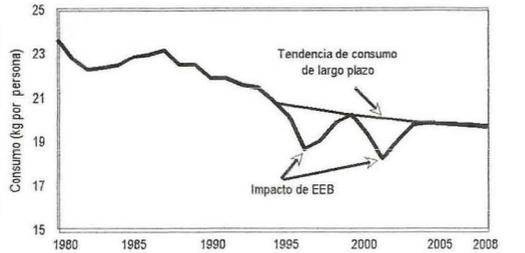
Además, ... siempre aparecen algunos **problemitas**

### Impacto de las crisis de EEB sobre la compra de carne de vacuno en los hogares franceses



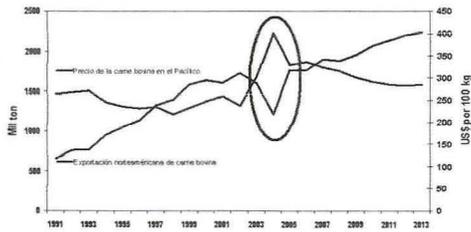
Fuente: INTERIEV de acuerdo a SECODOP

### Consumo en la UE: afectado por EEB y fiebre aftosa



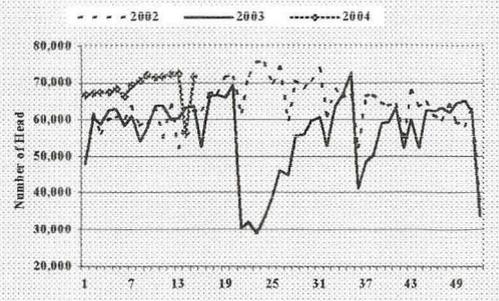
Fuente: Directorate General for Agriculture of the European Commission

### EEB altera el mercado bovino del Pacífico



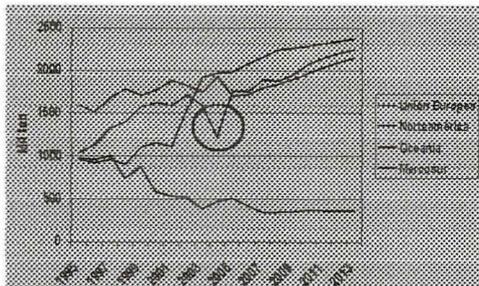
Ken Ash, OECD

### Canadian Weekly F.I. Slaughter



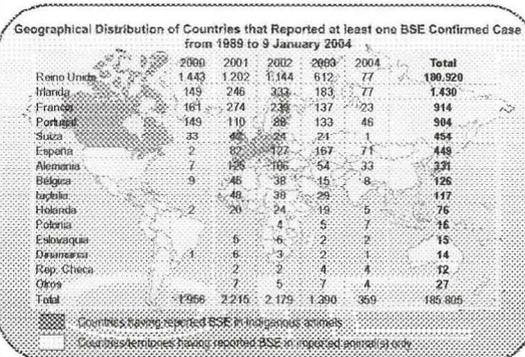
D. Loyal, CFIA

### Exportación de carne bovina

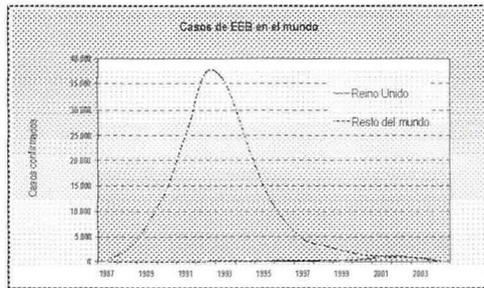


Ken Ash, OECD

### y todo esto única y exclusivamente debido a ....



### ... o mejor dicho .....



Fuente OIE

### ... o peor aún

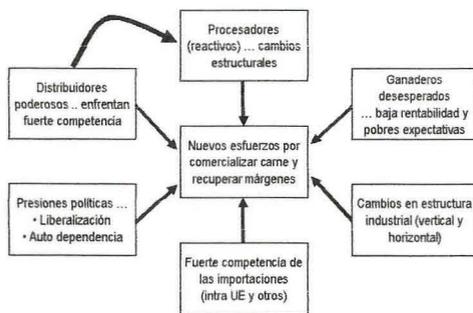
#### Personas muertas al año

• Enfermedades infecciosas	14.700.000	1 muerte cada 2,15 segundos
– Infecciones respiratorias	3.900.000	
– SIDA	2.900.000	
– Sarampión (niños)	750.000	
• Relacionado al tabaco	5.000.000	
• Cáncer	6.000.000	
• Lesiones y violencia	5.000.000	
– Accidentes de tránsito	1.200.000	
• Rabia	40.000	
• vCJD (UK)	18	

Fuente OMS

D. Lynam, CFIA

### El escenario actual



### La conducta del consumidor en los mercados de la carne

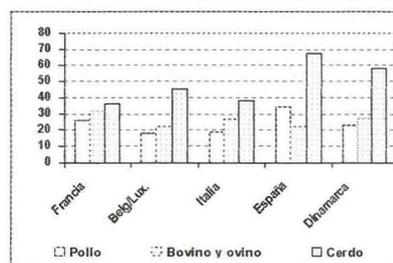
- La contradicción que frustra al mercado:
  - Como ciudadanos demandan bienestar, ética, pureza, calidad, conveniencia, etc ...
  - ... pero como consumidores ... generalmente buscan el menor precio
- Y esto NO va a cambiar
- ... lo que genera una fantástica oportunidad de marketing

### Entonces, no todos somos iguales

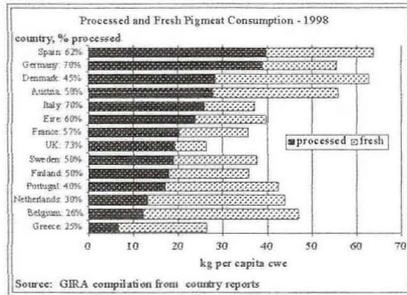
- Globalmente hay grandes diferencias en el consumo de carnes .... Volumen, especies, cortes, preparación, costumbres, etc.
- ... incluso al interior de grupos relativamente homogéneos (por ej. escandinavos, ¿latinos?, etc.)

