



TENDENCIAS DEL MERCADO MUNDIAL DE POLLO Y HUEVO

Alejandro Romero

Director General
Zoo inc.

 zooinc.mx

 facebook.com/zooinc

 [zoo-inc.](https://linkedin.com/company/zoo-inc)

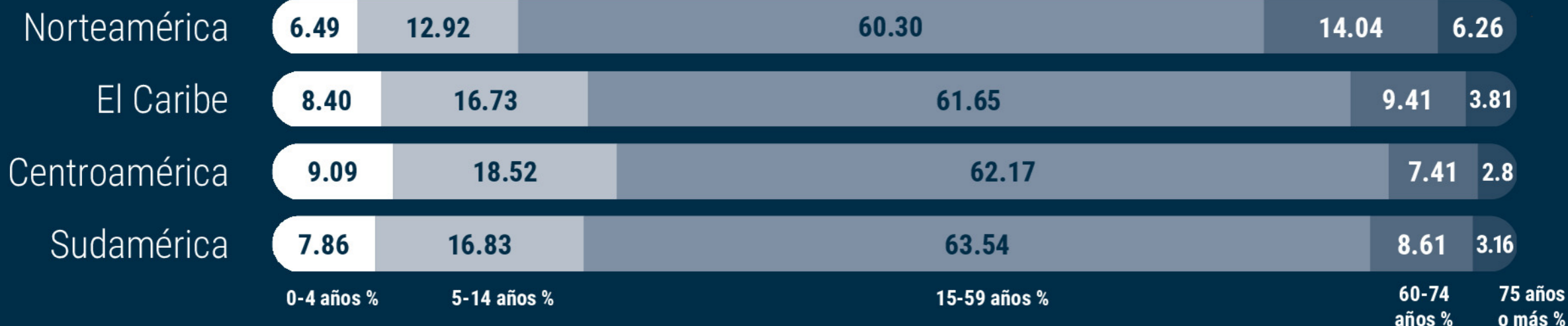
ZooINC

POBLACIÓN MUNDIAL POR REGIÓN



POBLACIÓN POR GRUPOS ETARIOS

Fuente: Organización Mundial de la Salud



Tasa de desempleo en Latinoamérica 2010 **7.5%**

Tasa de desempleo en Latinoamérica 2011 **6.8%**

Analfabetismo en Latinoamérica 2011 **5.3%**

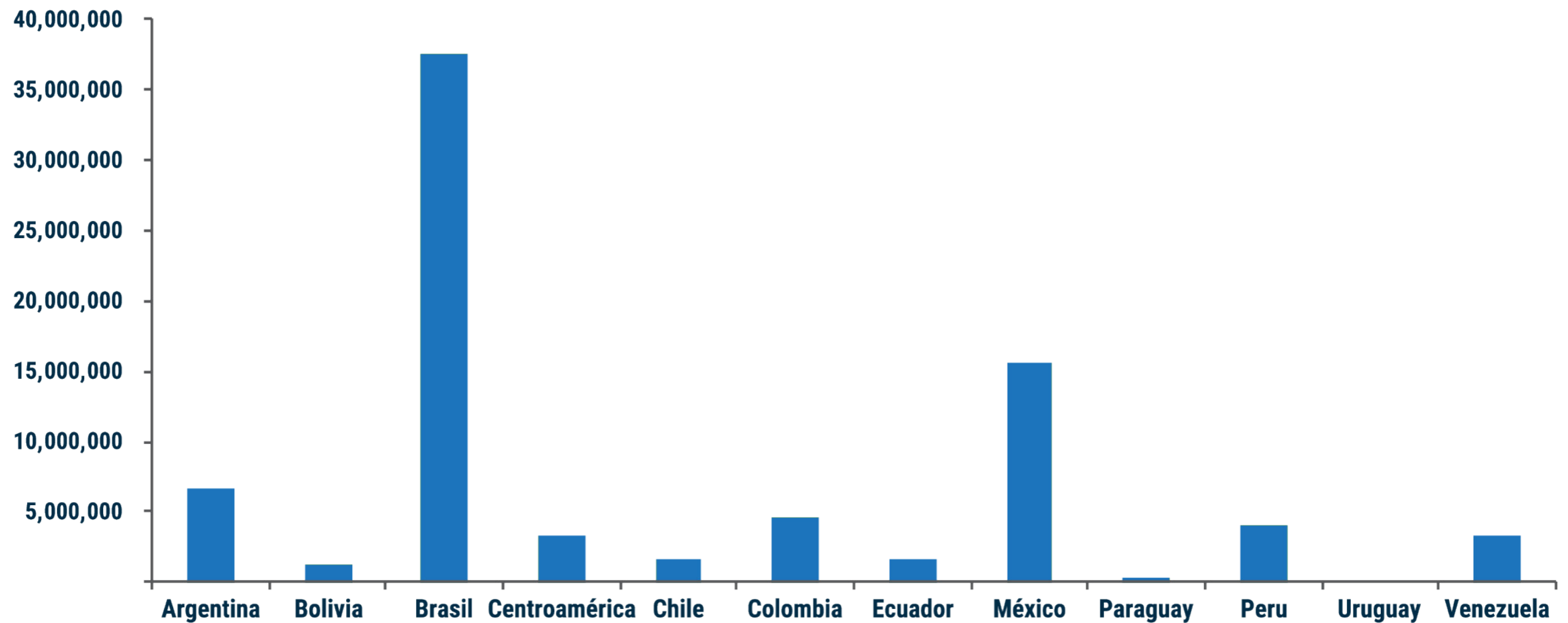
PRODUCCIÓN DE ALIMENTO PARA CONSUMO ANIMAL

