

Ganadería **IPCV** Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina

y Compromiso

FEBRERO 2022



CARNE ARGENTINA RUMBO AL MUNDO

El IPCVA ha planificado un cuidado esquema tendiente a impulsar nuestras mejores carnes en plazas clave. El plan operativo para este año está integrado por dos componentes estratégicamente elegidos: promoción comercial y acceso a mercados.

Cruzamientos y vigor híbrido

Hereford apuesta a las bondades de esta práctica superadora y anticipa para marzo el segundo remate especial de caretas.

Consumo 3.0

El marketing digital, la gestión de las redes sociales, el carácter y el tono comunicacional se volverán cada vez más relevantes

Sumario

03 Lo que viene

El Argentine Beef rumbo a Las Vegas. Esta primera edición en Estados Unidos de la SIAL presenta grandes oportunidades de negocios a todos los integrantes de la cadena.

04 Perspectivas 2022

El IPCVA ha planificado una serie de acciones de promoción en tres mercados clave: China, Estados Unidos y Europa, cada uno con una estrategia diferenciada.

07 Sustentabilidad

La importancia de conocer el ciclo del carbono en la producción ganadera y sus diferencias respecto de lo que ocurre con un combustible fósil.

08 Nutrición

Evalúan los efectos de tapar los rollos de alfalfa con mantas especiales. Un ensayo a campo llevado a cabo por los profesionales del INTA Manfredi, con resultados elocuentes.

10 Noticias de Criadores

Hereford apuesta por el cruzamiento de razas y las bondades del vigor híbrido, y anticipa sus remates especiales de caretas.

11 Puesta al día

Las acciones desarrolladas por el IPCVA para difundir las virtudes de la carne argentina en el mundo y capacitar a nuestros productores.

12 Carne y Salud

La importancia de consumir proteínas completas como las de la carne. La opinión autorizada del Dr. Alberto Cormillot sobre las bondades del emblemático producto.

14 Consumo 3.0

En tiempos flexitarianos, la búsqueda del equilibrio alimentario refuerza el rol de la carne vacuna. Los argentinos prefieren apostar a una dieta que incluya fuentes variadas de nutrientes.

LO QUE VIENE

Debuta SIAL América

El Salón Internacional de Alimentos desembarca por primera vez en Estados Unidos. Lo hará en el "Convention Center" de Las Vegas entre el 22 y 24 de marzo.

SIAL es el evento B2B de alimentos y bebidas más completo del mundo y une a toda la comunidad alimentaria. Tiene más de 50 años de experiencia en la entrega de eventos gastronómicos que brindan **conexiones comerciales críticas, contenido inspirador y una plataforma de exportación inigualable.**

A lo largo de su historia, la SIAL ha cubierto diferentes regiones: Europa (París), América del Norte (Montreal y Toronto), América del Sur (San Pablo), Oriente Medio (Abu Dhabi) y Asia (Shanghái). Con esta fuerte presencia mundial, el SIAL ha desarrollado no sólo un conocimiento muy importante del conjunto de los protagonistas del sector, sino que también se ha convertido en el **observador privilegiado y reconocido de las tendencias e innovaciones en todos los rincones del mundo.**



UNA CHANCE INMEJORABLE

Las Vegas fue seleccionada para el lanzamiento de SIAL América, que apunta a un mercado **valorado en USD 1.500 billones**. La muestra ofrecerá las más recientes innovaciones en alimentos a través de diez categorías de productos y demostraciones cautivadoras de las marcas más notables, y espera consolidarse como **el evento número uno de alimentos y bebidas a gran escala en este país.**

En esta primera edición en Estados Unidos, la SIAL presenta **grandes oportunidades de negocios** a todos los integrantes de la industria de alimentos y bebidas: importadores, empresas de servicios alimentarios, distribuidores, minoristas y mayoristas.

