



THE INSIDER

MÉXICO & LATAM. EDICIÓN NO. 56

Durante mucho tiempo, la conversación sobre la carne de res ha estado dominada por los mismos protagonistas: los cortes más conocidos y las categorías premium. Sin embargo, en un mercado que exige eficiencia, creatividad y adaptación a distintos canales, el verdadero valor comienza a construirse cuando se amplía la mirada.

Hoy, el reto no es solo vender buenos cortes, sino desarrollar propuestas inteligentes que respondan a distintos momentos de consumo, estructuras de costo y expectativas de mercado. Esto implica repensar el portafolio, identificar oportunidades más allá de lo tradicional y aprovechar mejor cada parte de la canal.



UN NUEVO CAPÍTULO EN RETAIL

Hablar de valor inteligente y de ampliar la mirada solo tiene sentido cuando esas ideas se materializan en el punto de venta. En México, ese ejercicio es una realidad. Recientemente, un nuevo portafolio de carne de res canadiense llegó por primera vez a 42 tiendas de Costco México, proveniente del establecimiento No. 38 en Brooks, Alberta. Esta incorporación no responde a una lógica de volumen, sino a una selección estratégica de cortes que permiten construir una oferta más completa, equilibrada y adaptable a distintos momentos de consumo.

El lanzamiento incluyó siete cortes que combinan referentes clásicos con opciones que amplían las posibilidades del consumidor y del canal retail:

- RIB EYE Canada PRIME
- STRIPLOIN Canada PRIME
- SHORT LOIN Canada AAA
- PORTERHOUSE Canada AAA
- ARRACHERA OUTSIDE Canada AAA
- SHORT RIB rebanado Canada AAA
- TERES MAJOR Canada AAA

Más que una novedad aislada, esta llegada refleja cómo la carne canadiense se posiciona a través de portafolios bien pensados, donde cada corte cumple una función específica: desde experiencias premium hasta propuestas versátiles y de alto rendimiento.

Así, el concepto de diversificación deja de ser una idea y se convierte en una experiencia tangible para el consumidor mexicano.



DEL ANAQUEL AL ORIGEN: MISIÓN COMERCIAL



Para que nuevas propuestas se desarrollen en el mercado, es fundamental que los socios comerciales comprendan el producto desde su origen y conozcan las herramientas disponibles para su correcta implementación.

En agosto, se llevó a cabo una experiencia orientada a profundizar en el entendimiento de la producción de la carne en Canadá. Durante la misión, se recorrió una planta de procesamiento y se conocieron los procesos que permiten construir portafolios consistentes para distintos canales. Adicionalmente, los participantes visitaron el Centro de Excelencia de Canada Beef, espacio donde se desarrollan recursos, materiales, contenido educativo, guías de uso y herramientas a disposición de socios comerciales.



PRESENCIA EN EXPERIENCIAS GASTRONOMICAS Y CULTURALES



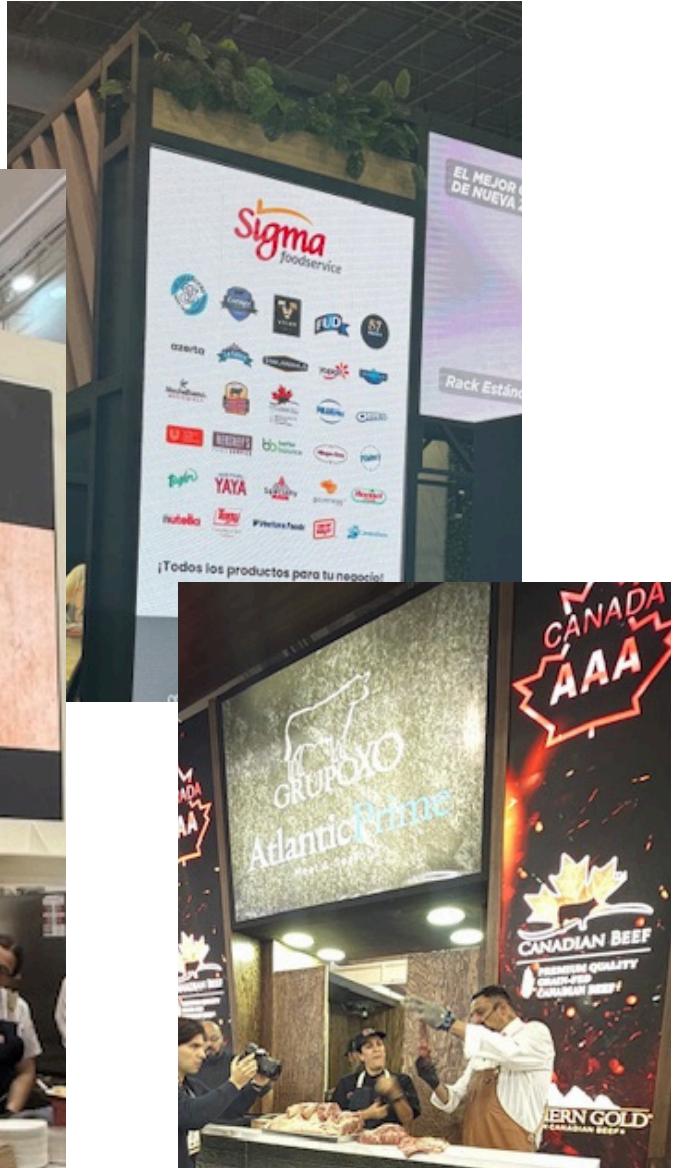
La construcción de una propuesta sólida de portafolio se refleja también en cómo el producto se vincula con momentos de estilo de vida y experiencias de consumo fuera del punto de venta tradicional.

En ese espíritu, Canada beef se sumó como patrocinador a uno de los eventos enogastronómicos más relevantes del norte del país: el Festival de la Vendimia en Vinícola Parvada, ubicada en Parras de la Fuente, Coahuila.



Este festival, celebrado al aire libre entre viñedos y jardines, se ha consolidado como un evento de alta afluencia dentro del calendario regional. La noche estuvo marcada por la presentación estelar de Grupo Intocable, que ofreció un espectáculo musical que acompañó la degustación de vinos y propuestas culinarias entre los asistentes. La participación de Canada Beef generó conexiones significativas con públicos que valoran la calidad, experiencia e innovación.

ABASTUR 2025



Canada Beef reforzó su presencia en ABASTUR 2025, la plataforma más importante para el sector HORECA en México y Latinoamérica, a través de colaboraciones estratégicas con algunos socios comerciales y distribuidores clave. La feria se realizó del 27 al 29 de agosto en el Centro Banamex en CDMX y reunió a más de 20,000 compradores calificados en un piso de 30,000 m².

La participación de Canada Beef se activó mediante espacios de apoyo, vitrinas de producto y presentaciones especiales a cargo de los chefs embajadores de la organización., integrando cortes y soluciones de carne canadiense dentro de plataformas ya consolidadas con compradores profesionales. Esta presencia se desarrolló particularmente con el respaldo de distribuidores mayoristas como Qualtia y Sigma Foodservice, así como a través de colaboraciones especiales dentro de los espacios de CAVIMEX y RATIONAL, ampliando el alcance hacia tomadores de decisión en cocina profesional y equipamiento.