### El consumo varía entre países

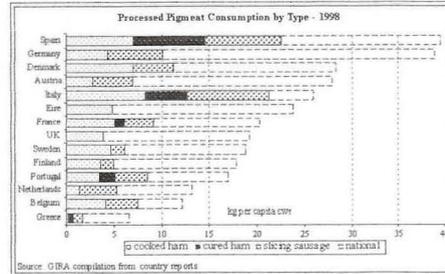
#### Consumo por persona según producto y país (2002)



## Diferencias en consumo de fresco versus procesado



## Diferencias en consumo de procesados



## También la respuesta a las crisis varía entre países

### Europa

- Caída del consumo en el corto plazo
- Disminución estructural de la oferta
- Hoy como importador neto, al recuperarse consumo

### Canadá

- Caída del consumo en el muy corto plazo
- Rápidamente apoyo de los canadienses al sector

## La respuesta del público canadiense

- La confianza del consumidor permanece alta (junio)
  - 88% confía en CFIA (Canadian Food Inspection Service)
  - 85% confía en CCA
  - 84% confía en los productores
  - 87% cree que carne canadiense es segura- 8 % que no lo es (encuesta Web)
- Se inician manifestaciones de apoyo a la industria
- Crece enojo por cierre de mercados
- Primer país en que el consumo crece posterior a la detección de un caso .... gracias a un público bien informado
- Punto de inflexión para el mundo

D. Leycraft, CFIA

## Las razones para esto

- Claves
  - Transparencia de la investigación
  - Información científica entregada por CFIA y Health Canadá
  - Relaciones públicas informadas y creíbles
- Las medidas proactivas aplicadas desde 1989 dieron sus frutos
  - Barreras
  - Vigilancia
  - Sistema de identificación nacional

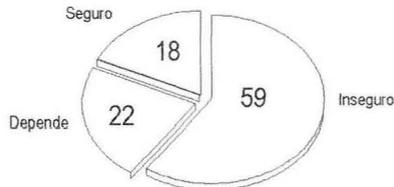
D. Leycraft, CFIA

Pero ... se pueden observar tendencias en las determinantes de la demanda



**El tema de la seguridad ...  
exposición involuntaria al riesgo**

“Suponga que una persona le dice que algo es seguro y otra le dijese que es inseguro. ¿A quién le tendería a creer?”



Rabobank

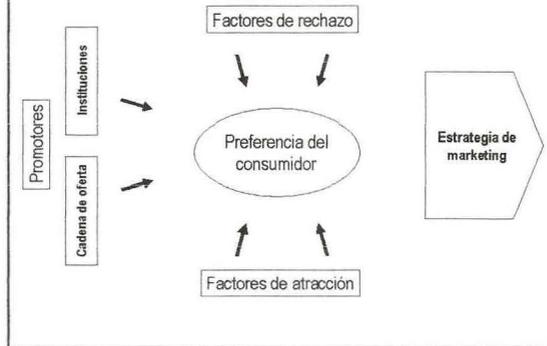
Luego de lo cual aparecen necesidades más interesantes ...



Luego de lo cual aparecen necesidades más interesantes ...



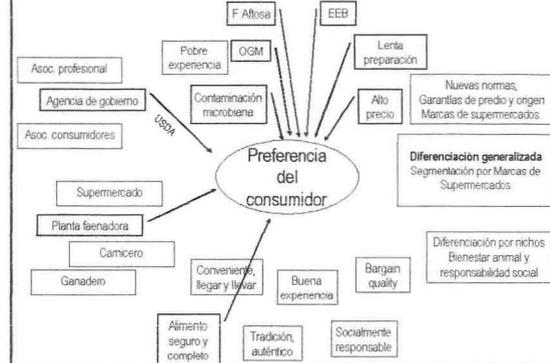
En términos generales



A modo de ejemplo, en EEUU



Mientras que en el Reino Unido



## En síntesis

### EEUU

- Conveniente y bajo costo
- Resto es marginal
  - No hay preocupación respecto de EEB, OGM, ...
- Confianza en grandes marcas, corporaciones

### Reino Unido

- Confianza en supermercado (seguridad y valor por dinero)
- Opción del consumidor: conveniencia ... bienestar ... pero un limitado "compromiso" personal

- Cada mercado es diferente: Culturas de consumo, sensibilidades ... y diferentes organizaciones con credibilidad para satisfacerlos
- Se requieren conceptos de marketing específicos con diferentes características de marketing

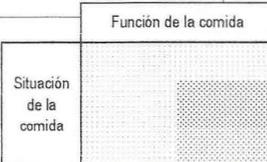
## Pero esto no es todo, ... el mismo consumidor necesita diferentes productos según situación y función

### Situaciones de consumo de carne

- Solo o en familia
- Desayuno, almuerzo, cena
- Invitados
- En o fuera del hogar
- etc.

