

**MEMORIA  
IPCVA**

**SEPTIEMBRE 2004 / DICIEMBRE 2005**

Estimados miembros de la Asamblea de Representantes, es muy grato para el IPCVA, presentar hoy, ante Uds. la Memoria y el Balance del ejercicio cerrado el 31 de Diciembre del 2005, así como también el Presupuesto para el año 2006.

En la referente a Memoria y Balance, el período comprendido para el informe es del 1 de Septiembre del 2004 al 31 de Diciembre de 2005, por tratarse este de un período irregular de 16 meses de acuerdo a lo que aprobare la Asamblea de Representantes del 30 de Noviembre del 2004.

Hemos dividido la memoria en siete secciones para facilitar la lectura y búsqueda de temas por categoría de inversión.

En la referente al Presupuesto para el año 2006, el mismo ha sido elaborado teniendo en cuenta el Plan Estratégico 2006 – 2010 que fuese consensuado por toda la cadena a través de ocho talleres, que en forma mensual, se desarrollaron para su elaboración y que se adjunta a esta.

El Plan Operativo Anual (POA) 2006, ha sido construido dentro del esquema de Marco Lógico y responde al cumplimiento de los cinco Objetivos Fijados por el Plan Estratégico, no obstante la propuesta requerirá la aprobación de acciones puntuales por el Consejo de Representantes a lo largo del año.

## **INSTITUCIONAL**

En el año 2004, el proyecto de modificación de la Ley 25.507 movilizó a toda la cadena de la carne hacia el Congreso Nacional, numerosas reuniones y gestiones se llevaron a cabo con el fin de manifestar la inconveniencia de esta iniciativa que cercenaba las atribuciones que la ley le otorga al Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina. Afortunadamente toda la cadena se hizo presente en la Honorable Cámara de Diputados, donde fueron atendidos por la Comisión de Comercio, pudiendo en esta ocasión, los Presidentes de las Entidades exponer sus razones en defensa de la actual Ley y manifestar la inconveniencia de su modificación. Finalmente la propuesta no progresó, permitiendo continuar con la tarea que la ley le encomendara.

Organizado por la OPIC (Oficina Permanente Internacional de la Carne) y el Bord Bia – Irish Food Board, los días 14 y 15 de Octubre del 2004, se llevó a cabo en, Dublín, Irlanda, el IV Workshop de Marketing y Comunicaciones, donde se expusieron 34 experiencias internacionales de promoción interna de carnes, al mismo, concurrió el Presidente del IPCVA.

Dentro del marco de colaboración con el Estado y coordinado desde la Comisión de Coordinación de Estrategias de Mercados, se mantuvieron reuniones en EEUU tendientes a acelerar la apertura de ese mercado. El segundo viaje organizado a tal efecto se hizo coincidir con la reunión de medio año del MICA (Meat Importers Council of America), del cual el Instituto es miembro. Un tercer viaje, coincidente con

la Worldwide Food Expo de Chicago, organizada por el AMI (American Meat Institute), contribuyó a mantener el tema de apertura de mercado en el tapete; en los viajes se realizaron entrevistas con funcionarios del USDA, del APHIS, del Senado, con asociaciones de productores e importadores, contando siempre con el apoyo invaluable de la Embajada Argentina en Washington, con destacada actuación del Sr. Embajador Octavio Bordón y del Agregado Agrícola José Molina.

Con el objeto de reforzar aun más las acciones, el Consejo de Representantes, aprobó la contratación de una importante firma de abogados (Hogan & Hartson), quien estará a cargo de realizar tareas de gestión y seguimiento para la re-apertura del mercado estadounidense. Esta firma inició su trabajo en el mes de Noviembre del 2005, luego de acordar mediante tele conferencias y una reunión en sus oficinas de Washington con el Presidente, Gerente y el Asesor legal del IPCVA, los detalles de las tareas encomendadas.

Aceptando una invitación del SENASA al IPCVA, se integró y comenzó a participar en las reuniones de la Comisión Nacional Asesora en Carne Bovina, con la representación del Vicepresidente del Instituto como titular y de la Gerencia en el rol de suplente.

Con el convencimiento que la interacción público privada y la colaboración recíproca, genera sinergias virtuosas, se firmó un Convenio Marco con la Secretaría de Turismo de La Nación, para realizar tareas de promoción en terceros países. Hay decisión del Consejo de Representantes que la Marca Producto (carne Argentina) trabaje estrechamente ligada a la Marca País, por lo que se están acordando múltiples acciones conjuntas como la presencia en revistas de aerolíneas, en ferias internacionales, eventos promocionales y otras.

Como parte de la política Institucional de acercar saber técnico y científico al organismo, se firmó un Convenio Marco con la Universidad Católica Argentina, el que dio lugar a una carta acuerdo para realizar un estudio sobre escenarios del mercado de carne vacuna, estudio que culminó con la publicación de un libro, al que se hace mención en otro apartado de esta memoria.

En la misma línea de ideas, se asistió a la reunión de la Plataforma Tecnológica de Carnes de PROCISUR en Montevideo, el 4 de marzo de 2005, con vistas a formalizar un acuerdo de colaboración y participación con dicha Plataforma Tecnológica.

La firma de un acuerdo con la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) permitió contar con apoyatura técnica para el desarrollo de los Talleres del Plan Estratégico. Metodología, coordinación, compilación, conocimiento técnico y calidez humana fueron aportados para el logro del primer Plan Estratégico Plurianual.

Se participó en una reunión con la Misión de la Comisión Europea en marco del Proyecto “Armonización de normas y procedimientos veterinarios y fitosanitarios, inocuidad de alimentos y producción agropecuaria diferenciada”.

El IPCVA participó en la Conferencia Internacional sobre Calidad de Carne Vacuna, realizada en Edimburgo los días 20 y 21 de junio de 2005, las conferencias permitieron conocer los avances de investigación sobre calidad de carne vacuna y alternativas de

aprovechamiento económico, contribuyendo a establecer nexos entre investigadores y técnicos internacionales con el IPCVA.

Ante la clara necesidad de aumentar la oferta ganadera, y la ausencia de un Plan Ganadero Nacional, el Consejo de Representantes decidió brindar apoyo a los Planes Ganaderos Provinciales, colaborando con las provincias que teniendo planes ganaderos, manifiesten su interés en trabajar conjuntamente, el aporte del IPCVA es en el área de difusión de Buenas Prácticas Ganaderas. Hasta el momento, se han firmado los siguientes convenios de apoyo a los Planes Ganaderos Provinciales:

- Convenio Marco con la Provincia de Santa Fe
- Convenio Marco con la Provincia del Chaco.
- Convenio Marco con la Provincia de Buenos Aires.
- Convenio Marco con la Provincia de Salta.
- Convenio Marco con la Provincia de La Pampa.

Quedando pendientes próximos a firmas el Convenio con la Provincia de Santiago del Estero y con la Provincia de Neuquén.

Invitado especialmente por el IPCVA, visitó nuestro país el Dr. Jean-Luc Meriaux, Secretario de la Unión Europea para el Comercio de la Carne, quien fue llevado por el Instituto a visitar la muestra predial de Palermo, las instalaciones de remates de Liniers, frigoríficos y campos de producción. El Dr. Meriaux brindó una excelente prospectiva del futuro del mercado de carne bovina en Europa, que fue aprovechada por los asistentes a los talleres del IPCVA y público en general.

El Presidente, Sr. Arturo Llavallol, participó de la reunión de la OPIC realizada en Roma, los días 12 y 14 de octubre de 2005, donde la crisis desatada por la aftosa en Brasil y las oportunidades del mercado internacional, fueron los temas centrales. Luego de la cual, asistió al Seminario “La Red Italia-América Latina” organizado por el Instituto Italo-Americano, en la ciudad de Milán.

El Consejo de Representantes decidió asociar al Instituto a dos importantes organizaciones profesionales, cuyos miembros generan valiosos aportes a la cadena, ellas son: la Asociación Argentina de Economía Agraria y la Asociación Argentina de Producción Animal.

Representantes de la Meat & Livestock Comisión, visitaron nuestro país, brindando el IPCVA, soporte logístico para algunas de sus actividades, manteniendo una reunión conjunta para el intercambio de informaciones el día 31 de Octubre de 2005.

## **ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS**

### **- Control de la Recaudación:**

Durante el año 2005, se lograron mejoras en los circuitos administrativos de SENASA, a efectos de obtener mayor calidad en la información de recaudación. Esto se consiguió trabajando en conjunto el IPCVA y los sectores del SENASA que intervienen en todos los procesos vinculados a la emisión de los DTA hasta su rendición a Tesorería y posterior depósito al Instituto, de los aportes de los productores.

Como ejemplo de algunas de las mejoras logradas, se puede mencionar la apertura de una nueva cuenta bancaria de aquel organismo, con el objeto de ser utilizada exclusivamente para el ingreso de los aportes al IPCVA. Esto fue posible después de varios meses de gestiones ante la Tesorería Gral. de la Nación, para obtener su aprobación.

Por otra parte, en lo referente al control de recaudación de los aportes de la Industria, se ha sistematizado el proceso de emisión de boletas de pago.

Se reemplazaron las boletas preimpresas por otras que emite directamente cada aportante por medio de un software especialmente desarrollado para tal fin. Esta nueva boleta emite un código de barras con gran cantidad de información que finalmente procesa el banco por medio de lectura electrónica.

Para la ONCCA, este es un cambio de gran importancia ya que reemplazó el método de ingreso manual de los datos de cada boleta, por información magnética recibida directamente de Banco Nación, eliminando así, la posibilidad de errores humanos de ingreso de datos. Por último, otro punto de gran importancia, es la rapidez con que se obtiene la información, ya que el banco emite los informes de recaudación 24 horas después de recibidos los depósitos, remitiéndolos diariamente.