En esta oportunidad, **el IPCVA montará el Pabellón Argentine Beef** para la participación de las empresas del sector. Habrá numerosos frigoríficos que dispondrán de un stand aproximado de 9 metros cuadrados, de acuerdo con la distribución de espacios establecida por la feria. Allí se realizarán **degustaciones, reuniones y presentación de cortes y productos relacionados con la carne argentina.**

El IPCVA montará el Pabellón Argentine Beef. Numerosas empresas nacionales dispondrán de un espacio para presentar sus productos vinculados con la carne argentina.



El IPCVA acompaña el prestigio de la carne argentina con una serie de acciones de promoción en diversos mercados de alta relevancia.

PERSPECTIVAS

Sumar clientes para la carne argentina

El IPCVA intensificará sus acciones de promoción de nuestro producto más emblemático, con el objetivo de potenciar esa presencia en los mercados más exigentes.

No caben dudas de que la carne argentina cuenta con un prestigio ganado en el mundo, y el **Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA)** tiene pensadas **acciones concretas en los mercados de China, Estados Unidos y Europa**. Cada región contará con estrategias de comunicación específicas. También se realizarán campañas promocionales y se participará en las principales ferias de alimentos en 2022. “El plan operativo para este año está integrado básicamente por dos componentes: **promoción comercial y acceso a mercados**”, adelantó **Sergio Rey**, jefe de Promoción Externa del IPCVA. En el primero se encuadran todas las acciones que el Instituto va a desarrollar focalizado en **tres grandes merca-**



dos objetivo. El primero es **China**, donde se está trabajando con distintas acciones de promoción comercial desde hace más de 10 años, y en los últimos tres años se inició una **campana de comunicación con foco en el segmento de importadores y distribuidores**. Allí también se pone la lupa en el consumidor, porque el objetivo es hacer conocer y **posicionar el producto y la marca “Carne Argentina”**.

Al ser un mercado relativamente nuevo, el trabajo tiene que ser más profundo y más diverso para alcanzar los distintos sectores. Estas acciones se dan principalmente en **redes sociales**; es una característica propia del mercado, pero en estos tiempos de pandemia ha sido por cierto una herramienta que ha permitido mantener la comunicación con el mercado de China.

La presencia en ferias determina un contacto directo con minoristas y consumidores. Los resultados son inmejorables.



El segundo mercado objetivo es **Europa**, tradicional para las carnes de alto valor de la Argentina, más focalizado en el sector de hotelería, restaurantes y catering. En ese mercado se tendrá una presencia importante en la feria **SIAL de París** en octubre.

FERIAS ESPECÍFICAS

El tercer mercado objetivo es el de **Estados Unidos**, donde se busca acceder con productos de alto valor al sector de la hotelería, restaurantes y catering, y también de consumo directo. Esta campaña está integrada por una acción de promoción iniciada a fines de 2021 con una agencia de marketing con base en EE.UU., con **foco principal en redes sociales (Facebook, Instagram) y una web específica para este país**, en la que se difundirán distintos materiales de comunicación, como videos y recetas, focalizando siempre en productos de alto valor.

Esa campaña se va a complementar con la presencia en distintas **ferias del sector de la alimentación**, como la **Annual Meat Conference** que se realiza en Washington y reúne a todos los profesionales del segmento de la carne en EE.UU. Allí habrá un sector de degustación y promoción de la carne argentina y se va a complementar con una acción a realizarse junto con nuestra Cancillería, que será un evento que reunirá a profesionales de la alimentación, formadores de opinión y representantes del gobierno estadounidense.

El segundo gran acontecimiento será la **SIAL América**, en marzo, y su trascendencia radica en que es un **evento multiproducto**, y será importante para contactar a importadores y distribuidores

de todo EE.UU. El IPCVA también estará presente en la **National Restaurant Association**, en Chicago, la feria que reúne a todos los integrantes del sector de la hotelería y la restauración.

Por cierto, hay otro componente más de promoción comercial: el **Consejo Público-Privado**, que se organiza bajo la órbita del Ministerio de Relaciones Exteriores. Durante 2020 y 2021 el IPCVA estuvo trabajando para definir junto con la Cancillería un plan de promoción a realizar con el apoyo del Ministerio de Agricultura y las sedes diplomáticas de los principales mercados de exportación.