LATINOAMÉRICA



PRODUCCIÓN DE ALIMENTO PARA AVES

LATINOAMÉRICA



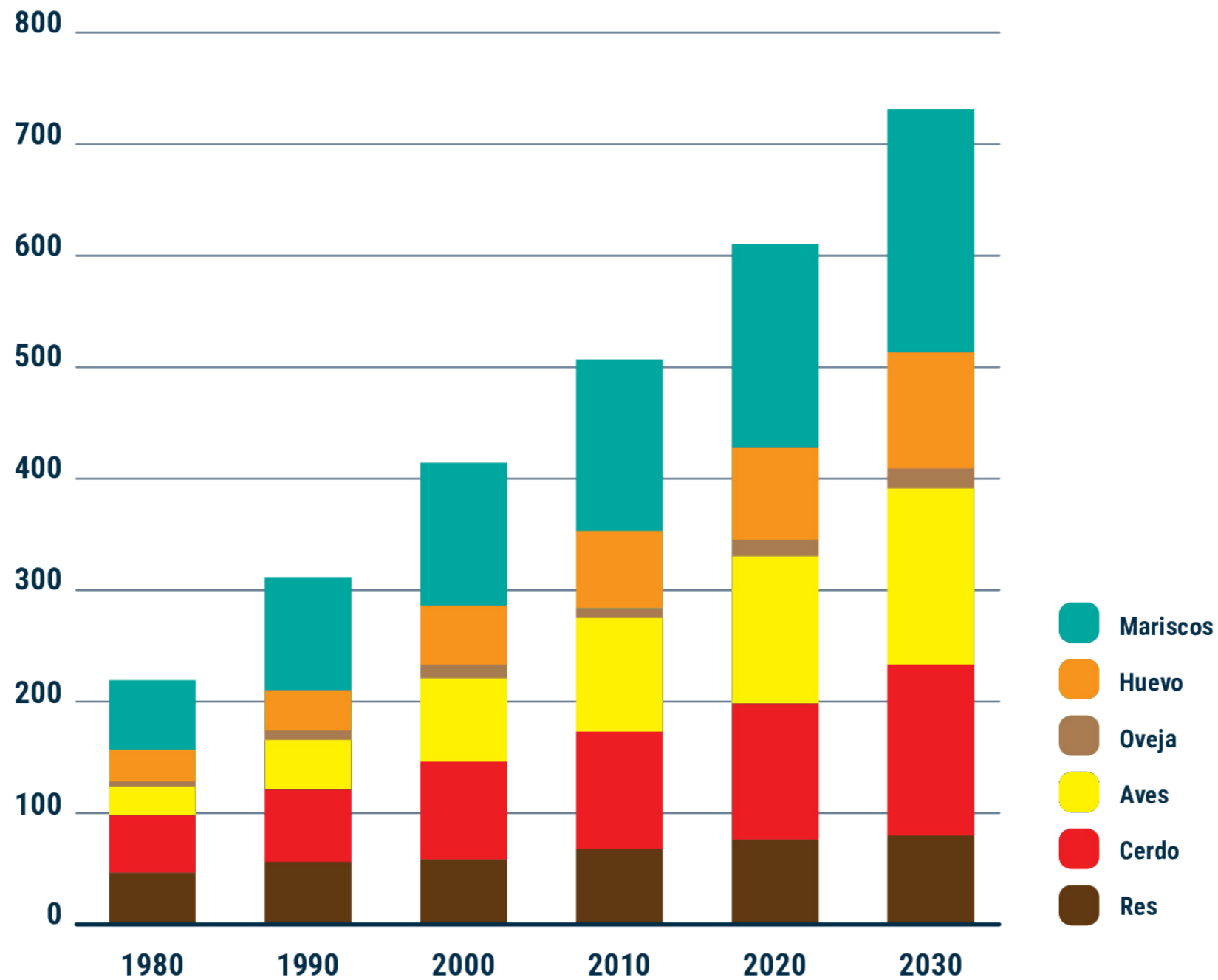


LA ECONOMÍA GLOBAL SE PREPARA PARA FORTALECERSE PERO EXISTE UN PANORAMA DE RIESGOS

BAJO PRECIO DEL PETROLEO **BREXIT** DESACELERACIÓN DE CHINA
CRISIS ECONÓMICA RUSA TENSIONES CON COREA DEL NORTE
TASA DE INTERES ELECCIONES EUA **DEVALUACIÓN**