Para el IPCVA, este nuevo procedimiento tiene la ventaja de contar con mejor y más rápida información de los aportes, y además, se eliminó el costo de impresión de boletas.

En cuanto a la mejora en la gestión de recaudación, durante el ejercicio 2005, se han concedido planes pago a varios establecimientos de la industria frigorífica, a fin de que pudieran regularizar deudas con el Instituto.

### **-Finanzas:**

Durante el año 2005 se ha conseguido un mayor rendimiento financiero de los fondos excedentes del ejercicio anterior, invirtiendo los mismos en plazo fijo con retribución variable, en Banco Nación.

Asimismo, se abrieron dos nuevas cuentas en sucursales del exterior del Banco Nación. Una en Euros en la ciudad de Madrid y otra en Dólares Estadounidenses en la ciudad de Miami, ambas con el Banco de la Nación Argentina. Esto se hizo con el objetivo de cubrir en moneda local, los compromisos contraídos con proveedores del exterior por

contrataciones de servicios de promoción en Europa y EEUU, y evitar los costos ante posibles fluctuaciones en el tipo de cambio de las monedas.

## **COMUNICACIONES Y PRENSA**

Se diseñó la página web del Instituto, el boletín informativo impreso, la carpeta institucional y el video que presenta el trabajo de la cadena y del IPCVA dentro y fuera del país.

El boletín informativo impreso, que se edita bimestralmente, comunica las acciones en marcha, presenta notas de opinión e incluye un informe económico con los ingresos y egresos del Instituto. Los contenidos son supervisados por un comité editorial en el que se encuentran representados la industria, la producción y los consignatarios. A diciembre de 2005, la tirada del boletín ascendía a cincuenta mil (50.000) ejemplares, distribuyéndose en forma personalizada entre productores de todo el país, instituciones que componen el IPCVA y oficinas del SENASA.

Por primera vez, se generó un banco de imágenes de toda la cadena de ganados y carne. Además, se realizaron producciones fotográficas especiales de cortes de platos elaborados con carne vacuna y se trabajó con una ecónoma, quien aportó recetas y material para el montaje de las escenas fotográficas.

La página web [www.ipcva.com.ar](http://www.ipcva.com.ar) fue diseñada con un criterio de comunidad (tanto hacia la cadena cárnica como hacia el exterior) y posee contenidos fijos y variables o renovables según el área. Contiene una biblioteca multimedia, buscador temático, suscripción al newsletter –que se edita mensualmente- y una sección especial con información para la prensa. La página puede visualizarse en español e inglés. También contiene información vinculada a la visión, objetivos, rol y acciones, miembros y entidades que componen el IPCVA, trabajos de investigación y links de interés. Desde la web también puede descargarse la versión digital del boletín informativo y fotos de la cadena de ganados y carnes.

Para la participación en ferias y eventos se diseñaron distintas láminas de cortes vacunos para consumo interno y externo y se reimprimió la primera lámina de cortes de la historia argentina, realizada por la Junta Nacional de Carnes en 1948.

Se trabajó en la re-edición del nomenclador de cortes de carne vacuna de la Argentina.

Se realizó un concurso fotográfico “Carne vacuna argentina, la mejor carne del mundo”, organizado por el Foto Club Buenos Aires, en los meses de noviembre y diciembre de 2004.

Se aprobó la realización de dos libros a cargo del periodista Daniel Raffo sobre la historia de la producción ganadera y de la industria frigorífica. Cada volumen, que será editado en español y castellano, tendrá una extensión de 170 páginas.

Se aprobó la realización de un ciclo de documentales en video en conjunto con el Grupo Sembrando Federal. Estos videos abarcarán diversos temas, como el trabajo del IPCVA y otros institutos similares en el mundo, calidad de carne, bienestar animal, propiedades

nutracéuticas de la carne vacuna argentina, sanidad de toros, mercados y marketing, etc. Se preparó un video de Bienestar Animal, primero de la serie de cinco oportunamente pautada con los dueños del multimedio Sembrando Satelital.

Se participó en la revista EUROCARNI –una de las más prestigiosas de la industria cárnica de la U.E.- con dos informes de cinco páginas sobre la carne vacuna argentina, además de gestionarse notas periodísticas y publicidades en otros medios especializados del exterior.

Para la participación en ferias, eventos y congresos se confeccionaron folletos informativos sobre los beneficios de la carne vacuna argentina y las actividades que lleva adelante el IPCVA dentro y fuera del país.

Una de estas series de materiales de difusión e incluyó la realización de siete folletos basados en los trabajos específicos acordados con la Sociedad Argentina de Pediatría y la Asociación de Dietistas y Nutricionistas Dietistas Argentinos.

La serie de folletos institucionales incluyó el diseño de diez modelos distintos con actualizaciones en la información a lo largo del 2005.

También se confeccionaron recetarios para entregar en las ferias y eventos públicos donde se participó, así como también un desplegable con los principales resultados del Primer Mapa del Consumo de Carne Vacuna Argentina, estudio realizado por la Consultora TNS-Gallup por encargo del IPCVA.

Se participó, tanto publicitariamente como con informaciones y notas de opinión, en las publicaciones más representativas del sector, con llegada a productores, frigoríficos y también de distribución internacional.

En ese sentido, se realizó un intenso trabajo de prensa y posicionamiento del IPCVA entre los periodistas -tanto del sector como extrasector- en el país, y se llevaron a cabo gestiones con periodistas internacionales, especialmente los de Chile, donde se llevó a cabo la segunda campaña de promoción de la carne vacuna argentina. El IPCVA también invitó a destacados periodistas de la Argentina a la presentación de la campaña en el país trasandino, quienes la reflejaron en medios masivos nacionales.

Se participó en un micro radial “Todo con Afecto” de Alejandro Apo, que se emite a través de Radio Continental AM 570 hacia todo el país.

Se contrataron pautas publicitarias en el grupo Infomedia: suplemento Infocampo del diario Infobae –con edición simultánea en diarios del interior-, Radio Belgrano e Infocampo TV, donde se organizó un concurso de cortes vacunos y se emiten micros del IPCVA; El Federal donde se realizó un concurso de recetas.

Se auspició el Instructivo de Movimiento de Hacienda de la Provincia de Buenos Aires desarrollado por la Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado, el Centro de Consignatarios de Productos del País y el Centro de Consignatarios Directos de Hacienda.

Se realizó un video con Los Pumas para el programa especial de la Fundación Favaloro que se emitió a través de Canal 7 hacia todo el país.

Se realizó un video clip de cinco minutos de duración sobre carne y deporte, con imágenes de Los Pumas, la Selección Argentina de Básquet y las tomadas durante el Gran Premio Carne Argentina del TC, en idioma español e inglés.

Se realizaron notas y pautas publicitarias en el “El Diario de La Rural”, editado por La Razón y Diario Clarín con motivo de la Exposición Palermo 2005, del cual se entregaron veinte mil ejemplares cada uno de los días que duró la muestra. El contenido periodístico de dicho suplemento también se publicó en el Suplemento Argentina Exporta, que se edita en los diarios Clarín y La Razón y fue reeditado y traducido para diarios de Brasil y China.

De acuerdo a los contratos de sponsoreo firmados por el IPCVA, se desarrolló una estrategia publicitaria y de difusión que incluyó la realización de materiales de promoción para distintos test match de Los Pumas, las carreras del TC en las que el IPCVA entregó trofeos y los partidos de la Selección Nacional de Básquet. Previo a estos eventos, se publicaron avisos en los diarios La Nación, Clarín y Olé, además de otros medios especializados. En el caso de los Pumas, el slogan de la campaña fue “Los Pumas Comen Carne”. También se desarrollaron spots televisivos por las diferentes transmisiones televisivas y radiales.

A lo largo del año se publicitó la página web del IPCVA en distintos medios específicos, pasando la navegación de poco más de mil (1.000) visitas en marzo de 2005 a casi cinco mil (5.000) en diciembre del mismo año. En tanto, a fines de 2005, se registraban casi siete mil (7.000) suscriptos al newsletter.

Para las acciones que se llevaron a cabo en el exterior, se diseñaron y realizaron los siguientes materiales:

- Tríptico de mesa en inglés e italiano para semana de la carne argentina en Italia.
- Láminas de promoción para Finlandia.
- Carpeta institucional, folletería, video y guía del exportador en chino para la Sial de Shangai.
- Carpeta institucional, folletería, video y guía del exportador en alemán para la feria Anuga, que se llevó a cabo en la ciudad de Colonia.
- Carpeta institucional, folletería, video y guía del exportador en alemán para la feria Anuga, que se llevó a cabo en la ciudad de Colonia.
- Carpeta institucional, folletería, video y guía del exportador en inglés para la feria IFE de Londres.
- Carpeta institucional, folletería, video y guía del exportador en ruso para la Feria World Food de Moscú.

Además, el video institucional fue traducido al italiano y al francés, confeccionándose un DVD que incluye versiones en 7 idiomas, con el objetivo de ser enviado a las embajadas argentinas en el exterior.

Se desarrolló material promocional, tanto para eventos dentro del país como el exterior y obsequios a personalidades y periodistas internacionales, desde lapiceras hasta cajas de madera labrada con el logo en bajorrelieve conteniendo un kit de cocina (delantal, gorro y repasador). También se realizaron saleros, set de parrillero con utensilios, gorros, caja con libro “Los Gauchos” de Aldo Sessa personalizado por el IPCVA, etc.



Todos estos productos llevaron la marca distintiva Carne Argentina o Argentine Beef, según el mercado para el que estuvieran desarrollados.

En base a los acuerdos firmados con los Planes Ganaderos provinciales, se desarrollaron materiales específicos para gráfica (avisos, folletería, láminas), radio (spots y frases) y televisión (cortos publicitarios) que fueron difundidos en Buenos Aires, Chaco y Santa Fe.