### Funciones del consumo de carne

- Rapidez
- Satisfacer hambre
- Digestibilidad
- Bajar de peso
- Lujo
- Punto de encuentro
- Regalo
- etc.



## Segmentación del mercado francés según situación y función

		Neutralidad				Valoración					
		Solo, Iniciar	Digestibilidad	Recargar/lujo	Satisfacer	Estético	Original	Compartir	Regalo	Tradición familiar	Dieta
Día habit	Solo	Almuerzo	Hombre	Consumo diario solo 13%							
	Cena	Mujer	Hombre								
Sustitutos de comida	En compañía	Almuerzo	Con niños	Consumo diario y en compañía 46%							
	Cena	Con niños	Sin niños								
Fin de semana	Ordinaria	Vacaciones		Consumo por placer y en compañía 29%							
Invitación	Formal	Evento especial 3%									
Ocasión especial			Consumo por placer y solo 9%								

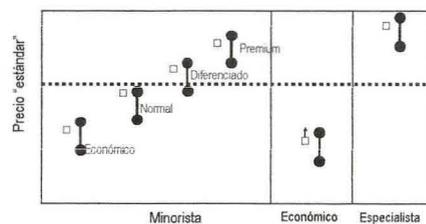
## ... diferentes necesidades de marketing para los diferentes segmentos de mercado

Tipo	Importancia	Ideas clave	Producto	Precio	Presentación	Empaque-tipo	Comunicación
Solo - neutral	13%	"Recargar", rápido, simple	Individual, práctico, simple	Bajo	Rapidez de compra	Individual, fácil apertura y guardado	Fácil uso, solución simple
Grupo - neutral	46%	"Recargar", no envolver	Multipack, práctico, simple	Bajo	Según especie o uso	Facilitar su uso	Haber vida fácil, sin riesgo
Solo - placer	5%	Elección individual	Sabor, textura, dieta, ética	Medio - alto	Porciones, placer	Porción individual, placer	Placeres divididos, satisfacción
Grupo - placer	29%	Emotivo, punto alto de la comida	Sabor, textura, dieta, ética	Alto	En muchos lugares, combinaciones	Atractivo, ligado a otros productos	Sabor, textura, auténtico, diferente
Ocasión especial	3%	Fiesta, excepcional	Componente social y emotivo, sabor, etc.	Alto	Españoles, festividad, tradición	Raro, lujo	Ocasión especial, darse el gusto

## ... diferentes necesidades de marketing para los diferentes segmentos de mercado

Satisfacer incluso las necesidades básicas del consumidor requiere marketing detallado .... y no el enfoque tradicional de commodity

## Opción del consumidor = Segmentación de mercado



□ Calidad percibida

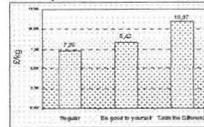
**Opción del consumidor = Segmentación de mercado**

- La segmentación de mercado justificada *plenamente por crecimiento en carnes diferenciadas*
- La cadena de oferta debe proveer una constante diferenciación innovadora y genuina para explotar y satisfacer estos precios
  - Ello incluye carnes como ingredientes

**Reino Unido:  
Minoristas exitosos en comunicar esta diferencia**

	Tesco	Sainsbury	ASDA
Normal	Tesco	Sainsbury	ASDA
Premium	Finest	Taste the Difference	Extra Special
Económico	Value, Better Value	Economy	Smart Price
Saludable	Healthy Eating	Be Good to Yourself	Good For You
Orgánico	Organic	Organic	Organic

**Precios para Pollo Kiev de Sainsbury**



- Décadas de uso
- Estrategia de marcas (descremar el mercado)
- Especialmente exitosa en productos refrigerados de "conveniencia"

**EEUU:  
Marcas industriales son clave**

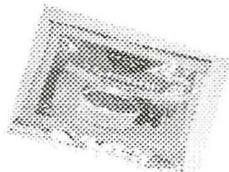
- Demandan alimentos baratos y convenientes
- Consumidor confía en grandes corporaciones
- El procesador-envasador es poderoso en la cadena
  - Industria altamente concentrada
  - Grandes economías de escala
    - Producción
    - Marketing
  - Efectiva distribución de marcas (detallistas fragmentados, servicios de alimentación)

**Mientras en el resto de Europa**

- Los franceses desarrollan nuevos productos e incorporación de signos de calidad (etiquetado)

**Calidad e imagen del producto (Francia)**

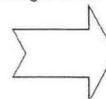
- Desarrollo de signos de calidad: cerca del 15% de la carne de vacuno vendida



En ton peso canal equivalente	1993	1997	1999	2000	2001	
Red Label	14 800	23 000	23 600	25 600	30 700	
Agricultura orgánica		Inicio	3 000	4 000	5 200	
Certificación de producto		Inicio	137 000	143 000	146 200	147 700

**Mientras en el resto de Europa**

- Los franceses desarrollan nuevos productos e incorporación de signos de calidad (etiquetado)
- La cadena alemana se unifica alrededor del esquema de calidad y servicio
- La estrategia sueca apunta al "alimento más limpio del mundo"
- Y los belgas se centran en razas magras



Grandes esfuerzos de marketing

### Motivaciones para innovar

- Adaptar los productos a la demanda, estilo de vida y distribución, para revertir erosión del mercado
- Aprovechar mejor toda la canal en términos de calidad y cantidad
- Aumentar el valor agregado y con ello la eficiencia industrial

### Posibilidades de innovación

Cortes y trozos
Molidos
Embutidos
Cocidos
Delicatessen

### Los problemas

- Regulaciones
- Capacidades tecnológicas
- Capacidades comerciales

### Perspectivas de políticas

### Observaciones generales

- Reglas actuales no diferencian entre países que han implementado las medidas adecuadas para disminuir el riesgo y prevenir la diseminación, ... de los que no lo hacen
- El riesgo bajo el enfoque actual desincentiva una correcta vigilancia
- Canadá expuso su caso para ser reconocido como de riesgo mínimo
  - Puede exportar a 23 países
- Cambiar en OIE a 3 categorías de riesgo requiere apoyo junto con cumplimiento

D. Laycraft, CFIA

### Observaciones generales

- La crisis canadiense fue el resultado del cierre de fronteras y de la disfunción del mercado ... pero no de la pérdida de confianza del consumidor.