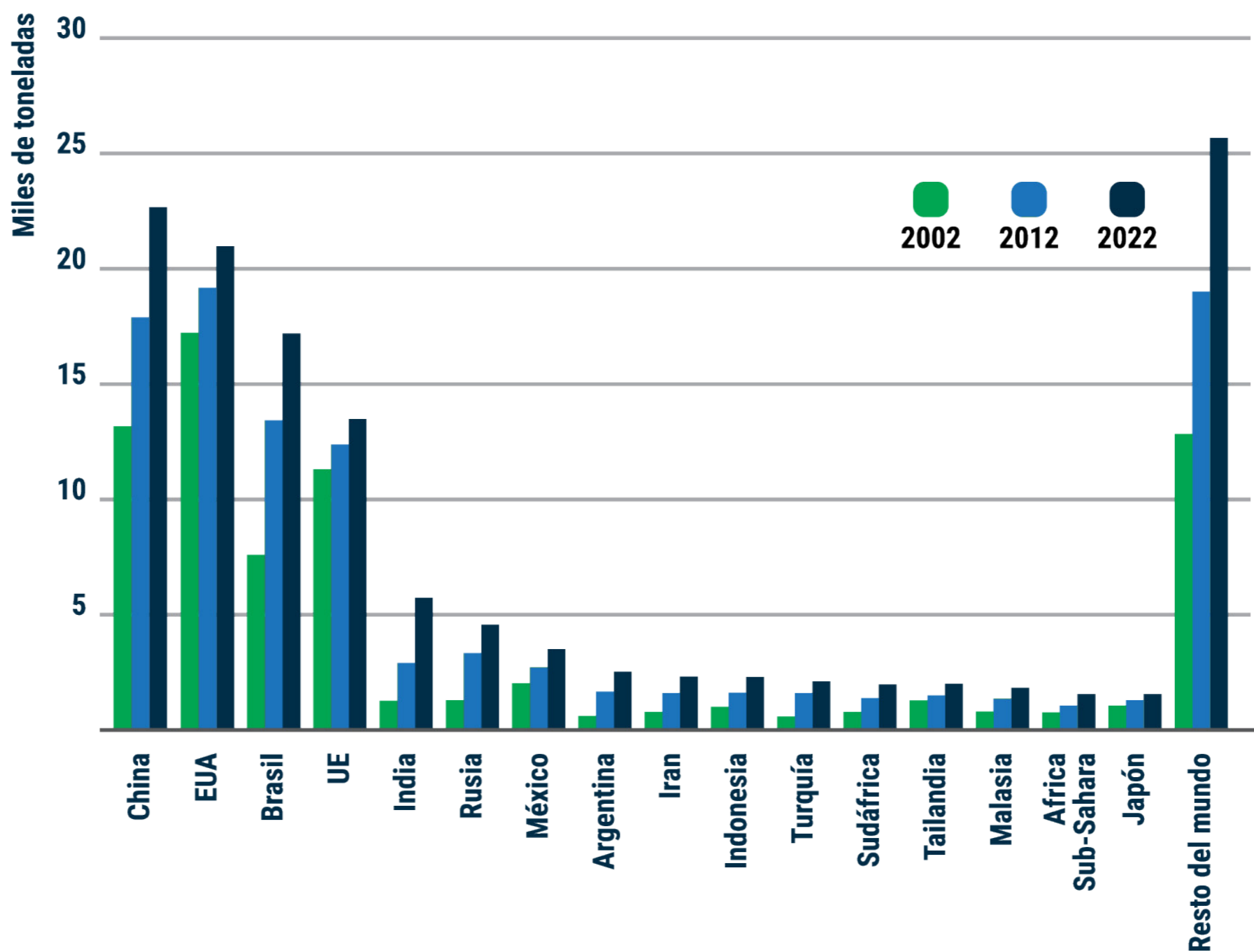
DEMANDA GLOBAL DE PROTEÍNA ANIMAL

1980 - 2030



PRODUCCIÓN DE POLLOS A FUTURO

2002 - 2022



CONSUMO PER CÁPITA DE PRODUCTOS AVÍCOLAS

Países seleccionados

	Pollo		Huevo	
	2015	2021	2015	2021
Argentina	45.00	42.59	265.00	245.08
Brasil	42.78	45.35	191.00	197.16
Bolivia	33.00		138.00	
Centro América	26.94	24.70	175.60	177.44
Chile	30.00	40.28	191.00	212.00
Colombia	30.40	32.37	252.00	280.73
Ecuador	35.00	33.92	140.00	148.40
México	29.31	26.33	352.00	376.92
Paraguay	17.00	24.05	135.00	204.80
Peru	43.50	45.51	198.00	209.88
Uruguay	24.40		280	
Venezuela	46.00	48.76	190.00	180.20
Promedio regional	33.61	36.39	208.97	223.26

Crecimiento

8%

Crecimiento

7%



DÍA MUNDIAL DEL HUEVO



Una gallina promedio produce de 300 a 325 huevos al año



Para producir un huevo toma de 24 a 26 horas



La persona promedio consume 173 huevos al año



Mundialmente se producen alrededor de 1.2 billones de huevos para consumo



¿CUÁLES SON LOS RETOS QUE DEBE AFRONTAR LA AVICULTURA?

P

Políticos

Bienestar animal
Materias primas

E

Económicos

Hábitos de alimentación
Crecimiento económico
Alimentos organico-naturales

S

Sociales

Proteína animal
Nutrición poblacional
Alimentos funcionales

T

Tecnológicos

GMO
Avances genéticos
Patógenos

E

Entorno Ambiental

Contaminación
Sustentabilidad

ESTRATEGIAS PARA LOGRAR SATISFACER LA DEMANDA DE PROTEÍNA ANIMAL



**Tecnología de
reproducción y
genética**



**Cambio
ambiental**



**Sanidad y
bienestar
animal**



TENDENCIAS DE HOY

¿Cómo incorporarlas a nuestro negocio?

SATISFACCIÓN ACCESO VALOR EDUCACIÓN

🌐 zooinc.mx

📘 facebook.com/zooinc

🌐 [zoo-inc.](https://zooinc.com)

ZOO INC.