Tanto a fines de 2004 como a fines de 2005 se diseñaron almanaques de pared y de mesa para su envío a entidades, productores, frigoríficos y carnicerías de todo el país. La edición 2005 del almanaque de pared fue de cien mil (100.000 ejemplares), diseñándose dos modelos diferentes, uno con una pieza de la campaña de promoción interna “La carne nos hace fuerte”, y otro con los principales cortes de consumo interno.

## **PROMOCION INTERNA**

Con la necesidad de generar conocimiento para planificar con mayor certeza, se llevó a cabo una investigación sobre hábito de consumo, generando lo que podríamos llamar: “Primer Mapa de Consumo de la Carne Vacuna Argentina”.

Este estudio de mercado, desarrollado en forma conjunta con la Consultora TNS – Gallup fue la primera investigación de esta índole realizada en Argentina y demuestra la forma en que la carne vacuna está posicionada en nuestra sociedad.

El trabajo se desarrolló en dos etapas, realizándose en la primera un estudio exploratorio cualitativo acerca del consumo de carne. Se conformaron 16 focus groups con hombres y mujeres de 14 a 55 años de edad, de nivel socioeconómico C amplio y D1, en Buenos Aires, Córdoba, Rosario y Mendoza.

En una segunda etapa se llevó a cabo un estudio ómnibus, evaluando en una muestra de 1100 casos, el consumo individual de carne vacuna en la población de 14 años y más en todo el país. Paralelamente se estudió en una muestra de similar cantidad de casos, los hábitos de consumo y compra de carne vacuna a nivel de hogares. Para ello, se entrevistó a decidores de compra de alimentos en el hogar en Buenos Aires, Córdoba, Rosario, Mendoza, Tucumán, Corrientes y Neuquén/ Plottier.

Es importante destacar que el relevamiento efectuado en las dos instancias cuantitativas, se concretó con métodos probabilísticos polietápicos, con entrevistas personales domiciliarias representando un nivel de confianza del 95 %.

En cuanto al grado de representatividad de la muestra, el trabajo efectuado a nivel de población, refleja las características de consumo de carnes rojas en el 74 % de la población nacional, mientras que el relevamiento hecho en hogares, explica el comportamiento en prácticamente la mitad de la población (48 %).

El estudio ha resultado sumamente enriquecedor, demostrando entre sus conclusiones la existencia de espacios para trabajar en la valorización del producto, teniendo en cuenta el elevado desconocimiento que existe en torno a algunos cortes cárnicos y sobre las propiedades nutricionales del producto en cuestión. En estos momentos, se está en

instancia de revisión de la prueba de galera de una publicación que presentará los principales resultados de este estudio.

Este trabajo sirvió de base para encarar y profundizar algunas acciones tendientes a generar contenidos relacionados con los atributos de la carne y su rol dentro de una alimentación sana y saludable.

En tal sentido se buscaron alianzas y una mayor interacción con entidades y asociaciones profesionales referentes en la temática. Se logró un Convenio con la Asociación Argentina de Dietistas y Nutricionistas Dietistas con la finalidad de generar folletería impresa y artículos electrónicos para la web del IPCVA. Fruto de esta gestión se autorizó el uso del logo de esta asociación en materiales comunicacionales utilizados por instituto en acciones de contacto con consumidores o potenciales consumidores.

De la misma manera, se trabajó con la Sociedad Argentina de Pediatría (SAP). En este caso el acuerdo permitió disponer de contenidos para el armado de folletos y artículos técnicos que destacan la importancia del consumo de carnes rojas en niños y contar con el logo de la SAP en los mismos.

Al margen de los beneficios directos obtenidos con este tipo de alianzas, se han aprovechado los contenidos generados en algunas acciones de prensa puntuales y se ha difundido material promocional, no solo entre los consumidores o potenciales consumidores sino entre aquellos que son verdaderos formadores de opinión profesional, como ocurrió en el 3er. Congreso Argentino de Gastroenterología, Hepatología y Nutrición Pediátricas, desarrollado en Septiembre en la provincia de Salta.

El proceso de difusión de información de la carne argentina se ha apoyado fundamentalmente en sus beneficios nutricionales, a través de un eje comunicacional que se ha dado en llamar carne y salud, trabajando complementariamente en otros dos ejes: carne y deporte, y carne gourmet. En estos casos, se buscó complementariamente un acercamiento de carácter simbólico con consumidores y potenciales consumidores.

En este sentido, se inició por un lado un proceso a mediano y largo plazo, buscando la construcción de este vínculo entre carne y deporte resaltando la importancia de la inclusión del alimento en la dieta, a partir de su contribución en proteínas, aminoácidos esenciales, hierro, Zn y vitaminas del complejo B.

Esta acción se viene llevando a cabo con profesionales expertos en la materia, de allí la consulta a médicos deportólogos, cardiólogos, pediatras, nutricionistas, etc., demostrando la incidencia del consumo de carnes rojas en el rendimiento deportivo.

Estos contenidos se volcaron en un micro de radio de salud y deporte que se emite los días Sábados por Radio Continental, dentro de uno de los programas de Víctor Hugo Morales. Las notas y reportajes efectuados, se encuentran disponibles en el sitio web [www.ipcva.com.ar](http://www.ipcva.com.ar).

Esta actividad se complementó con la decisión de sponsorrear distintos deportes. En el transcurso de 2005, se auspició el Turismo Carretera, estando presente en la mayoría de las carreras disputadas con carteles en línea de cámara y habiendo inclusive concretado

el “Gran Premio Carne Argentina” el 17 de Julio en el Autódromo de la Ciudad de Buenos Aires y entregado el “Trofeo Carne Argentina” el 2 de Octubre en la ciudad de 9 de Julio.

Asimismo, y pensando en el deporte como vehículo para lograr un acercamiento emocional hacia ciertos segmentos de consumo, es que el IPCVA auspició el Abierto Argentino de Polo y el Gran Premio Carlos Pellegrini y se ha convertido este año en sponsor oficial de los seleccionados argentinos de básquet y de rugby.

Así, en el marco de algunas acciones tácticas encaradas en los eventos en que participaron estos seleccionados, se ha interactuado con el área de comunicaciones del Instituto para que la prensa internacional tome conciencia de lo que significa Argentina como país proveedor de la mejor carne del mundo. De la misma manera, se ha realizado una breve campaña publicitaria a nivel nacional en medios especializados tendiente a reforzar este concepto de carne y salud en ciertos segmentos de la demanda.

El eje de difusión que pone hincapié en las características que hacen de nuestras carnes un alimento gourmet, busca brindar más información referida a los distintos tipos de cortes y a la diversidad que ofrecen desde el punto de vista culinario. Así, permanentemente se educa a los consumidores y potenciales consumidores sobre los diversos cortes que integran la media res. *Se diseñó y se repartió en puntos de venta un almanaque con la lámina de cortes y se entregaron afiches conteniendo esta información en todas las ocasiones en las que el IPCVA ha definido presencia institucional en ferias, exposiciones y otros eventos, incluyendo la 119 ° Exposición Rural de Palermo, visitada durante 2005 por cerca de 1.000.000 de personas.*

Complementando estas acciones se ha buscado educar sobre la versatilidad de nuestras carnes ofreciendo recetas (de propiedad del Instituto) con distintos tipos de cortes, que han sido publicadas en la Revista El Gourmet.com. Además de auspiciar numerosos programas de la señal de televisión de cable El Gourmet, que cuentan con la presencia de reconocidos chefs, se ha tenido presencia marcara a través de un banner colocado en el sitio [www.elgourmet.com](http://www.elgourmet.com), uno de los websites especializados en gastronomía más visitados de América Latina.

Paralelamente se ha dado de alta la página [www.carneargentina.org.ar](http://www.carneargentina.org.ar); página que aspira a convertirse en la referente de la carne argentina, pudiendo encontrar en ella contenido relacionado con cortes vacunos, consejos sobre seguridad alimentaria para el manejo de la carne en la cocina, recetas premium, recetas prácticas y demás concejos para cocinar carne.

Cabe destacar también la participación durante este año de los festejos del Día Internacional del Chef organizado por el Centro de Profesionales de Cocina de Argentina y se ha avanzado con el Instituto Argentino de Gastronomía para desarrollar durante el año 2006 una degustación con actividades de capacitación destinadas a periodistas agropecuarios y gourmets.

El conjunto de acciones desarrolladas a lo largo del año, tuvieron continuidad y coherencia durante los meses de Noviembre y Diciembre del 2005. Así y siempre partiendo de las particularidades del perfil de los consumidores del mercado interno, se planificó y se implementó una campaña publicitaria, que apelando a las virtudes de las

carnes rojas, (alimenta, nutre y fortalece) informara y aclarara a la sociedad en su conjunto la relevancia de la cadena de ganados y carnes en torno a la generación de empleo, su efecto multiplicador y su aporte a la sociedad.

El proceso de marketing comenzó con el fortalecimiento del IPCVA como firmante de los mensajes que se querían transmitir. La presentación en sociedad del Instituto se realizó brindando información sobre la cadena de valor del producto más emblemático de los argentinos, con piezas comunicacionales gráficas que se utilizaron en diarios y revistas, así como en carteleras de vía pública en todo el país. Complementariamente se empleó la radio y en menor medida Internet como medios de comunicación para incrementar la frecuencia de exposición de los mensajes transmitidos.

Los avisos difundidos públicamente fueron chequeados mediante un pre test publicitario llevado adelante con 4 focus groups en trabajo conjunto con la consultora TNS – Gallup y creativos de la empresa Ignis, que colabora en la implementación de esta acción comunicacional.

Las piezas gráficas y radiales utilizadas en la campaña fueron probadas en hombres y mujeres consumidores de carne vacuna con un rango de edades entre los 25 y 55 años, pertenecientes al nivel socioeconómico C amplio. El objetivo fue conocer el grado de comprensión de los mensajes centrales, la efectividad del estilo y tono de la comunicación, el nivel de credibilidad del IPCVA, surgiendo al cabo del ensayo, un conjunto de optimizaciones respecto a cada uno de estos puntos.