D. Laycraft, CFIA

### **Las disfunciones del mercado**

- Impacto inicial: cese de todas las ventas de ganado a raíz de sospecha de EEB
- Cierre de mercados complica el problema
- Primeros resultados negativos junto a fuertes mensajes de seguridad hacen subir compras de novillos hasta 40% de capacidad
- Aparece déficit de carne bovina

D. Layzell, CFIA

### **Observaciones generales**

- La crisis canadiense fue el resultado del cierre de fronteras y de la disfunción del mercado ... pero no de la pérdida de confianza del consumidor
- Otros debiesen aprender de la experiencia canadiense para proteger la industria del potencial desastre
- Los mercados se cierran rápido .... y lentos para reabrir
- Es importante una buena evaluación de riesgo

D. Layzell, CFIA

REGISTRO DE ASISTENCIA A ACTIVIDAD DE DIFUSION FIA  
 CONGRESO MUNDIAL DE CARNE (WINNIPEG, 14-17 JUNIO 2004, CANADA)

PARQUE Exposiciones  
 C. Caminondo (SOFO), Temuco

LUGAR: \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

30 JULIO 2004

Nombre	RUT	Dirección	Fono	Fax	Institución / Predio/ Profo	RUT Organiz.	Cargo y FIRMA	Rubro a que se dedica	E-mail
Adrian Catileo		Carilla 58-D Tco	215706	216112	INIA	61312000-9		bovinos de carne	acatile@caulauca- inia.cl
Fernando Torres		Ande, Bello 810 Quil 32 Tco	215118	-	-	-		Médico Veterinario	fernandot@labvial.com
FERNANDO RODRIGUEZ		PABLO NERUDA 0619	386298	386298	FRONTAGEN	78422360-4		MEJORA GENETICA	FRONTAGEN E TIE.CL
Patricio A. Paredes A.		Pellon 2260	280579	-	G.R.C.	-	consultas	Certificación prod. export.	pparedes@123mail.cl
Vicente Schmeller R		Teceros 5 FO Dept 301	743289	-	-	-	Proprietario 	Canadina	-
ALEJANDRO SCHÜLLER		BANACABA 8010 VALDIVIA	214665	-	FRIVAL	96.029.000-3	A. comercial 		ASCHULLER@FRIVAL.CL
Herman Montenegro		Manuel Rosales nro 03891 Tco	252142	252142	Red Sergio Jara de la S.A. SOFO	-		Ganadería y Cullavos	-
CAROLINA QUIJADA		SEPTIMIO VALLEJO 340 - LAUTARO	532435	-	MUNICIPALIDAD DE LAUTARO	-	MEDICO VETERINARIO	GANADERIA MAYAL - MAYAL	gcquijado@formar.cl
Lindasid.		San Martín 828	603100	602103	SOFO	81.389.900-0	Tua. Agr.	Ganadería	akobnich@sofo.cl

REGISTRO DE ASISTENCIA A ACTIVIDAD DE DIFUSION FIA  
 CONGRESO MUNDIAL DE CARNE (WINNIPEG, 14-17 JUNIO 2004, CANADA)

LUGAR: Parque Expositivos  
C. Camarundo (Sofa), Temuco  
 FECHA: 30 JULIO 2004.

Nombre	RUT	Dirección	Fono	Fax	Institución / Predio/ Profo	RUT Organiz.	Cargo y FIRMA	Rubro a que se dedica	E-mail
Melson Orellana		57 Nat. 780	407781	407781	Agromar Hdo	79870200	[Firma]	Sanaderia Cultivos	
DAVID ACUÑA IBÁÑEZ		PEHUENCHES 480 CHILLÁN	42- 213472	-	APROCARNE ÑUBLE A.G.	65.250860-K	DIRECTOR [Firma]	ASESOR EN GANADERIA	DAVID.ACUNA@CHILE.COM
Hlex. Jana		Handel 0648 +60	313423	313423	SIAG-ITAA	753380-1	Representante [Firma]	Consultors.	lightda@utmsc.cl
Conito Bonney U.		Fdo. SIA Caldina	381007	381007	AGRO INVERSIÓN Lo VALLEJO	92196005	Representante [Firma]	KEHOLA GANADERIA	C. Bonney @123M45.cl
Hugo NIZAMA		Conselli 145 Lanzone	1974067		Mepelan	-	[Firma]	Ornary	-
Nils Lijona		Jav. Carrera 2053 Tco	737456	737456	Agriculta Ganaderia		[Firma]	Ciencia	niblijona@svnet.cl
Roberto Amigada		el plano 02631	248844		Profo OVIÑO		[Firma]	OVINOS	alonso banilio @ hot mail . com
Jaime Santandres		Los Jardines 0352	237065	403103	Sofa	81.389.900-0	[Firma]	Transparencia Tecnologica	jsantandres@sofo.cl
CLAUS ROBO		Rosa Ohiggins 282/stgo	02-6785503	02-6785511	Ude Chile	69.100000-1	[Firma]	Academico	ckobal@chile.cl