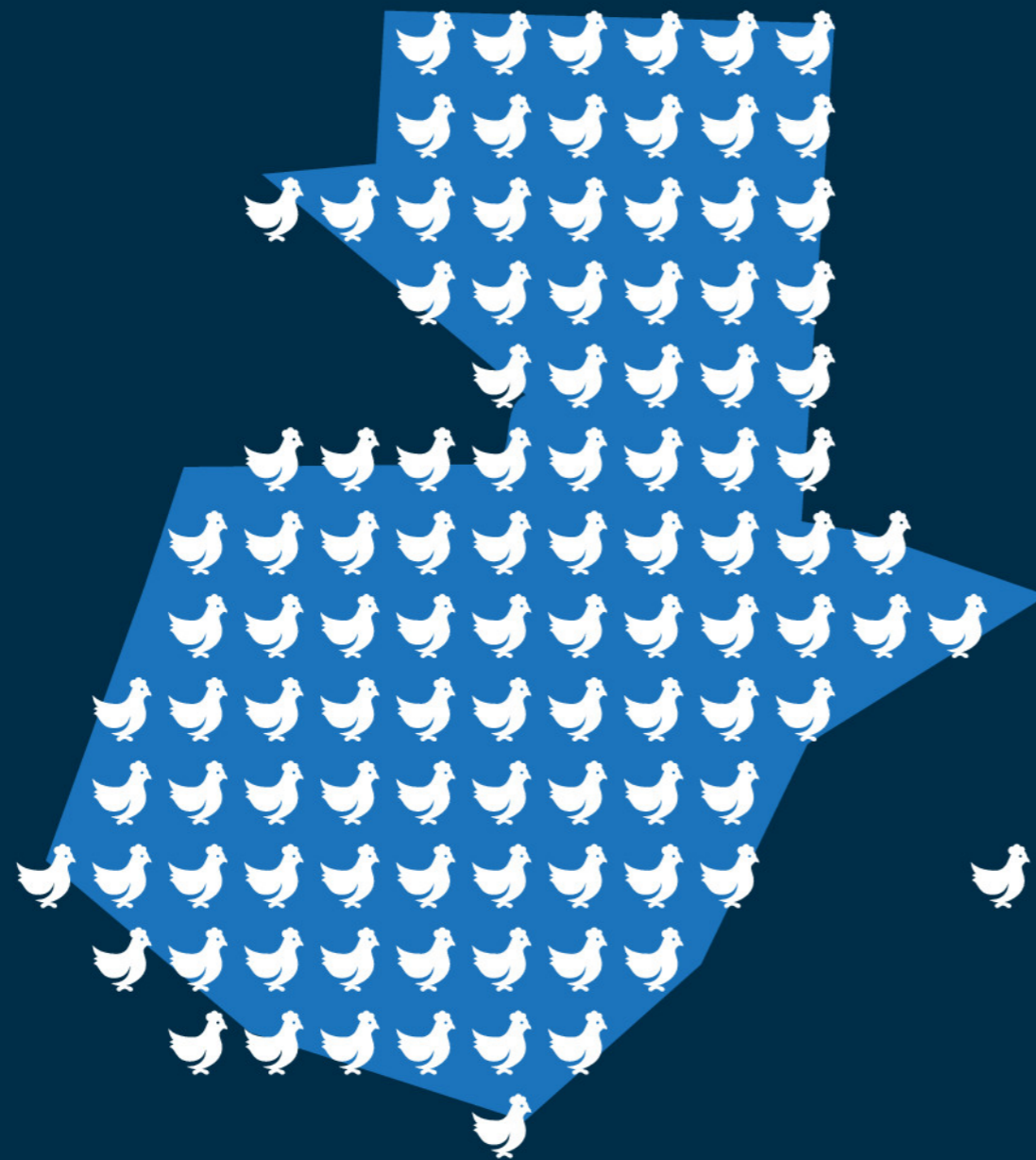
Good Egg Award



¿JAULAS ENRIQUECIDAS?




México tiene aproximadamente 150 Millones de gallinas, si todas estuvieran libres de jaula con 1m^2 por gallina ocuparíamos toda la extensión territorial de Guatemala



Y aún nos harían falta
 44 mil km^2





¿Estamos educando a los consumidores?

🌐 zooinc.mx

📘 facebook.com/zooinc

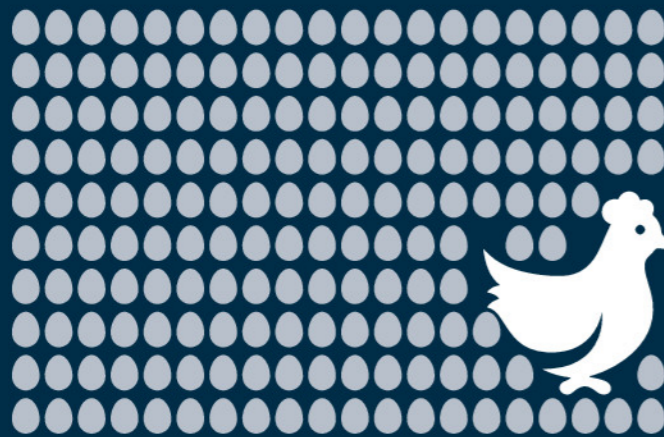
🌐 [zoo-inc.](http://zoo-inc.com)

ZOOINC

¿Cómo vamos a alimentar mejor a 9,700 millones de personas en 2050?



Existen alrededor de 6.5 mil millones de gallinas en el mundo



Una gallina promedio produce de 300 a 325 huevos al año

Por décadas, la producción incremento 1.75 huevos al año. Pero desde finales de los 90's la productividad ha disminuido debido a enfermedades, cambios en prácticas y menos innovación.



Hoy, estamos alcanzando la demanda añadiendo gallinas. Si seguimos en este camino, necesitaremos el doble de gallinas alrededor del mundo para alcanzar la demanda en 2050.



O podemos poner la innovación a trabajar, y alcanzar la demanda sin añadir gallinas. Solo un huevo más por gallina ayuda a alcanzar la demanda y requiere 4 mil millones de gallinas menos.



Usar la innovación en vez de más gallinas ahorraría:



113 millones de toneladas de alimento



74 mil millones de galones de agua



65 millones de hectáreas de tierra

Fuente: Elanco



Mínimo impacto ambiental



100 % de incremento en la producción de alimentos del 2010



Uso de la misma cantidad actual de tierra cultivable



70% del incremento en la producción de alimentos deberá obtenerse mediante mejoras en eficiencia de producción