De acuerdo a los resultados de esta investigación, la comunicación presentada como información relevante fue percibida como algo objetivo, que sirve como disparador de toma de conciencia de cuestiones que cotidianamente pasan inadvertidas, generando un impacto positivo de la publicidad y contribuyendo a afianzar la imagen del IPCVA en la opinión pública.

La evolución de la campaña fue chequeada por encuestas ómnibus realizadas por la firma TNS-Gallup, con dos mediciones, una en el mes de Noviembre y otra en Diciembre. De acuerdo a los resultados obtenidos, el 9 % de los argentinos recuerdan la campaña de promoción en cuestión. La evaluación de las tres piezas gráficas empleadas “*La carne nutre el empleo*”, “*La carne alimenta la economía*” y “*La carne fortalece la industria nacional*” demuestra que 7 de cada 10 argentinos las evaluaron como positivas.

Continuando en la misma línea de mensajes pero reforzando dentro del concepto de cadena, la importancia del IPCVA por su contribución a la generación de mayor oferta ganadera, la campaña se sostendrá durante los primeros meses del 2006 con el eslogan “*Más vacas, más país*”.

## **AUSPICIOS Y PARTICIPACION EVENTOS Y EXPOSICIONES DEL PAIS**

### ***PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EXPOSICIONES DEL SECTOR***

El IPCVA tuvo, desde Septiembre del 2004 y Diciembre 2005, diversas modalidades de participación en congresos, foros, eventos, ferias y exposiciones de todo el país.

Institucionalmente, participó con stand en las Exposiciones más importantes del sector: Feriagro (San Pedro, 3 al 6 de marzo de 2005), ExpoChacra (San Nicolás, 16 al 19 de marzo de 2005), ExpoChacra Ganadera (Balcarce, 14 al 17 de abril de 2005), el Congreso de Invernada de AACREA (Rosario, 19 y 20 de mayo de 2005), Expoamericarne/Fiar (Rosario, 11 al 14 de mayo), INTA Expone (Santa Fe, 28 al 30 de octubre de 2004, y Tucumán, 3 a 5 de junio de 2006), Merco Carne (Cañuelas, 22 al 25 de septiembre de 2004 y 2005) y la Exposición Rural de Palermo (julio/agosto de 2005 y 2006).

A todos estos eventos concurrió con stands y materiales multimedia especialmente desarrollados para comunicar a los aportantes y al público en general el trabajo del Instituto y las propiedades de la carne vacuna argentina.

Los stands más importantes en cuanto a su concepción y dimensión fueron los de Expochacra, Expochacra Ganadera y Feriagro, con más de 300 metros cuadrados, y el de La Rural de Palermo 2006, con 50 metros cuadrados en dos plantas, ubicado en el pabellón de la alimentación.

Con el objetivo de reposicionar la carne como alimento sano, para esos eventos se desarrollaron juegos interactivos en los que los visitantes pusieron a prueba sus conocimientos.

Para la Rural de Palermo, por tratarse del evento más masivo, también se desarrollaron juegos relacionados con el sponsoreo deportivo –en los que los participantes debían convertir un try de rugby o encestar en una cancha de básquet- y materiales de difusión masiva, como recetarios con los cortes vacunos menos difundidos.

Fuera de estas grandes ferias, también se participó y auspició el XVII Congreso Nacional Crea (Mar del Plata, 1 al 3 de septiembre de 2004), y se asistió al “Día Nacional del Agricultor y Fecol 2004” (10 de septiembre de 2004), organizado por el INTA en Santa Fe.

### ***EXPOSICIONES RURALES DE TODO EL PAIS***

El Instituto también estuvo presente en las exposiciones regionales y provinciales, organizadas por sociedades rurales y entidades del interior, como la de General Madariaga (22 al 26 de septiembre de 2004 y 22 al 25 de septiembre de 2005) y Chajarí (3 de agosto de 2005).

Venado Tuerto (13 al 16 de agosto de 2005), Corrientes (19 al 23 de agosto de 2005), Río Cuarto (27 y 28 de agosto de 2005), Tostado (8 al 12 de septiembre), Basavilbaso (16 al 18 de septiembre), General Pico (8 al 10 de octubre 2005), Coronel Pringles (14 al 17 de octubre de 2005), Alberti (14 al 17 de octubre de 2005) y Rauch (10 al 13 de noviembre de 2005)

Asimismo, se distribuyó y entregó material promocional en el “Centro de Información, Gestión y Agro Negocios, Proyecto de Desarrollo Local”, organizado el INTA de Fernández y la Intervención Federal de la Provincia de Santiago del Estero (1 al 3 de diciembre de 2004), en la edición 2005 de las exposiciones rurales de Junín, Chaco, Nogoyá, Saliquelló, Balcarce y Brandsen.

### ***CHARLAS TÉCNICAS***

Las charlas técnicas –sobre el trabajo del IPCVA y/o el marketing de las carnes rojas- fueron otra de las modalidades de participación en Congresos y Exposiciones.

En ese sentido, se participó y auspiciaron las conferencias de la “76 Expo Bolívar 2004” y se dieron charlas en Curuzú Cuatiá (17 de septiembre de 2004), en la Sociedad

Rural de Villaguay (30 de septiembre de 2004), Santa Rosa (1 de octubre de 2004), Entre Ríos (reunión de la FUCOFA), en la “75° Exporural San Luis Productiva” (Villa Mercedes, 8 de octubre de 2004).

También se participó con una charla en la Jornada “Recría y terminación de bovinos en sistemas pastoriles” (INTA Mercedes 5 de noviembre de 2004), en Expoformosa 2005, y en el Seminario de Estrategias para el Desarrollo del Negocio Ganadero (Paraná, Entre Ríos, 18 de octubre de 2005).

### ***AUSPICIOS INSTITUCIONALES***

En cuanto al auspicio y la participación en eventos de entidades vinculadas al IPCVA, se auspició el “Encuentro Nacional de la Juventud Agraria” (Córdoba, 23 al 25 de junio de 2005), se auspició y participó con un stand institucional el 93avo. Congreso Anual de la Federación Agraria Argentina (Rosario, 28 y 29 de septiembre de 2005), se auspició y participó en el Congreso Anual de Carbab (Sierra de la Ventana, 19 y 20 de mayo de 2005), se participó mediante el auspicio de un almuerzo en el “Encuentro Nacional de Juventudes Rurales Confederadas 2005” (Santa Rosa, La Pampa, 11 y 12 de noviembre de 2005), y se auspiciaron los congresos anuales de CONINAGRO (diciembre de 2004 y 2005).

También se estuvo presente y se auspició el Seminario “La Integración para el Desarrollo Ganadero, organizado por la Universidad Católica Argentina, el Mercado de Liniers y el Centro de Consignatarios de productos del País (4 de mayo de 2005).

Se auspició la “5° Convención Anual de Angus”, (Córdoba, 5 y 6 de noviembre de 2004) y la “6° Convención Anual de Angus” (Olavarría, 11 y 12 de noviembre de 2005).

A pedido del CCPP, se auspició durante julio de 2005 la exposición sobre la “Historia Ganadera y Consignataria”, realizada en la Casa de la Cultura de la Ciudad de Buenos Aires.

### ***OTROS AUSPICIOS Y PARTICIPACIONES***

- Se participó en la XXXIII Fiesta Nacional del Ternero en la localidad de Ayacucho, Provincia de Buenos Aires, del 3 al 10 de abril de 2005. Se entregaron premios a los propietarios de los terneros ganadores de las distintas razas
- Se participó en la Jornada con productores ganaderos en la localidad de Ceres, Santa Fe, el 15 de abril de 2005, con una charla sobre el rol del IPCVA.
- Se participó en Expo Ternero de General Acha el 23 y 24 de abril de 2005, donde el IPCVA entregó el premio al “Criador del año”.
- Se participó en la Ronda de Agronegocios Santiago Produce, organizada por el INTA, la Intervención Federal de Santiago del Estero y por las FAAS, realizada en la Cámara de Comercio de Santiago, donde disertó el Lic. Ignacio Iriarte.
- Se participó en el panel “Perspectivas de la Ganadería Argentina” organizado por AAPRESID el 11 y 12 de mayo de 2005, en la Bolsa de Comercio de Rosario.
- Se auspició la “Fiesta Nacional de la Ganadería en Zonas Áridas” mediante el sponsoreo de un asador “el asado al asador más grande del mundo” que figura en el libro de los Guinness.

## *AUSPICIOS TÉCNICOS*

- Se auspiciaron las “Primeras Jornadas Ganaderas del Sur Entrerriano”, realizadas en la Sociedad Rural de Gualeguaychú el 15 y 16 de abril de 2005, mediante la financiación de carpetas para los participantes con el logo del IPCVA.
- Se auspició el Seminario “La integración para el desarrollo ganadero” realizado el 4 de mayo de 2005 y organizado en conjunto por el Mercado de Liniers, la UCA y el Centro de Consignatarios de Productos del País.
- Se auspició el Seminario Internacional sobre Fiebre Aftosa, organizado por CARTEZ en Río Cuarto, el 1 de abril de 2005.
- Se auspició el “X Congreso Argentino de Ciencia y Tecnología de Alimentos”, realizado en Mar del Plata el 18 y 19 de mayo de 2005.
- Se participó como sponsor oficial de las “Jornadas Ganaderas de Pergamino”, realizadas del 2 al 4 de junio de 2005 con un stand institucional.
- Se auspiciaron las “5tas. Jornadas Nacionales de Cría Bovina Intensiva” que se realizaron el 29 y 30 de junio de 2005 en la Sociedad Rural de Venado Tuerto en la Provincia de Santa Fe.
- Se participó en el “II Seminario Internacional de Carne a Pasto”, organizado por el PROSAP y el Ministerio de la Producción de la Provincia del Chaco, el 7 de julio de 2005.
- Se participó en el “Seminario Internacional de Sistemas de Trazabilidad de la Cadena de la Carne”, realizado el 4 de agosto de 2005 en el Instituto de Economía del INTA.
- Se auspició la Jornada “El Negocio de la Carne”, realizada el 19 de agosto de 2005 en la Estación INTA Manfredí y se participó con una charla sobre “El Rol del IPCVA”.
- Se auspició la “Jornada Técnica Empresarial”, realizada el 20 de agosto de 2005 en la Filial San Cristóbal de la FAA.
- Se participó y auspició el “1er. Congreso Nacional de Genética Bovina”, con material promocional y cartelera colocada en puntos estratégicos, realizado el 25 y 26 de agosto de 2005 en Mar del Plata.
- El IPCVA participó en el 3er. Congreso Argentino de Gastroenterología, Hepatología y Nutrición Pediátricas, organizado por la Sociedad Argentina de Pediatría (SAP) en Salta (22 al 24 de septiembre), ocasión en la que se presentaron materiales desarrollados en conjunto con la SAP y la Asociación Argentina de Dietistas y Nutricionistas Dietistas.
- Se patrocinó y estuvo presente con stand institucional en el 28° Congreso Argentino de Producción Animal (Bahía Blanca, 19 al 21 de octubre de 2005).