  
**Congreso Mundial de la Carne**

**Tendencias en el mercado mundial de la carne**

Claus Klobinich G  
 Fac. Ciencias Veterinarias y Pecuarias  
 Universidad de Chile



**Los "grandes" temas mundiales**

- Tendencias en el mercado
  - ✓ Oferta y demanda agregada
- Tendencias en el comercio
  - ✓ Tratados y barreras
- Tendencias en el consumo
  - ✓ Consumidor y producto

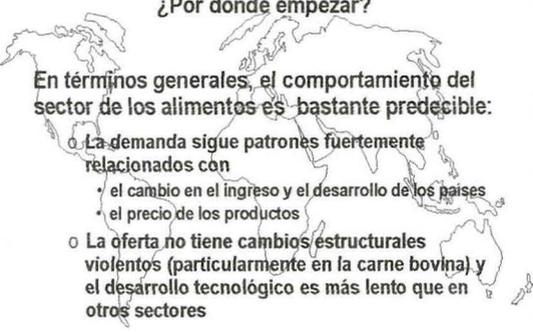
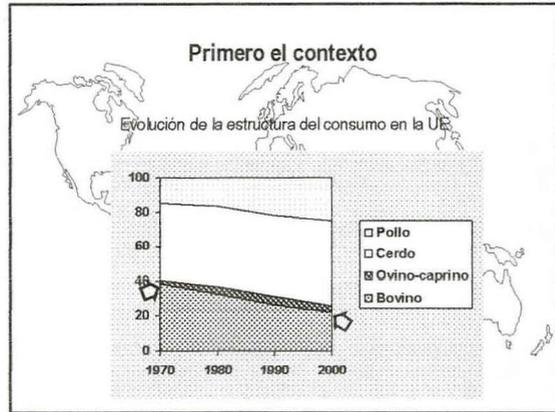
... y uno que otro (tema) villano no invitado



**¿Por dónde empezar?**

En términos generales, el comportamiento del sector de los alimentos es bastante predecible:

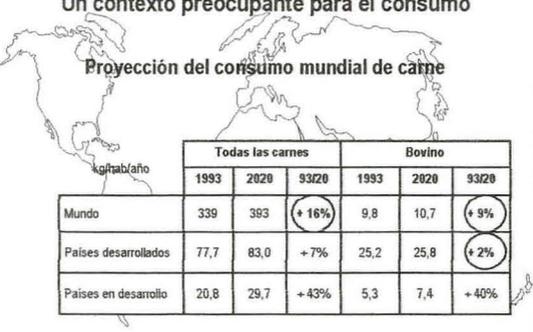
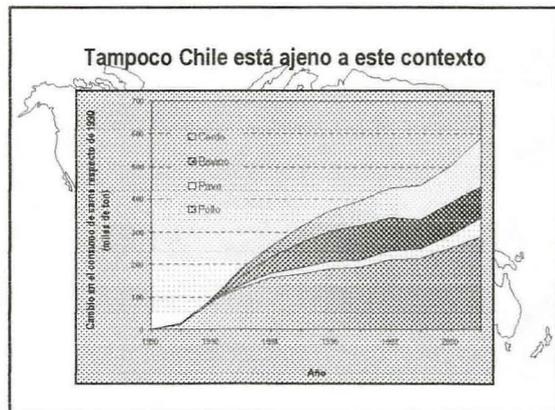
- o La demanda sigue patrones fuertemente relacionados con
  - el cambio en el ingreso y el desarrollo de los países
  - el precio de los productos
- o La oferta no tiene cambios estructurales violentos (particularmente en la carne bovina) y el desarrollo tecnológico es más lento que en otros sectores

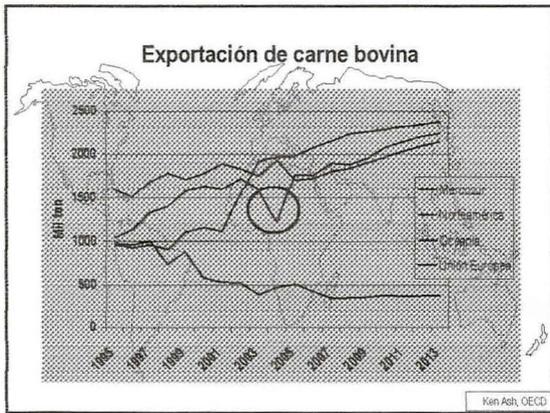
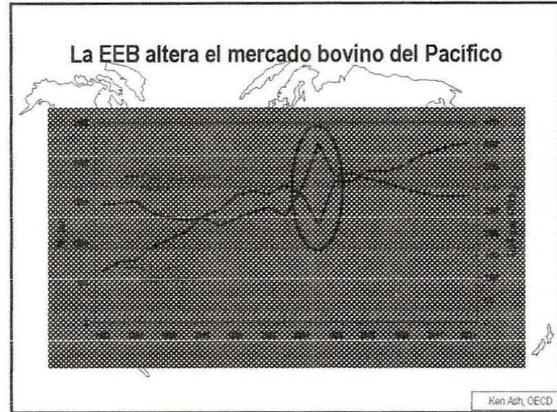
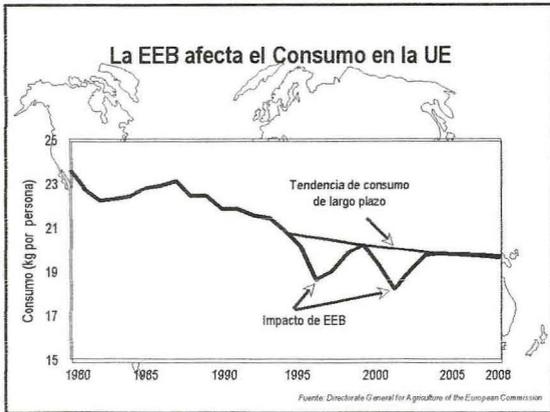
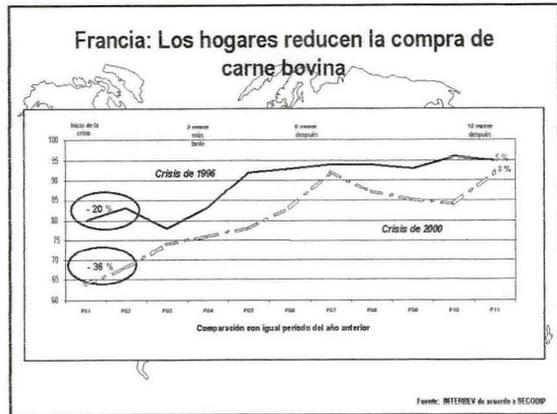