Costos competitivos para los consumidores

METAS GLOBALES 2030 ESTABLECIDAS POR LA ONU

1 ERRADICACIÓN DE LA POBREZA



2 LUCHA CONTRA EL HAMBRE



3 BUENA SALUD



4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



5 IGUALDAD DE GÉNERO



6 AGUA POTABLE Y SANEAMIENTO



7 ENERGÍAS RENOVABLES



8 EMPLEO DIGNO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



9 INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURAS



10 REDUCCIÓN DE LA DESIGUALDAD



11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



12 CONSUMO RESPONSABLE



13 LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO



14 FLORA Y FAUNA ACUÁTICAS



15 FLORA Y FAUNA TERRESTRES



16 PAZ Y JUSTICIA



17 ALIANZAS PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS



THE GLOBAL GOALS
For Sustainable Development

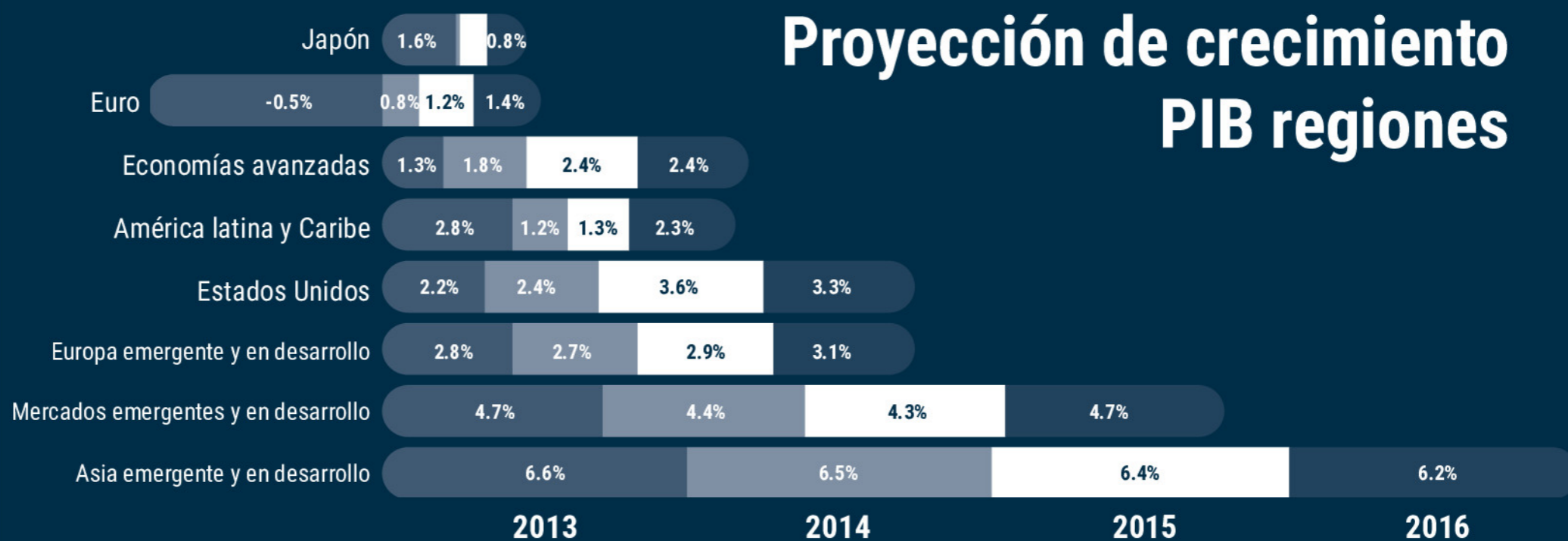
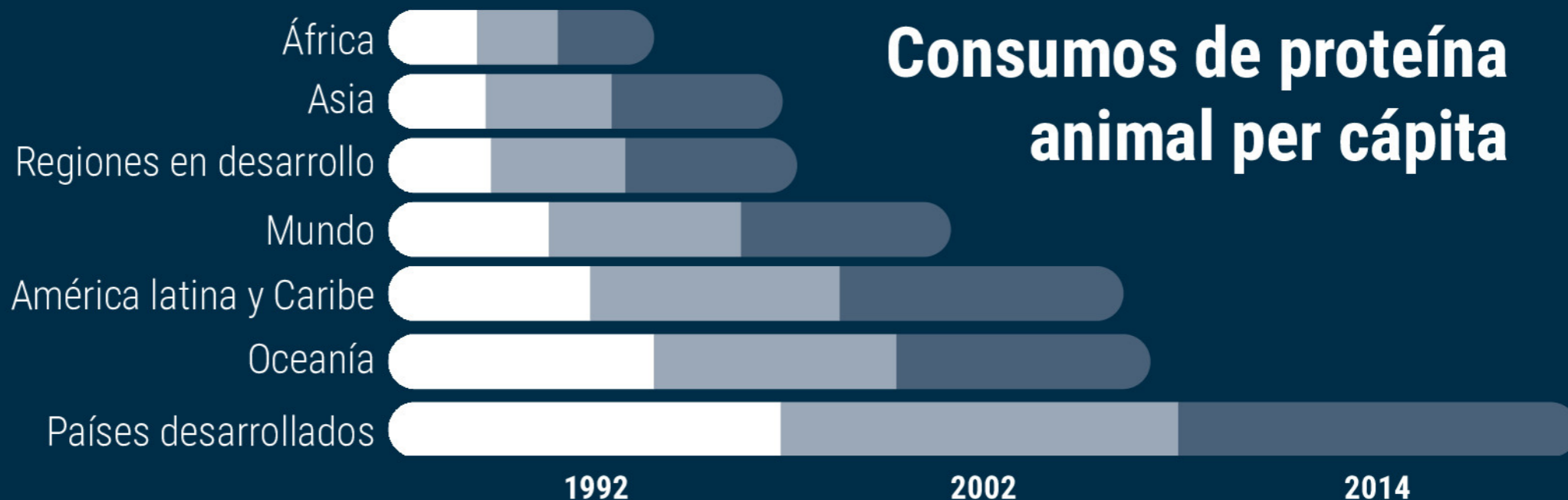
Distribución de clases sociales LA ONU/2012


38%
Pobres

34%
Clase media

25%
Vulnerables

3%
Residual
(Clase A)





**Los consumidores
quieren conocer cada
vez mejor los alimentos
que comen**

🌐 zooinc.mx

📘 facebook.com/zooinc

🌐 [zoo-inc.](https://www.linkedin.com/company/zoo-inc)

ZOOINC

LIBRE DE ANTIBIÓTICOS PROMOTORES DE CRECIMIENTO



LIBRE DE ANTIBIÓTICOS PROMOTORES DE CRECIMIENTO

Top Chain Restaurant Antibiotics Policies & Sourcing Practices*

A							
B							
C							
F							

* Information in this graphic regarding companies' antibiotics policies and/or meat purchasing practices reflects "Reported Information" which comes from companies' responses to the survey, follow up emails, public statements made by the companies, and/or efforts by the report's authors to locate such policies online.