- Se participó en el lanzamiento del Plan Ganadero de Entre Ríos (Paraná, 18 de octubre de 2005).
- Se participó con stand institucional en el Seminario AgroInnova, organizado por Federación Agraria Argentina, la Secyt, Fontar, INTA, Fundación ArgenInta y Fundación Fortalecer (Rosario, 25 y 26 de octubre de 2005).

### ***SPONSOREOS DEPORTIVOS***

En tanto, en relación a los sponsoreos deportivos y con el objetivo de afianzar la relación carne y vida sana, en noviembre de 2004 se auspiciaron las comidas del Torneo de Jockey Internacional Champions Trophy que se realizó en Rosario con presencia de delegaciones de todo el mundo.

También se auspició el evento “Movete, Cuidá tu Corazón”, organizado por el Ministerio de Salud de la Provincia de Buenos Aires el 11 de diciembre de 2004 en el Estadio Unico de La Plata. Además, se patrocinaron charlas vinculadas al deporte y a la salud donde se mencionaron los beneficios que aporta la carne vacuna en las dietas equilibradas. Se auspició el “Torneo de Golf de la Fundación Cardiológica Argentina”, el Abierto de Polo de Palermo y el Gran Premio Carlos Pellegrini.

### ***OTROS AUSPICIOS***

Aprovechando la presencia de personalidades extranjeras en el país, se auspició el III Congreso Internacional de la Lengua Española (Rosario, 17 al 20 de noviembre de 2004), y el festival de cine europeo “Pantalla Pinamar” (diciembre 2004).

También se participó en el Festival de Cine de Mar del Plata (10 al 20 de marzo de 2005), mediante la colocación de un cartel en la Av. Costanera Peralta Ramos, frente al Hotel Hermitage con el slogan “Carne Argentina, Carne de Película” y la publicación de un aviso en el suplemento de espectáculos del diario La Capital de Mar del Plata (que fue distribuido en la entrada de los cines a manera de programa oficial del Festival). Asimismo, se auspició el cocktail y la cena de apertura del festival.

El IPCVA tuvo presencia institucional y auspició el almuerzo de la Cumbre de Ministros de Salud de la OEA (preparatoria de la cumbre de las Américas) que tuvo lugar en Mar del Plata en junio de 2005, con presencia de 24 ministros de salud de todo el continente y autoridades de la Organización Mundial de la Salud y la Organización Panamericana de la Salud. En esa ocasión, se entregó a los visitantes material especialmente desarrollado en el que se consignaron las propiedades saludables de la carne vacuna argentina.

### **PROMOCION EXTERNA**

World Food Moscú 2004: Del 21 al 24 de Septiembre, y por primera vez, estuvieron presentes en la Feria World Food Moscú 2004, 16 empresas exportadoras argentinas, las cuales participaron en el Stand desarrollado por el IPCVA sobre una superficie de 100 metros cuadrados. Durante los 4 días de la feria, las empresas mantuvieron contactos comerciales con un número aproximado de 250 contactos comerciales. En el Stand se realizaron degustaciones de carne vacuna argentina.



Estudio en Rusia: El IPCVA financió un Estudio en Rusia, resultado de un acuerdo firmado entre el SENASA y la Unión Cárnica de Rusia, que evaluará la posibilidad de extender la durabilidad de la carne enfriada de 15 a 90 días. Los resultados permitirían abaratar sensiblemente los costos de traslado, pasando del flete aéreo al marítimo, generando de este modo una mayor competitividad para nuestras exportaciones hacia ese mercado.

SIAL PARIS, Octubre 2004: SIAL PARIS, la feria de alimentación más grande del mundo se desarrolló entre el 17 y el 21 de Octubre de 2004. Allí participó el IPCVA obteniéndose resultados muy positivos en cuanto a la generación de negocios para la carne vacuna argentina. De acuerdo a la encuesta realizada por el IPCVA, los representantes de las 23 empresas que trabajaron dentro del Stand del Argentine Beef establecieron más de 2.500 contactos comerciales con potenciales clientes del mundo entero. El Stand, contratado y desarrollado por el IPCVA, fue diseñado sobre una superficie de 470 metros cuadrados, en dos plantas, con un restaurante en el centro y un salón de negocios en el piso superior.

Según los organizadores, la presencia argentina fue histórica ya que duplicó a Anuga 2003 y triplicó SIAL PARIS 2002.

Investigación de Conocimiento y percepción del Consumidor Chileno: El IPCVA desarrolló una investigación de conocimiento y percepción del consumidor chileno, realizada por la empresa Melnik Burke, seleccionada a partir de un amplio relevamiento entre compañías especializadas en investigación e identificación de mercados. El objetivo de este Estudio fue conocer la percepción que el consumidor chileno tiene de la carne vacuna argentina, indagando sus fortalezas y debilidades, proximidad-distancia respecto de los principales competidores de este mercado, focalizando la comparación entre carnes de distintos orígenes, incluyendo la carne local. Para la realización de este Estudio, se trabajó con un doble abordaje, hacia dos targets clave:

- Consumidores de carne vacuna (al menos una vez por semana, ya sea en hogares o en restaurantes)
- Propietarios o responsables del management de negocios vinculados al consumo de carne vacuna (restaurantes, supermercados, autoservicios, carnicerías, etc).

La técnica utilizada para el desarrollo de este estudio consistió en Focus Groups de consumidores segmentados por edad y sexo (se realizaron 4 Focus Groups) y Entrevistas en profundidad para el segmento de Propietarios o responsables de management de negocios vinculados al consumo de carne vacuna se recomienda la realización de una batería de 8 entrevistas en profundidad

Campaña de Promoción en Chile: Durante el mes de Diciembre de 2004, el IPCVA desarrolló en Santiago de Chile, una campaña integral de comunicación con piezas de vía pública, gráficas, degustaciones en supermercados. El objetivo de esta campaña fue posicionar la marca Carne Argentina en un mercado de nivel internacional como es el Chileno, luego de su apertura en Agosto de 2004.

Las piezas publicitarias que integraron la Campaña buscaron lograr un fuerte impacto en el consumidor, mostrando, denotando y connotando todas las propiedades del sabor, la ternera y la nutrición de la carne argentina. La campaña incluyó la utilización de dispositivos de vía pública y en la prensa con avisos en los diarios El Mercurio y La

Segunda, como así también en los suplementos Wiken (El Mercurio) y Por Fin es Viernes (La Segunda).

Presentación de la Campaña de Promoción en Chile: El 6 de Diciembre de 2004 el IPCVA realizó en la ciudad de Santiago, con motivo del lanzamiento de la Campaña de Promoción en Chile, un Encuentro entre Empresarios de Chile y Argentina. El evento, que incluyó una degustación de carne argentina organizada por el Chef Martiniano Molina, tuvo lugar en el complejo Terrazas de la Reina y contó con la presencia de más de 250 empresarios argentinos e importadores, distribuidores, periodistas, formadores de opinión, chefs, supermercadistas, gerentes de restaurantes y cadenas de hoteles del país trasandino.

Evaluación Post-Campaña en Chile: Con el objetivo de evaluar el impacto de la campaña comunicacional integral desarrollada en el mes de Diciembre de 2004 en el mercado chileno, el IPCVA realizó un Estudio Post Campaña en Chile, el cual fue ejecutado por la Empresa Melnik Burke. El Estudio permitió evaluar el impacto general, en términos de recordación, prueba, evaluación y disposición a la compra, e identificar las fortalezas y debilidades, y las oportunidades y amenazas que aparecen a partir de la instalación del producto y la marca-país.

El Estudio se desarrolló con un doble abordaje: se combinó una encuesta cuantitativa probabilística cara a cara en hogares en los sectores de la ciudad alcanzados por la acción, con una “booster sample” (sobremuestra) coincidental a la salida de los supermercados “Líder” y “Jumbo” de manera de obtener representación de probadores de la degustación.

Mes de la Comida Argentina en Helsinki, Finlandia, Febrero de 2005: El evento, que fue organizado por la Embajada Argentina en Finlandia y contó con el apoyo del IPCVA, se llevó a cabo en el Restaurant Oasis de Helsinki y tuvo como objetivo promover el consumo de carne vacuna argentina. Por ello el destacado chef argentino José Luis Godoy, Presidente del Centro Argentino de cocineros, con experiencia en eventos similares, en Suiza, Malasia y otros países, elaboró diferentes platos donde la carne vacuna argentina tuvo un rol protagónico. Las carnes argentinas generaron un gran impacto entre los clientes que visitaron el restaurant durante el periodo de ejecución del evento, con una concurrencia diaria de 120 comensales de lunes a domingo, incrementándose más de un 20 % la asistencia con respecto a otros años para la misma época.