**Un contexto preocupante para el consumo**

**Proyección del consumo mundial de carne**

kg/hab/año	Todas las carnes			Bovino		
	1993	2020	%3/20	1993	2020	%3/20
Mundo	339	393	+ 16%	9,8	10,7	+ 9%
Países desarrollados	77,7	83,0	+ 7%	25,2	25,8	+ 2%
Países en desarrollo	20,8	29,7	+ 43%	5,3	7,4	+ 40%



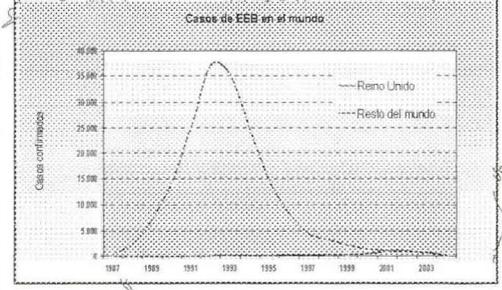
**y todo esto única y exclusivamente debido a .....**

Geographical Distribution of Countries that Reported at least one BSE Confirmed Case from 1989 to 9 January 2004

País	1989	1990	1991	1992	1993	1994	Total
Francia	225	13,483	22,252	27,188	185	28	146,381
Reino Unido	38	181	273	238	127	22	1,009
Países Bajos	129	148	116	96	133	48	560
Italia	41	33	42	34	31	1	482
Irlanda	2	2	82	127	167	71	448
Alemania	7	7	125	106	64	33	331
Bélgica	3	9	46	38	15	9	126
Italia			46	35	29		117
Holanda	2	2	20	24	13	5	76
Portugal			4	5	7		16
Eslovenia			1	1	2		15
Canadá			1	1	1		18
Países Bajos			1	1	1		12
Suecia			1	1	1		3
<b>Total</b>	<b>2,297</b>	<b>1,496</b>	<b>3,215</b>	<b>3,733</b>	<b>7,048</b>	<b>189</b>	<b>125,809</b>

Legend: Countries having reported BSE in indigenous animals; Countries/territories having reported BSE in imported animals only.

**... o mejor dicho .....**



Fuente OIE

**... o peor aún**

**Personas muertas al año**

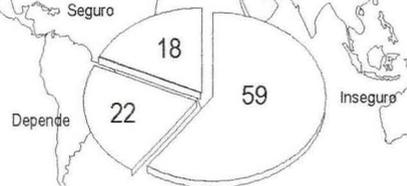
Enfermedades infecciosas	14.700.000	1 muerte cada 2,15 segundos
- Infecciones respiratorias	3.900.000	
- SIDA	2.900.000	
- Sarampión (niños)	750.000	
• Relacionado al tabaco	5.000.000	
• Cáncer	6.000.000	
• Lesiones y violencia	5.000.000	
- Accidentes de tránsito	1.200.000	
• Rabia	40.000	
• vCJD (UK)	18	

Fuente OMS

D. Laycraft, CFIA

**El tema de la seguridad ... exposición involuntaria al riesgo**

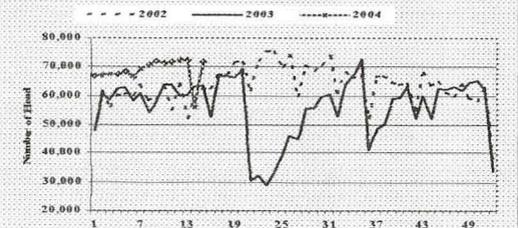
Suponga que una persona le dice que algo es seguro y otra le dijese que es inseguro. ¿A quién le tendería a creer?