Uso de gallinas libre de jaula

Alsea trabajará con sus proveedores de huevo en todos los países donde opera para promover un abastecimiento de huevo proveniente de gallinas libres de jaula, objetivo que espera lograr para 2025 a más tardar.

Alsea



TENDENCIA

Los consumidores valoran en sus compras la mayor calidad y compromiso con el medio ambiente de los productos y están preocupados por la autenticidad de los alimentos, su origen y procesado. Sustentabilidad medioambiental y efectos sobre la salud.





8 Tendencias de consumo

 zooinc.mx

 facebook.com/zooinc

 [zoo-inc.](https://linkedin.com/company/zoo-inc)

ZOOINC

1 Historias



🌐 zooinc.mx

📘 facebook.com/zooinc

🌐 [zoo-inc.](https://www.linkedin.com/company/zoo-inc)

ZooINC



HISTORIAS

Sobre qué
recuerdan

Sobre lo qué
comparten

Sobre cómo
la gente se
conecta

Sobre cómo
aprenden

🌐 zooinc.mx

📘 facebook.com/zooinc

🌐 [zoo-inc.](https://linkedin.com/company/zoo-inc)

ZooINC

2 Origen



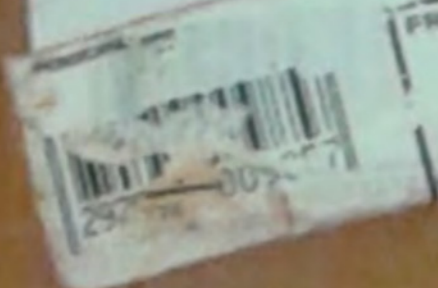
🌐 zooinc.mx

📘 facebook.com/zooinc

🌐 zooinc.com

ZooINC

POLLOS BUCANERO S.A.
F. EXPIRACION
16 02 2015
FILETE LITE X 3
NETO (KG) 0 985



PRECIO TOTAL
14765

Bucanero

POLLOS

Lite



Procesado por Pollos El Bucanero S.A.
Villagorgona - Candelaria - Valle
Ventas P.BX. 885 3030
COCINE ANTES DE CONSUMIR
INDUSTRIA COLOMBIANA

8 VEN 2402 15L 22515
CONSERVESE REFRIGERADO






3 Multisensorial

 zooinc.mx

 facebook.com/zooinc

 [zoo-inc.](https://linkedin.com/company/zooinc)

ZooINC

REDI-SERVE **FAMILY PACK**

MADE WITH **WHITE MEAT**

BREADED & COOKED

0g TRANS FAT PER SERVING

Chicken Strips

STRIP SHAPED CHICKEN PATTIES

MICRO-WAVABLE

TO HEAT:
 400° Oven, 5 Minutes
 Microwaves, 50 secs. each 4 strips.
 Deep Fry, 1 Minute or until browned.

Nutrition Facts
 Serving Size 4 Strips (80g)
 Servings Per Container About 17

	% Daily Value*
Total Fat 18g	29%
Saturated Fat 4g	20%
Trans Fat 0g	
Cholesterol 30mg	10%
Sodium 710mg	30%
Total Carbohydrate 13g	4%
Dietary Fiber 2g	8%
Sugars 0g	
Protein 12g	

Vitamin A 2% • Vitamin C 0%
 Calcium 6% • Iron 8%

*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.

INGREDIENTS: WHITE CHICKEN, BREADING AND BATTER (BLEACHED WHEAT FLOUR, WATER, SALT, SUGAR, CONTAINS LESS THAN 2% OF THE FOLLOWING: YEAST, SPICES, GARLIC POWDER, MONOSODIUM GLUTAMATE, BLENDING PAPRIKA, FLAVORINGS), WATER, CHICKEN SKINS, TEXTURED SOY PROTEIN CONCENTRATE, CONTAINS LESS THAN 2% OF THE FOLLOWING: SALT, SODIUM PHOSPHATE, MONOSODIUM GLUTAMATE, HYDROLYZED CORN PROTEIN, ONION POWDER, SPICES, FLAVORINGS, NONFAT DRY MILK, CONTAINS SOY, WHEAT, MILK.

NET WT. 28 OZ. (1 LB. 12 OZ.)

70575 57732

PREVIOUSLY HANDLED FROZEN FOR YOUR PROTECTION. REFREEZE OR KEEP REFRIGERATED. REDI-SERVE, FORT ATKINSON, WI 53538

RSRV FP CHKN STRIP 577

UNIT PRICE PER POUND **2.58** 28 OZ.

SALE PRICE 2/9.00

070575 57732 094721

.99 Savings REFLECTED IN SALE PRICE ABOVE

4 Calidad, sustentable, local.



 zooinc.mx

 facebook.com/zooinc

 [zoo-inc.](https://linkedin.com/company/zooinc)

ZOOINC



5 Aquí y ahora



 zooinc.mx

 facebook.com/zooinc

 [zoo-inc.](https://linkedin.com/company/zooinc)

ZooINC

EMBUTIDOS
ISAMISA

200 g

PRES

En tan solo 2 minutos
listo para servir ¡PRU

INSTRUCCIONES AL REVERSO DEL EMP

NOW!