Este evento tuvo una amplia repercusión en distintos medios de comunicación en Helsinki.

Estudio de Mercado en Europa: Con el fin de desarrollar una estrategia comunicacional en el mercado europeo, el IPCVA se planteó la necesidad de contar con una investigación exploratoria de conocimiento y percepción del consumidor europeo, que brindara información privilegiada y sólida en función de la cual planificar su estrategia comunicacional. A tal fin, convocó a distintas empresas de investigación para la presentación de proyectos y presupuestos, siendo seleccionada la empresa Melnik Burke.

El estudio fue realizado en cinco países de Europa, a saber: Reino Unido, Italia, España, Holanda y Alemania y el objetivo es conocer la percepción que los consumidores de estos cinco países tienen de la carne vacuna argentina, indagando sus fortalezas y debilidades, proximidad-distancia respecto de los principales competidores de este

mercado, focalizando la comparación entre carnes de distintos orígenes, incluyendo la carne local. Para la realización de este Estudio, se trabajó con un doble abordaje, hacia dos targets clave:

- Consumidores de carne vacuna (al menos una vez por semana, ya sea en hogares o en restaurantes)
- Propietarios o responsables del management de negocios vinculados al consumo de carne vacuna (restaurantes, supermercados, autoservicios, carnicerías, etc)

La técnica utilizada para el desarrollo de este estudio consistió en Focus Groups de consumidores segmentados por edad y sexo (se realizaron 2 Focus Groups en cada país) y Entrevistas en Profundidad para el segmento de *Propietarios o responsables de management de negocios vinculados al consumo de carne vacuna* se recomienda la realización de una batería de 8 entrevistas en profundidad en cada país

Participación en la International Food and Drink Exhibition, Londres 13 al 16 Febrero de 2005: La IFE es una de las cinco ferias más importantes del mundo y la primera en su rubro de todo el Reino Unido, atrae a los compradores más importantes de Inglaterra y Europa y es una plataforma ideal para el desarrollo de negocios y la manera más efectiva de promocionar las carnes argentinas en ese mercado. El IPCVA reservó un espacio de 54 metros cuadrados dentro del sector Meat & Poultry, donde se montó un sector de difusión y degustación de carne vacuna argentina

Embajada Argentina en Londres. Degustación de Carne Argentina para importadores, periodistas y chefs, 14 de Marzo 2005: En la Residencia del Embajador de la Argentina en Londres, el IPCVA, ofreció una degustación para importadores, periodistas especializados y chefs del mercado británico y del resto de Europa, en el marco de la international Food and Drink Exhibition. Asistieron a la presentación más de 150 invitados, entre los que se contaban representantes de la prensa especializada en carnes, como el Meat and Trade Journal, ejecutivos de importantes supermercados, como Tesco y chefs de reconocidos restaurantes londinenses, como Mirabelle, Le Pont de la Tour y L'Scargot, además de importadores y compradores de carne.

La presentación incluyó la proyección sobre tres pantallas gigantes del video institucional del IPCVA, que presenta tanto el trabajo del Instituto como las cualidades de la carne argentina, las medidas sanitarias y las características de la producción y la industria nacional.

Viaje de Profesionales del SENASA a Corea: A pedido del SENASA, el IPCVA financió el envío de dos profesionales pertenecientes al SENASA para llevar a cabo los trabajos pertinentes a la apertura del mercado de Corea.

Auditoría a las Entidades Certificadoras de Carne a Chile: En virtud del Convenio Marco firmado entre el IPCVA y el SENASA, se colabora financieramente con la auditoría a las Entidades Certificadoras de Carne a Chile.

Visita de Periodistas Británicos invitados por la cadena de restaurantes Gaucho Grill:

Organizado por la Cadena de Restaurante de Reino Unido, “Gaucho Grill”, y con el apoyo del IPCVA, se concretó la visita de medios gourmet a la Argentina. El grupo estuvo integrado por los siguientes medios de prensa:

The Independent –Travel and Food and Wine  
Esquire – Summer Litchfield – Travel and Food and Wine  
Sunday Times Stylec – Food and Wine  
Decanter  
Square Meal - Wine  
Marie Claire – Travel,

El IPCVA organizó la visita de estos periodistas a dos Estancias de producción de ganaderas, donde los mismos relevaron información y produjeron tomar fotografías para la elaboración de notas y artículos a publicar en los medios antes mencionados.

Participación en la feria Hofex 2005, Hong Kong, 10 al 13de mayo 2005: El IPCVA participó del Stand de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Alimentación con un Stand de 18 metros cuadrados, en el cual se atendieron las consultas de más de 200 visitantes entre ellos; importadores, distribuidores y representantes del sector HORECA de Hong Kong y otros países de la Región.

Participación en SIAL CHINA 2005: Con un Stand de 200 metros cuadrados y con la presencia de 9 empresas exportadoras, el IPCVA estuvo presente en la Feria SIAL CHINA, una de las ferias más importantes del sector alimenticio en la región del sudeste asiático. En el stand, que fue visitado por más de 350 interesados en la carne argentina, se realizaron reuniones de trabajo con los exportadores participantes y se realizaron degustaciones de carne vacuna argentina. El IPCVA concretó el primer ingreso de carne vacuna argentina luego de la apertura de este mercado.

Semana Argentina en Italia: Organizada por la Embajada Argentina en Italia y con el apoyo del IPCVA, se llevó a cabo en ese país la Semana de la Cocina Argentina. Este evento, que tuvo lugar durante la Semana de Mayo, fue organizado en el Hotel St. Regis y durante el mismo se realizaron diversos eventos gastronómicos con platos típicos de la cocina argentina, siendo la carne vacuna uno de los principales productos utilizados. La realización de los platos estuvo a cargo de dos chefs argentinos y el IPCVA financió el pasaje de uno de los chefs. Asimismo el IPCVA desarrolló material promocional especialmente para este evento, el que fue distribuido a los invitados al evento.

El público asistente, estimado en unas 500 personas de acuerdo a la información brindada por la Embajada, estuvo compuesto principalmente por medios de la prensa especializada, importadores, chefs internacionales, formadores de opinión y miembros del gobierno y cuerpo diplomático de Italia.

Festejo día 25 de Mayo en Embajada Argentina en China y Consulado General en Shangai: Los festejos por el 25 de Mayo, en la Embajada Argentina en Beijing y el Consulado General de Shangai, fueron acompañados por Carne Vacuna Argentina. En ambos casos el IPCVA proveyó a ambas representaciones Argentinas de este producto, entregándose a las mismas material promocional del Argentine Beef para la ambientación de los salones y para la difusión entre los invitados a estos festejos.

Misión Técnica de los Emiratos Árabes, Junio-Julio 2005: El IPCVA recibió y colaboró financieramente con una Misión Técnica de los Emiratos Árabes. Dicha visita, que se enmarcó en un programa de inspección a países del MERCOSUR, tuvo como objetivo la reapertura del mercado de Emiratos Arabes para carne bovina y menudencias, objetivo que se cumplió en el año 2005.

Delegación de la República de Ucrania: El IPCVA recibió la visita de la Delegación de la República de Ucrania, integrada por asesores del Comité Estatal de Ucrania de la Reserva Estatal de Materiales. La Misión de esta delegación fue evaluar el aprovisionamiento de carne vacuna para satisfacer su demanda interna. A tal fin el IPCVA organizó un encuentro al cual fueron invitados representantes de las Cámaras de la Industria Frigorífica, las que con posterioridad acordaron encuentros con sus respectivas empresas exportadoras.

Segunda Campaña de Promoción en Chile: En Setiembre de 2005, el IPCVA lanzó una nueva campaña de publicidad en Santiago de Chile, buscando dar continuidad a la presencia de la marca Carne Argentina y provocar un aumento de la demanda. La nueva comunicación fue desarrollada con el objetivo de posicionar la carne como producto Premium, dadas sus cualidades y sabor únicos. El slogan de la campaña surgió como resultado de una investigación desarrollada en Chile, que demuestra que el consumidor chileno reconoce y aprecia la calidad de la carne argentina, y que quienes la han probado afirman que es la mejor. De allí el eje de comunicación hace foco en el llamado a la acción y a la elección: “La pruebas una vez, la eliges siempre”.

La campaña resalta los atributos de la carne vacuna argentina, y realiza un paralelismo entre las cualidades más valoradas de la carne argentina y situaciones de la vida real: ternera, tradición, sabor. Los medios que dan soporte a esta acción, que se desarrolló de setiembre a diciembre en las comunas de mayor poder adquisitivo de Santiago, comprendieron: gráfica (diarios y revistas), vía pública y una fuerte presencia en supermercados con degustaciones a cargo de estudiantes de gastronomía locales, además de acciones de prensa orientadas a los formadores de opinión.

Pre Test Campaña de Promoción en Chile: Con motivo de su Campaña de Promoción en Chile, el IPCVA realizó con la empresa Gallup un Pre Test de la misma en la ciudad de Santiago en Agosto del 2005. El objetivo fue evaluar el impacto, comprensión y evaluación de la Campaña, en el segmento de consumidores y en el canal (importadores, distribuidores y supermercados).

La metodología utilizada fue la realización de dos focus groups divididos por sexo y grupos erarios y se evaluaron los siguientes temas:

Problemáticas General:

Hábitos de consumo y compra vacuna

Importancia adjudicada al origen de la carne

Valoración de la carne vacuna de origen argentino

Problemática Específica:

Evaluación de la campaña gráfica

- Impacto. Focos de Atracción / Rechazo
- Mensaje principal transmitido, significaciones y valores asociadas. Detección de posibles ruidos comunicacionales.

- Nivel de credibilidad
- Evaluación del slogan
- Valoración de platos y situaciones de consumo
- Imagen proyectada de la carne vacuna argentina y motivación a su consumo generada.