Rabobank

**Lo bueno ... ya hay una "excepción"**

Beneficio semanal de novillos en Canadá



D. Laycraft, CFIA

**La respuesta del público canadiense**

- La confianza del consumidor permanece alta (junio)
- Se inician manifestaciones de apoyo a la industria
- Crece enojo por cierre de mercados
- Primer país en que el consumo crece posterior a la detección de un caso .... gracias a un público bien informado

D. Laycraft, CFIA

### Las razones de este cambio

- Claves
  - Transparencia de la investigación
  - Información científica entregada por CFIA y Health Canada
  - Relaciones públicas informadas y creíbles
- Las medidas proactivas aplicadas desde 1989 dieron sus frutos
  - Barreras
  - Vigilancia
  - Sistema de identificación nacional

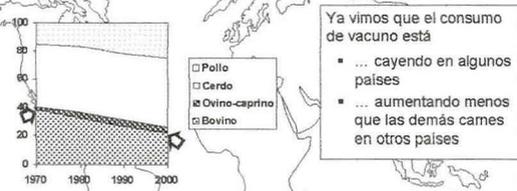
D. Luyckx, CFIA

### Algunas lecciones del caso canadiense

- La crisis canadiense fue el resultado del cierre de fronteras y de la disfunción del mercado ... pero no de la pérdida de confianza del consumidor
- Reglas actuales no diferencian entre países que han implementado las medidas adecuadas para disminuir el riesgo y prevenir la diseminación, de los que no lo hacen
- El riesgo bajo el enfoque actual desincentiva una correcta vigilancia
- La OIE requiere definir niveles de riesgo, lo que requiere apoyo junto con cumplimiento

D. Luyckx, CFIA

### Ahora volvamos al tema del consumo



Ya vimos que el consumo de vacuno está

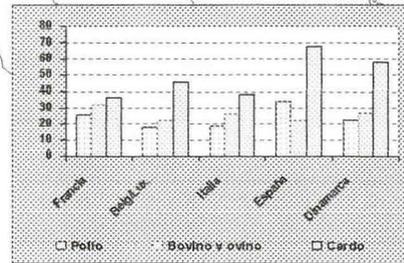
- ... cayendo en algunos países
- ... aumentando menos que las demás carnes en otros países

Entonces, las preguntas son

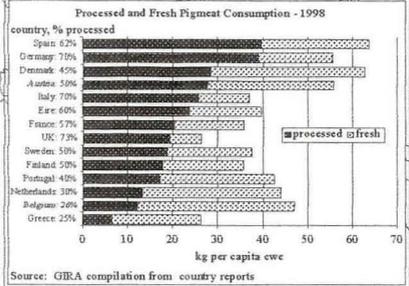
- ¿Qué factores explican este cambio?
- ¿Cómo se puede revertir?

### Primero, el consumo varía entre países

Consumo por persona según producto y país (2002)

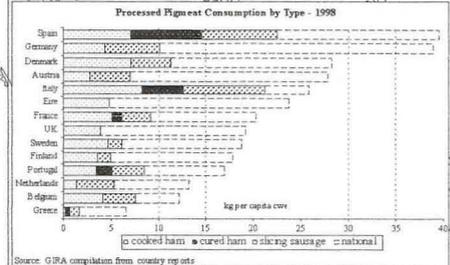


### Consumo fresco versus procesado

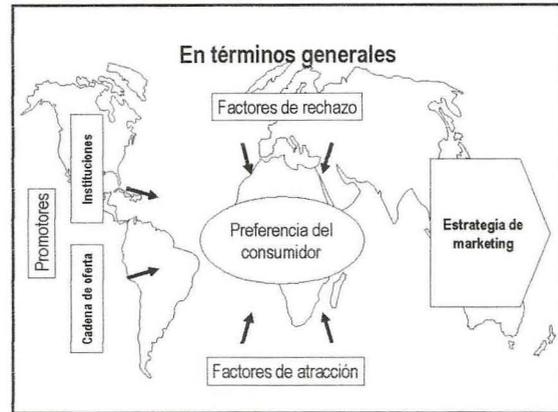


Source: GIRA compilation from country reports

### Consumo de distintos procesados



Source: GIRA compilation from country reports



### En síntesis

**EEUU**

- Conveniente y bajo costo
- Resto es marginal
- No hay preocupación respecto de EEB, OGM, ...
- Confianza en grandes marcas, corporaciones

**Reino Unido**

- Confianza en supermercado (seguridad y valor por dinero)
- Opción del consumidor: conveniencia ... bienestar ... pero un limitado "compromiso" personal

- Cada mercado es diferente: Culturas de consumo, sensibilidades ... y diferentes organizaciones, con credibilidad para satisfacerlos
- Se requieren conceptos de marketing específicos con diferentes características de marketing

### Entonces ¿qué habría que hacer?..

**Opción del consumidor = Segmentación de mercado**

- La segmentación de mercado justificada plenamente por crecimiento en carnes diferenciadas
- La cadena de oferta debe proveer una constante diferenciación innovadora y genuina para explotar y satisfacer estos precios
  - Ello incluye carnes como ingredientes

### Opción del consumidor = Segmentación de mercado

El diagrama muestra la relación entre el precio estándar y la calidad percibida para diferentes tipos de productos. Los ejes son 'Precio estándar' (vertical) y 'Calidad percibida' (horizontal). Se muestran puntos para 'Económico', 'Normal', 'Diferenciado', 'Premium', 'Minorista', 'Económico' y 'Especialista'. Una línea horizontal separa los productos de menor calidad de los de mayor calidad percibida.

### Reino Unido: Supermercados exitosos en comunicar esta diferencia

	Tesco	Sainsbury	ASDA
Normal	Tesco	Sainsbury	ASDA
Premium	Finest	Taste the Difference	Extra Special
Económico	Value, Better Value	Economy	Smart Price
Saludable	Healthy Eating	Be Good to Yourself	Good For You
Orgánico	Organic	Organic	Organic

**Precios para Pollo Kiev de Sainsbury**

El gráfico de barras muestra los precios por kilogramo para el pollo Kiev de Sainsbury en tres categorías: Popular (aprox. 7.20), Be good to yourself (aprox. 7.50) y Taste the Difference (aprox. 8.50).