Resealable



EGG-LAND'S BEST

Hard-Cooked Peeled Eggs

Tasty, Nutritious • Convenient-Ready to Eat

GREAT TASTING!
Can be part of a nutritious diet.



KEEP REFRIGERATED AT 36°-40°F
6 MEDIUM EGGS
NET WT 9.3 OZ. (264g)



EGG-LAND'S BEST

Hard-Cooked Peeled Eggs

Tasty, Nutritious • Convenient-Ready to Eat

GREAT TASTING!
Can be part of a nutritious diet.



KEEP REFRIGERATED AT 36°-40°F
6 MEDIUM EGGS
NET WT 9.3 OZ. (264g)



6 Entretenido





7 Mi salud





8 Ego 8 alimentos



1 UNIDAD SAZONADO Y LISTO PARA COCINAR
Contenido Neto 1.4 Kg

POLLO RELLENO

POLLO DESHUESADO, RELLENO CON JAMÓN, TOCINO AHUMADO, QUESO Y PIMENTÓN.

Go Chef

DISFRUTA MÁS, COCINA MENOS



PERDUE

Original

CHICKEN BREAST

Cutlets

4 breaded cutlet shaped
breast patties with rib meat

SELL BY FEB 07 2015 3 10514243



Made with only
White Meat Chicken

No Fillers



- Our Chickens Are Raised
- ✓ On An All Vegetarian Diet
 - ✓ With No Animal By-Products
 - ✓ Cage Free

No Hormones or Steroids Added†



200
CALORIES

PER CHKN CUTLET

UNIT PRICE
PER POUND **7.32**

YOU PAY

5 49



NET WT.
12 OZ. (340g)

GENERACIONES

Análogos

Baby Boomers



1946 - 1964

Hijos de la 2da Guerra Mundial

En 2015: 51 a 59 años

Inmigrantes Digitales

Generación X



1965 - 1979

Juventud de los 80's

En 2015: 36 a 50 años

Nativos Digitales

Generación Y



1980 - 2000

Millennials

En 2015: 15 a 35 años

Generación Z



2001 - 2010

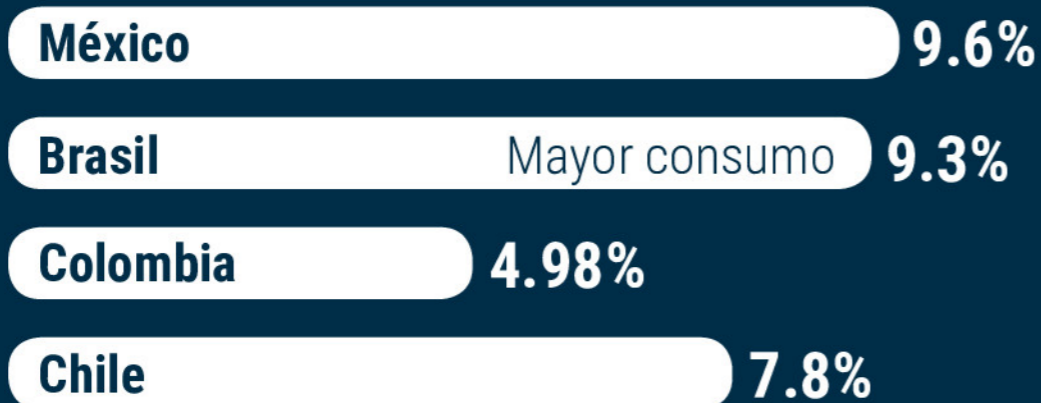
Generación internet

En 2015: 5 a 14 años

PRODUCTOS SALUDABLES

Datos NIELSEN

La tendencia es crecimiento en el consumo, especialmente en Brasil y México



Mayor gasto comparado a total de la población

17%

Representan el 17% de la canasta del hogar Latinoamericano



México aprobó un impuesto por cada litro de gaseosa en el 2013



Chile aprobó reglas de labeling que exigen que los fabricantes pongan avisos de advertencia en las etiquetas del alimento que tenga alto nivel de azúcar, sal, calorías o grasa.