Ronda de Prensa Lanzamiento Campaña de Promoción en Chile, Setiembre 2005: Con motivo de la Campaña de Promoción en Chile, se ofreció una Conferencia de Prensa para periodistas y medios especializados de Chile, en la Embajada Argentina en ese país. A la misma asistieron 30 periodistas y críticos gastronómicos de los principales medios de ese país. El objetivo central fue el lanzamiento de la campaña de degustación de carne vacuna argentina más grande realizada en Chile, que fue una de las herramientas de marketing que integraron la Campaña de Promoción 2005. Se dieron a conocer también las cifras actuales de exportación de carne vacuna a Chile, proyecciones y prioridad de recuperar en el mercado el primer lugar dentro de las carnes de vacuno importadas.

Como cierre del evento se ofreció un almuerzo con carne vacuna argentina.

Noche de la Carne Vacuna Argentina en Barinas: El 24 de Setiembre de 2005, el IPCVA desarrolló la Noche de la Carne Vacuna Argentina en la Ciudad de Barinas, en la Hostería Los Guasimitos, Barinas Venezuela. Acompañando a la Secretaría de Agricultura y a un numeroso grupo de empresarios argentinos que concurrieron a la Exposición Rural de Barinas, el IPCVA, ofreció una degustación de los mejores platos a base de cortes de carne vacuna argentina para más de 200 invitados, entre los que se encontraban autoridades locales, provinciales y nacionales de Venezuela y funcionarios y diplomáticos argentinos. En el mismo viaje, se mantuvieron reuniones con importadores y cadenas de distribución en la ciudad de Caracas.

Base de datos de Exportadores Argentinos de Carne Vacuna: El Área de Promoción Externa, junto con el Área de Estadística puso en funcionamiento una Base de Datos de Exportadores Argentinos de Carne Vacuna, la cual fue diseñada como un componente de la página web del IPCVA, permitiendo consultas remotas desde cualquier país del mundo. Esta misma Base permite al Área de Comunicación desarrollar la edición impresa de la Guía de Exportadores y el Catálogo de Stand de cada una de las Ferias Internacionales donde participa el IPCVA.

Participación en la feria World Food Moscú: Del 20 al 23 de Septiembre de 2005, el IPCVA participó en la feria World Food Moscú donde desarrollo un stand de 200 metros cuadrados. Esta participación fue acompañada por la presencia de diez empresas exportadoras con un balance altamente positivo.

Durante el evento más de 350 importadores visitaron en el Stand, donde mantuvieron reuniones con los exportadores argentinos y degustaron carne vacuna argentina.

El Stand del IPCVA contó además con la visita de la Comisión Mixta Ruso-Argentina, integrada por el Viceministro de Agricultura de la Federación Rusa, Presidente del Servicio Federal de Control Veterinario y Fitosanitario, Serguey Dankvert, el Vice Canciller argentino, Alfredo Chiaradia y el Ministro Alejandro Piñeiro Pacheco. Durante esta visita el Presidente del IPCVA, Arturo Llavallol, invitó al Viceministro a viajar a la Argentina, invitación que fue aceptada y se concreto en el mes de Noviembre de 2005.

Participación en la Feria ANUGA 2005: Con un stand de 500 metros cuadrados y la participación de 26 empresas exportadores, el IPCVA estuvo presente en la Feria ANUGA 2005. ANUGA es, junto con SIAL, la feria de referencia de la alimentación a nivel mundial, y congregó en su edición 2005 más de 170.000 profesionales y unos 6.000 expositores. Esta participación tuvo un saldo muy positivo para los expositores quienes concretaron a lo largo de los cinco días de la feria un número aproximado de 1300 contactos comerciales con potenciales compradores provenientes de Europa como así también de Rusia, países de Europa del Este, Singapur, Argelia, Malasia y China entre otros.

Visita del Director del Servicio Federal de Control Veterinario y Fitosanitario de la Federación de Rusia, Dr. Sergey Dankvert: Durante el mes de Noviembre visitó el país una Delegación de la Federación de Rusia, encabezada por el Dr. Sergey Dankvert e integrada por Ivan Rozhdestvensky, Jefe de la Dirección de Control Veterinario Agropecuario, Liudmila Abramova, Especialista en Jefe del Ministerio de Agricultura y Olga Knyazeva Miembro Delegación de la Federación de Rusia.

La Delegación, que participó de distintos encuentros con organismos oficiales – Ministerio de Relaciones Internacionales, Comercio Exterior y Culto, Secretaría de Agricultura de la Nación, SENASA, entre otros, fue especialmente invitada por el IPCVA, el cual organizó distintas actividades para la Delegación que complementaron la agenda oficial de la misma.

Misión Técnico de Epidemiólogos de la Federación de Rusia: El IPCVA financió la Misión Técnica de los Epidemiólogos de la Federación Rusa que visitaron el país, con motivo de las negociaciones que llevó a cabo Argentina para el mercado de carne vacuna fresca para consumo directo.

Noche Argentina en la Embajada Argentina en Londres: El IPCVA participó en el evento “Noche Argentina” que se realizó en la Embajada Argentina en Londres, en el marco de la Feria Internacional de Turismo “ World Travel Market”, el 14 de noviembre en la sede de la Embajada Argentina en Londres.

## **INVESTIGACIÓN, SANIDAD Y CALIDAD AGROALIMENTARIA**

La necesidad de contar con mayores elementos de juicio para la toma de decisiones en el sector de ganados y carnes, fue uno de los factores determinantes para que el IPCVA encargara un trabajo de consultoría a la Universidad Católica Argentina. Así, el Programa de Estudio de Economía Aplicada de esta unidad académica llevó adelante la investigación “Lineamientos para la formulación de escenarios del mercado de carne vacuna en la Argentina”. Dicha investigación fue dada a conocer al sector en talleres, charlas y conferencias con distintos integrantes de la cadena, dando origen además a la publicación de un libro, que se convirtió en el primer libro editorial del IPCVA.

Teniendo en cuenta los principales resultados de este trabajo, se decidió encarar otra investigación tendiente a Estudiar el Mercado del Cuero en la Argentina, contratando para ello a un profesional calificado, quien luego de un exhaustivo análisis, presentó los resultados alcanzados, los cuales muestran evidencias suficientes para fundar una denuncia por prácticas restrictivas de la competencia en el mercado de primera venta de cueros vacunos. El paso siguiente a esto es la presentación de una denuncia ante la

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia por violación del artículo 1° y del artículo 2° incisos a), c) y g) de la ley 25.156, presentación que ha sido aprobada por el Consejo de Representantes, según consta en acta N°65, con la opinión favorable del Asesor Legal por estar comprendida en las facultades emergentes del art. 2° y art. 3°, inc. h de la Ley 25.507.

Asimismo, y dada la necesidad de acelerar los procesos que lleven a un incremento de la oferta de hacienda, el IPCVA tomó la decisión de apoyar los planes ganaderos provinciales, habiendo hasta la fecha firmado acuerdo de colaboración con las provincias de Buenos Aires, Santa Fe, Chaco, Salta, La Pampa y Entre Ríos; teniendo previsto la firma de convenios con las provincias de Santiago del Estero y Neuquén.

En esta línea se han aprobado también algunos proyectos que apuntan a mejorar la productividad respondiendo a problemáticas específicas, citando a modo de ejemplo, la colaboración con la Asociación Argentina de Criadores de Shorthorn para editar una publicación que resalta el aporte de la raza al mejoramiento genético del rodeo argentino ó con la Sociedad Rural de Formosa en la realización de una prueba de producción en cabañas de esta provincia.

Paralelamente de estas iniciativas puestas en marcha, el Consejo aprobó la realización de los siguientes proyectos, que apuntan a profundizar el conocimiento existente y a generar nuevos conocimientos de la cadena y lograr mejorar su competitividad de manera integral.

Se aprobó empezar a trabajar con seis proyectos. Dos de ellos apuntan a relevar a través de la metodología Delphi las prioridades de investigación de la cadena de ganados y carnes tanto en la producción primaria (cría, invernada, feedlot, etc.) como en el eslabón correspondiente a la industria frigorífica.

Por otra parte, se decidió avanzar en la puesta en marcha de las siguientes propuestas de investigación:

- Análisis de la estructura y funcionamiento de los canales de comercialización de hacienda en Argentina y países competidores.
- Análisis de la estructura y funcionamiento de los canales de comercialización de carnes rojas en Argentina y países competidores.
- Estudio sobre logística y costos de exportación en el comercio internacional de carnes rojas. Análisis comparativo con países competidores.
- Evaluación de las problemáticas y oportunidades de mejora de los puntos de venta minoristas de carnes rojas en Argentina. Análisis comparativo con otros países.

Estos proyectos se pondrán en marcha mediante una convocatoria abierta que posibilite seleccionar entre grupos de investigación con vinculación institucional, que demuestren experiencia en el abordaje científico y académico de las temáticas de interés.



En complementación a los proyectos que buscan mejorar la competitividad de la cadena, se han puesto en marcha una serie de acciones que apuntan a respaldar la calidad de nuestras carnes desde distintos enfoques:

A solicitud del SENASA y en el Marco del Convenio que se tiene firmado con dicha Institución, se está brindando respaldo al mantenimiento del estatus sanitario de “país libre de BSE”, mediante la contratación de un estudio de: “Evaluación del riesgo de BSE en Argentina y actuales medidas de control asociadas a BSE, que está siendo llevado adelante por la consultora SAFOSO, liderada por el Profesor Dr. Ulrich Kihm, conjuntamente con la Comisión Asesora de EEB (Encefalopatía Espongiforme Bobina) de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Nación (SAGPyA). Esta iniciativa tiene como metas principales la actualización de una estimación de riesgo del agente BSE, identificar puntos fuertes y débiles en el sistema y proponer formas de mitigar el riesgo de BSE en Argentina.