¿Y POR CASA?

Según señala **Miguel Jairala**, analista económico del IPCVA, **2021 fue un año difícil para la industria de la carne vacuna**, básicamente porque comenzó con una restricción de oferta muy fuerte como consecuencia del **ajuste en los sistemas productivos que se dio hacia fines de 2020**, sobre todo por el aumento del precio del maíz, que alargó los periodos de engorde con una ma-



ESTO TAMBIÉN

Fuera de los tres mercados principales en que el IPCVA estará haciendo foco especialmente, el Instituto también desarrollará acciones en la **Gulfood de Dubai** en febrero, y en la **Foodex** de Japón, si las condiciones lo permiten.



La ganadería tiene potencial para crecer, sobre todo en intensificación y en mejora de los índices reproductivos.

por utilización de pasto y menos intensidad en el uso de los granos. Esto derivó en **menores faenas a lo largo de todo el año**, que provocaron una disminución de la oferta, que en los primeros meses fue del 5 % y en el último trimestre alcanzó un recorte de dos dígitos. Como consecuencia, hubo un **incremento de los precios por encima del nivel promedio de la economía**, que ha afectado también a la industria en términos de mayores regulaciones, sobre todo desde mayo en adelante.

Para este año, **se espera una recuperación del rodeo bovino, aunque no muy significativa**, suficiente para revertir la caída de los últimos tres años que acumuló un millón y medio de cabezas, y empezar a transitar la senda ascendente que permita de 2023 en adelante proyectar mayores volúmenes de faena, mayores niveles de utilización de la capacidad instalada en la industria, en especial la exportadora, y además poder pensar en **crecer en los mercados externos**, tanto como en sostener un nivel de consumo aceptable en el mercado local.

Hoy estamos en 2,9 millones de toneladas, contra los 3,2 millones producidos en 2019 y en 2020. Desde luego que hay potencial para crecer, sobre todo en intensificación, en mejora de los índices reproductivos, pero son metas que llevan tiempo. Implican un plan a largo plazo que requiere mejoras en los campos, en la eficiencia de los engordes a corral y **en la industria de consumo, que tiene un gap de tecnología respecto de la exportadora bastante importante.** ■

ENORME TRISTEZA



El 12 de enero pasado falleció **Jorge Torelli**, quien se desempeñaba como secretario de Agroalimentos de la Provincia de Santa Fe. Fue parte del Frigorífico Matievich, directivo de UNICA y varias veces Consejero del Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA). **Ocupó la vicepresidencia del IPCVA en dos ocasiones** y se destacó como uno de los mayores especialistas en carne vacuna del país. Una gran pérdida, sin dudas.