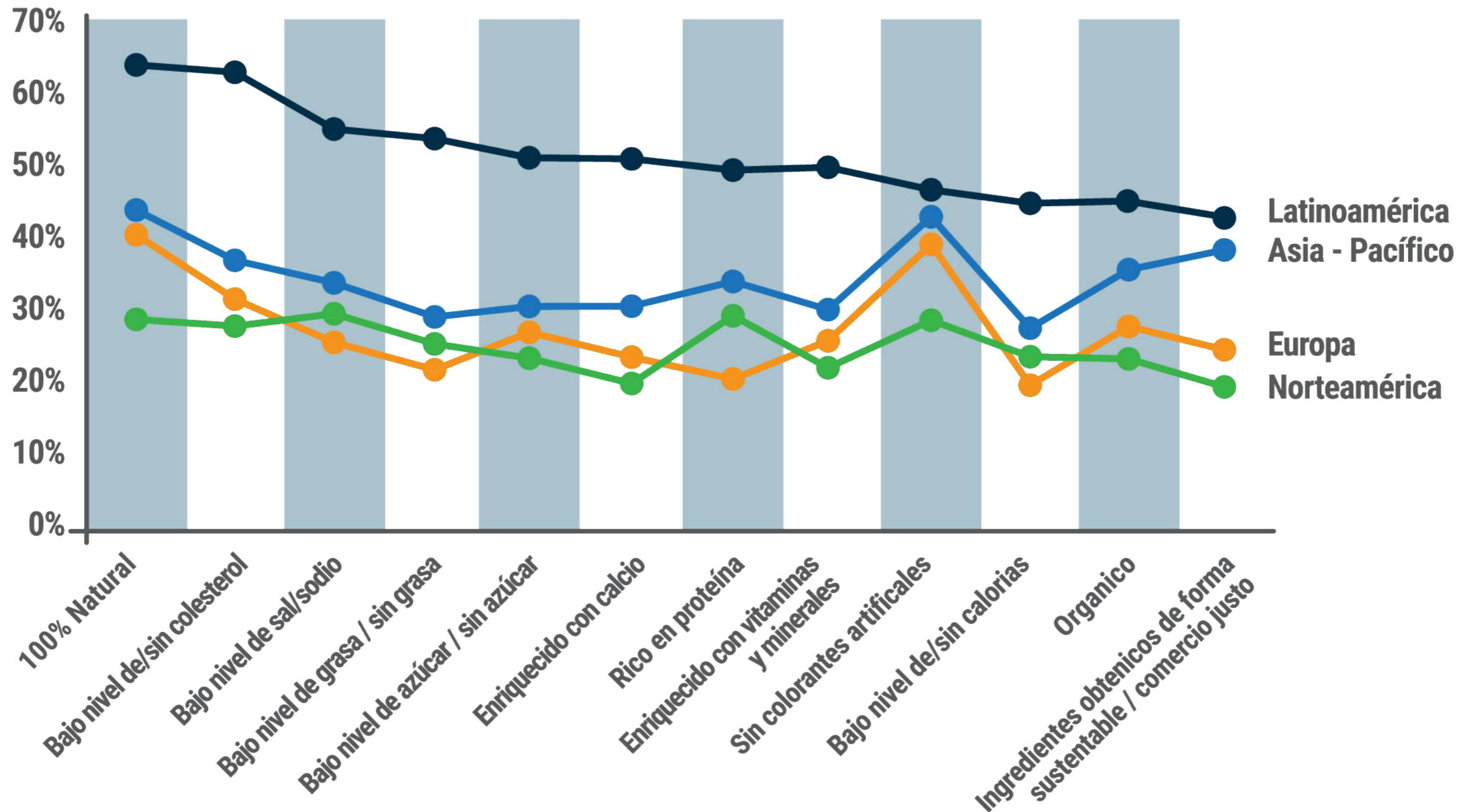
Los Millennials representan 1/3 de los consumidores

Han sido afectados por la crisis financiera y de vivienda, y han sobrevivido a través de la deuda, los préstamos a estudiantes y el desempleo. Los millennials son tecnológicos, diversificados y siempre están conectados. Atraídos por las redes sociales.

VISIÓN DEL CONSUMIDOR

TENDENCIAS EN ALIMENTO SALUDABLE

Fuente: Panel Global Nielsen - Ene 15 Atributos más importantes para la compra
En Latinoamérica todos los atributos fueron evaluados arriba del promedio global





Centrarse en la frescura

La característica de Subway es un sándwich con vegetales frescos cortados a mano diariamente.

Baby Boomers y Millennials representan el 38% y 35%, respectivamente, de los compradores de productos frescos (IDDBA, 2014).

Latinoamericanos gastan una mayor proporción de su presupuesto en alimentos frescos (Packaged Facts, 2012).

 zooinc.mx

 facebook.com/zooinc

 [zoo-inc.](https://linkedin.com/company/zoo-inc)

ZooINC



Así comeremos el próximo año: Lo que estará de moda en 2017

- Snacks entre horas, en todas las edades.
- Comprar comida online, servicio a domicilio
- Supermercados, los nuevos espacios para socializar
- Alimentos fermentados
- Comida y bebida artesanal
- Etiquetas con más información nutricional
- Generación Z y alimentos precocinados saludables

Algunos RESULTADOS de iniciativas exitosas de educación alimentaria y nutricional:

LOS CONSUMIDORES

comprenden sus necesidades alimentarias, reconocen información errónea y toman mejores decisiones en el día a día

PADRES

mejoran sus conocimientos y habilidades relacionadas con la alimentación, para dar a sus hijos un comienzo saludable en la vida

LAS ESCUELAS

saben cómo proporcionar comidas y refrigerios saludables a sus estudiantes

LAS FAMILIAS

preparan comidas balanceadas y nutritivas, de forma segura e higiénica

Planean, seleccionan y preparan comidas saludables que están dentro de su presupuesto

LAS PERSONAS

disfrutan preparando y consumiendo preparaciones y recetas más saludables

PRODUCTORES DE ALIMENTOS

son apoyados para producir y mercadear opciones más saludables

LOS GOBIERNOS

trabajan para integrar la educación alimentaria y nutricional en las políticas nacionales

LAS COMUNIDADES

hacen mejor uso de sus alimentos tradicionales y locales

LEGISLADORES

comprenden la necesidad de restringir la publicidad de alimentos poco saludables dirigida a niños



Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura

<http://www.fao.org/nutrition/educacion-nutricional/es/>



0064s/1/05.16.



All Natural

CHICKEN GIZZARDS & HEARTS
MOSTLY GIZZARDS

*NO ARTIFICIAL INGREDIENTS
MINIMALLY PROCESSED
PRODUCT OF USA
KEEP REFRIGERATED OR FROZEN




PRICE PER LB.	1.99	1.32	NET WT./LB.	3534	SEL BY	JAN 3 15
			5045		1531	
			9563512		0.06	
			MEAT DEPT.			
			TOTAL PRICE \$		2.63	
			P-806			

T7/11088218 Htchd, Raisd, Hrvstd-USA



DUPLICACIÓN DE CONOCIMIENTO





“Las innovaciones que son guiadas por los pequeños agricultores, adaptadas a las circunstancias locales y sostenibles para la economía y medio ambiente, serán necesarios para garantizar la seguridad alimentaria en el futuro”

-Bill Gates

Gracias

alejandro@zooinc.mx



ZooINC