- Décadas de uso
- Estrategia de marcas (descremar el mercado)
- Especialmente exitosa en productos refrigerados de "conveniencia"

### EEUU: Marcas industriales son clave

- Demandan alimentos baratos y convenientes
- Consumidor confía en grandes corporaciones
- El procesador-envasador es poderoso en la cadena
  - Industria altamente concentrada
  - Grandes economías de escala
    - Producción
    - Marketing
  - Efectiva distribución de marcas (detallistas fragmentados, servicios de alimentación)

### Desafío: Ofrecer soluciones, no productos ordenados por especies

**Hoy**

Góndolas con productos por especie

**En el futuro**

Productos presentados por categoría (uso)

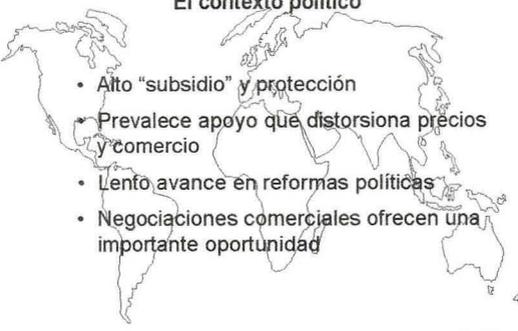
Vacuno	Cerdo
Pollo	Cordero

Función de la comida	
Situación de la comida	



### El contexto político

- Alto "subsidio" y protección
- Prevalece apoyo que distorsiona precios y comercio
- Lento avance en reformas políticas
- Negociaciones comerciales ofrecen una importante oportunidad



Kim Ash, OECD

### Ronda de Doha: Aspectos centrales para la agricultura

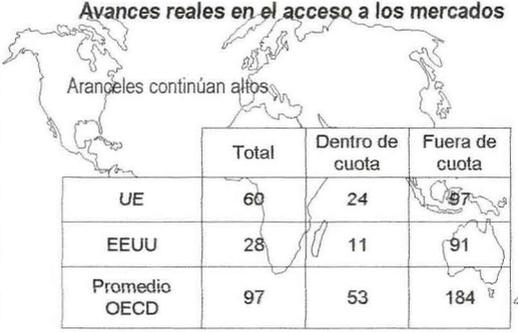
- Avances reales en el acceso a los mercados



### Avances reales en el acceso a los mercados

Aranceles continúan altos

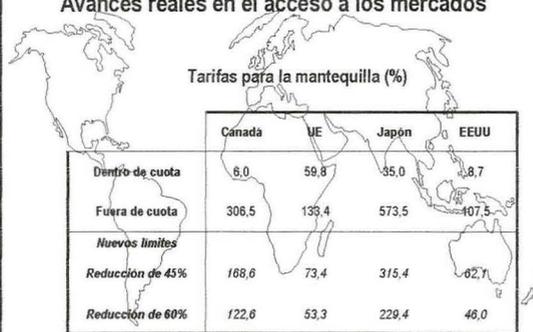
	Total	Dentro de cuota	Fuera de cuota
UE	60	24	97
EEUU	28	11	91
Promedio OECD	97	53	184



### Avances reales en el acceso a los mercados

#### Tarifas para la mantequilla (%)

	Canadá	UE	Japón	EEUU
Dentro de cuota	6,0	59,8	35,0	38,7
Fuera de cuota	306,5	133,4	573,5	407,5
<b>Nuevos límites</b>				
Reducción de 45%	168,6	73,4	315,4	62,7
Reducción de 60%	122,6	53,3	229,4	46,0



### Ronda de Doha: Aspectos centrales para la agricultura

- Avances reales en el acceso a los mercados
- Una cobertura más completa de las medidas que afectan las exportaciones



### Una cobertura más completa de las medidas que afectan las exportaciones

- Los subsidios de exportación fueron limitados en OMC
- Pero su uso continúa siendo importante en algunos productos (leche, azúcar, productos procesados, ...)
- Y no todas las medidas están bien reguladas.

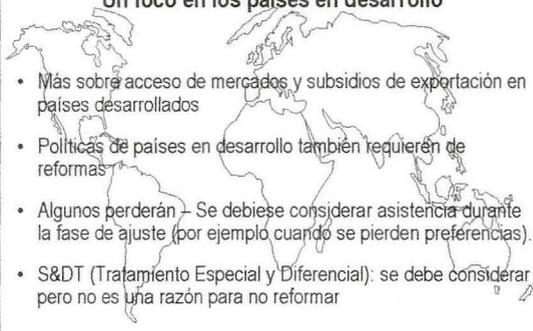


**Ronda de Doha:  
Aspectos centrales para la agricultura**



- Avances reales en el acceso a los mercados
- Una cobertura más completa de las medidas que afectan las exportaciones
- Un foco en los países en desarrollo

**Un foco en los países en desarrollo**



- Más sobre acceso de mercados y subsidios de exportación en países desarrollados
- Políticas de países en desarrollo también requerirán de reformas
- Algunos perderán – Se debiese considerar asistencia durante la fase de ajuste (por ejemplo cuando se pierden preferencias)
- S&DT (Tratamiento Especial y Diferencial): se debe considerar pero no es una razón para no reformar