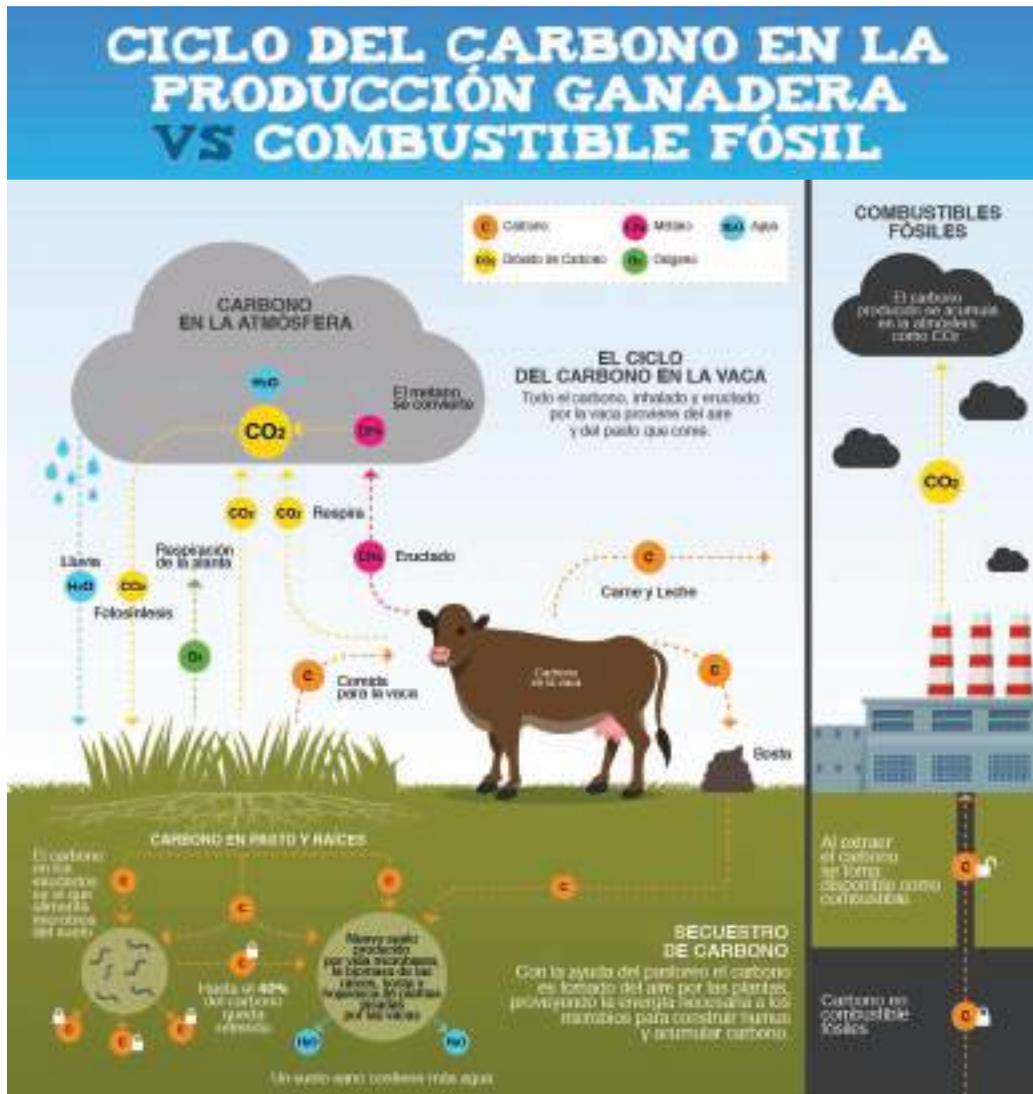
Más allá de su profesionalismo y de su don de gente, Jorge Torelli será recordado especialmente como una gran persona por todos los que tuvieron la fortuna de trabajar con él.

El plan operativo para este año está integrado básicamente por dos componentes: promoción comercial y acceso a mercados.



Carbono y ganadería: lo que debe saber

La captura de este elemento por parte de nuestros sistemas pecuarios no suele valorarse en los ámbitos internacionales. Desde el IPCVA se considera fundamental para poder evaluar el equilibrio de cualquier producción.



Cuando hablamos del impacto ambiental de una actividad, los expertos hacen referencia al **relevante papel del carbono** desde aspectos considerados fundamentales: **emisión** (claramente contaminante), **huella** (cuantificación y caracterización del impacto), y **captura** (proceso de absorción natural del elemento).

Por tal motivo es muy importante que como productores, o en cualquier otro rol dentro de la cadena de ganados y carnes, conozcamos **en qué consiste, cómo funciona el ciclo del carbono**. La **infografía desarrollada por el IPCVA** viene en auxilio de esta necesidad y marca **notables diferencias con el ciclo del carbono en el caso de un combustible fósil**. Un documento clave para poner en alto la sustentabilidad de nuestras carnes. ■



Cada uno de los tratamientos evaluados a campo. Los resultados favorecen el uso de una malla solo por encima de los rollos.