También dentro del Convenio Marco firmado con el SENASA, el IPCVA financió la presencia en el país del experto internacional Dr. Olafur Oddgeirson, Médico Veterinario, importante sanitarista internacional de reconocida trayectoria, ex auditor de la Unión Europea, para capacitar al personal de fiscalización del SENASA. Como parte de las tareas de esta visita, el experto internacional, realizó un informe en el que se incluyen sus recomendaciones.

A solicitud del SENASA, se contrató la visita de los Dres. Robert Galbraith y Robert Savage, expertos en sistemas de inspección sanitaria de EEUU quienes capacitaron a los técnicos del SENASA y de la Industria Frigorífica, y desarrollaron un Curso de Capacitación en HACCP que sirvió para actualizar conocimientos en higiene industrial de carne bovina tanto a profesionales y técnicos del SENASA como a gerentes y técnicos de plantas frigoríficas de nuestro país, asistiendo más de doscientos profesionales al curso.

El IPCVA brindó colaboración a solicitud del SENASA y dentro del Marco del Convenio entre ambas Instituciones, financiando los pasajes para tres becarias, quienes concurren al Curso Internacional de Epidemiología Veterinaria y Análisis de Riesgo, organizado por el APHIS en Estados Unidos y al XIV Curso Internacional sobre Enfermedades Exóticas Animales, organizado por el INIA en España.

Se colaboró en un seminario que realizó el Instituto Fleni sobre la enfermedad Creutzfeldt Jacob y de Encefalopatías Espongiformes Transmisibles, financiando el pasaje del Dr. Richard Knight, especialista del Reino Unido quien disertó en dicho seminario

Complementariamente se está trabajando en el área de calidad y sanidad agroalimentaria con el desarrollo de distintos proyectos de investigación.

Se está trabajando con el INTA, a través de su Instituto de Tecnología de Alimentos del Centro de Investigación de Agroindustria del INTA Castelar y con profesionales del Instituto Malbrán, para llevar adelante el proyecto “Estudios para la evaluación del riesgo de Escherichia Coli O-157 productor de toxina Shiga –STEC, en la cadena de la carne bovina”, cuyo objetivo es investigar la presencia de esta cepa en el ganado bovino de abasto en pie y en líneas de industrialización de frigoríficos. La profundización del

conocimiento respecto a la relación de las prácticas productivo-industriales y la magnitud de la presencia de este patógeno, permitirá un mejor control de la calidad higiénica de nuestras carnes.

A través de un convenio marco de colaboración con FUNPRECIT- Fundación para la Interacción de los Sistemas Productivo, Educativo, Científico, Tecnológico -, se llevará a cabo el trabajo de investigación “Determinación de la capacidad de protección de vacunas del virus de la Fiebre Aftosa frente a cepas heterólogas y la repetibilidad de los métodos directos e indirectos utilizados”. La Red Interinstitucional de Investigación y Desarrollo de Fiebre Aftosa, integrada por el Centro de Investigación en Ciencias Veterinarias y Agronómicas del INTA, la Dirección de Laboratorios y Control Técnico del SENASA, el Centro de Virología Animal del CONICET y el Laboratorio Biogénesis, serán los encargados de ejecutar el trabajo, entre cuyos objetivos principales figura la evaluación de la reproducibilidad de la prueba de protección cruzada a la generalización podal (PGP) en bovinos. Este trabajo según nos informa el Coordinador de la Red, Dr. Eduardo Palma, es un trabajo estratégico de avanzada, que durante su visita al Laboratorio Mundial de Referencia de Fiebre Aftosa, situado en Pirbright, Inglaterra, le confirmaron que en el futuro, proyectos similares se harán en diferentes laboratorios del mundo, considerando a este proyecto como de primera prioridad para los países libres de aftosa con o sin vacunación.

En esta línea, se ha aprobado también un convenio con la Fundación Cardiovascular Buenos Aires para llevar adelante el “Primer estudio sobre el efecto del consumo de carne vacuna argentina sobre parámetros clínicos de individuos normocolesterolémicos”, con la finalidad investigar los efectos de las dietas cárnicas de diferentes sistemas de producción (pastoril, mixto y feedlot) sobre los parámetros clínicos de los individuos sometidos a las mismas.

En otro proyecto que apunta a resaltar propiedades nutricionales de nuestras carnes, se trabajará con profesionales de la Sociedad Argentina de Pediatría, del CONICET y de la Facultad de Farmacia y Bioquímica de la Universidad de Buenos Aires para llevar adelante el Protocolo “Prevención de la Anemia en los lactantes con carne vacuna en la alimentación complementaria”, cuyo objetivo es evaluar la eficiencia de la carne vacuna en la prevención de la anemia en la primera infancia.

Está aprobada la realización de un proyecto de investigación con el Instituto de Tecnología de Alimentos del INTA Castelar, que tiene por objetivo la “Generación de conocimiento sobre los métodos de cocción y los perfiles sensoriales de cortes no tradicionales de carne vacuna.”

Independientemente de las actividades de investigación encaradas, el IPCVA colabora en carácter de Socio Benefactor, con la Asociación Argentina de Producción Animal (AAPA) y con la Asociación Argentina de Economía Agraria (AAEA). Además de auspiciar los eventos anuales de estas asociaciones, ha hecho lo mismo con el Congreso de la Asociación Argentina de Tecnólogos Alimentarios.

La promoción de actividades de capacitación y formación de recursos humanos se ha llevado a cabo también en el ámbito universitario, ya que durante el 2005, se becaron diez profesionales para cursar los estudios de la especialización “Gestión de la Cadena de Valor de la carne bovina” postgrado organizado en forma conjunta entre la Escuela

para Graduados de la Facultad de Agronomía de la UBA y la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

Cabe destacar que la primer Tesina defendida de esta Especialización, corresponde a Ezequiel Bergallo, Becario del IPCVA que ha abordado desarrollado el tema “Diferenciación de carnes termoprocesadas a Japón”, tesina dirigida por el Ing. Agr. M. Sc. Adrian Bifaretti del IPCVA.

En el marco de las actividades del área, cabe mencionar la organización de seminarios internos en el marco de la implementación de los talleres mensuales con miembros de la cadena de ganados y carnes. Así ha sido posible contar con la presencia de distintos especialistas quienes han aportado su experiencia en el tratamiento y abordaje de temáticas de interés en el proceso de elaboración del plan estratégico del IPCVA.

A continuación se detalla un listado con los temas tratados y los profesionales convocados para el abordaje de los mismos:

#### Mes de Marzo

- Algunos principios e hipótesis sobre el estado actual de la cadena y el rol del IPCVA.  
Lic. Javier Martinez del Valle. APEA.
- Industria Cárnica. Producción, comercio y tendencias del consumo.  
Coordinación de la cadena.  
Sr. Germán manzano

#### Mes de Abril

- Lineamientos para la formulación de escenarios del mercado de carne vacuna  
Lic. Facundo Etchebehere. Universidad Católica Argentina
- Comercialización de la cadena cárnica.  
Dr. Marcelo Rossi. Oficina Nacional de Control Comercial Agropecuario.
- Las industrias frigoríficas argentinas. El plural no es un error.  
Dr. Fernando Brizzolara

#### Mes de Mayo

- La experiencia australiana para el armado de su plan estratégico  
Dr. Meter Week Meat Livestock Australia
- Escenario internacional: oportunidades y amenazas par alas carnes argentines.  
Sr. Victor Tonelli
- Carnes bovinas: del modelo condicionado por la oferta al modelo gobernado por los mercados.  
Dr. Hector Salamanco. Director Ejecutivo Consorcio de Exportadores de carnes Argentinas (ABC).

- Usos y actitudes del consumo de carne vacuna en Argentina  
Lic. María Rosa Oreglia TNS- Gallup

#### Mes de Junio

- Experiencias en la elaboración del Plan Estratégico Vitivinícola.  
Lic. Antonia Ruiz. Instituto Nacional de Vitivinicultura

#### Mes de Julio:

- El mercado de la carne vacuna en la Unión Europea  
Jean Luc Meriaux. Secretario General de la Unión Europea para el Comercio de carne

#### Mes de Agosto

- Experiencia en la elaboración y manejo de información. El caso de la industria textil.  
Ing. Fernando Martinez
- Estado de situación de las estadísticas de la cadena de ganados y carnes.  
Lic. Pablo Lara (UCA)
- Prioridades para el mejoramiento de la producción de carne vacuna  
Ing. Agr. Oscar Melo. Universidad Católica de Córdoba

#### Mes de Septiembre

- La promoción de la carne vacuna.  
Lic. Luis Bameule. Quickfood
- La experiencia del Instituto Nacional de Carnes de Uruguay en la promoción de carnes.  
Dr. Roberto Vazquez Platero

Siempre en el marco de actividades del área, se participó en Colombia del IV Simposio Internacional de Ganadería y Carnes organizado por la Universidad EAFIT, la tercera unidad académica de este país en orden de importancia.

En este evento el Organismo realizó una presentación institucional del IPCVA, comentando la experiencia argentina en promoción de carnes rojas tanto en el plano estratégico como en las acciones operativas. Durante su charla se explicó el proceso que llevó a la creación del instituto, su estructura organizacional y cómo está funcionando en la actualidad para planificar e implementar acciones de promoción.

Asimismo, el Departamento de Promoción Interna del instituto, dictó el Seminario “Marketing y competitividad de productos cárnicos” destinado a Administradores de

Empresas Agropecuarias, Veterinarios, Zootecnistas, Funcionarios Públicos y profesionales pertenecientes a empresas frigoríficas y puntos de venta de Colombia.

Durante esta actividad de capacitación y formación de recursos humanos, se abordaron, entre otros, los siguientes temas: Sistema agroalimentario, estrategia y competitividad, fundamentos de mercadotecnia agroalimentaria y políticas de marketing en la cadena de ganados y carnes.