NUTRICIÓN

Evalúan los efectos de tapar los rollos con mantas

Están en juego los kilogramos de materia seca (MS), de proteína bruta (PB) y megacalorías de energía metabolizable (Mcal EM) por rollo y por hectárea.

El heno de alfalfa es un recurso forrajero fundamental en establecimientos bovinos de carne y leche, con distintos grados de intensificación. Por eso es importante trabajar en **procesos y tecnologías que permitan mejorar su confección y almacenamiento**. En este sentido, desde el grupo de Recursos Forrajeros del **INTA Manfredi** –provincia de Córdoba– reconocen que **protegerlos con manta** permite **conservar sus nutrientes y evitar pérdidas económicas** al reducir el impacto de las precipitaciones, la humedad del suelo y la radiación solar.

BAJO RIESGO

La alfalfa aporta tanto **fibra efectiva de alta calidad**, como **proteína bruta y energía metabolizable**. En la Argentina el heno de alfalfa es conservado aún en alto porcentaje **en condiciones**

de intemperie, lo que ocasiona pérdidas muy importantes en kilos de materia seca (MS) y nutrientes.

“Una correcta confección del heno y almacenaje lograría evitar esta problemática e incrementar la producción de carne y leche por hectárea”, destacó **Gastón Urrets Zavalía**, especialista en recursos forrajeros en base a alfalfa de la Experimental mencionada, quien agregó que la cobertura de los rollos con mantas “permite obtener la **mayor cantidad de nutrientes vegetales al menor costo y con las menores pérdidas de heno en el proceso**. Una buena cosecha y almacenamiento posibilita **también bajar los costos de alimentación** al reducir los kilogramos de suplementación con grano de maíz u otro suplemento energético, recurso que es necesario cuando el heno es de menor calidad”.

El ensayo abarcó la determinación de una serie de parámetros clave, fundamentales en el aprovechamiento de un rollo.



A CAMPO

Una evaluación comparativa de almacenamiento a campo de heno en formato de rollos, realizada desde marzo de 2019 a julio de 2020 en Manfredi, arrojó **resultados positivos en aquellos tratamientos que incluían tapado con plástico o con una manta no tejida, compuesta por fibra corta de poliéster consolidado por agujado, que tiene diversos usos industriales.**

El ensayo contó con **tres tratamientos** representados, cada uno de ellos, por cuatro rollos en línea con otros de cierre en cada extremo de la hilera, los cuales no fueron tenidos en cuenta en la evaluación, y un testigo que contó con tres repeticiones. El primer tratamiento se hizo sin tapar y sobre el suelo; **el segundo, tapado con la manta no tejida y sobre el suelo y el tercero, la misma red envolviendo los rollos tanto por arriba como por debajo.** El testigo consistió en el tapado con plástico y aislado del suelo con pallets.

Los rollos fueron almacenados bajo cada tratamiento en condiciones de campo y expuestos a las situaciones ambientales durante 17 meses. En este sentido, se evaluaron las prestaciones de la manta comparando con los distintos tratamientos, teniendo en cuenta la pérdida en kilogramos de materia seca (MS) por rollo y de nutrientes, en kilogramos de proteína bruta (PB) y megacalorías de energía metabolizable (Mcal EM) por rollo y por hectárea.

Los tratamientos 2 y 3 obtuvieron mejores resultados con diferencias significativas respecto del primero, ya que lograron reducciones de pérdidas de materia seca del 37,8 % y del 32,7 % respectivamente al compararlo con el último.

LOS DETALLES

Las **mayores reducciones en pérdidas en kilogramos de MS por rollo y por hectárea** ocurrieron en el testigo, que permitió recortar un 58 % las pérdidas de MS respecto a las presentadas por el tratamiento 1.

En cuanto a la **reducción de pérdida de nutrientes**, el tratamiento 2 ofreció la disminución de un 43,7 % y el 3, de un 33,8 % con relación a las pérdidas totales de proteína (en Kg PB/ha) observadas en el tratamiento 1. Al mismo tiempo, y también con respecto al tratamiento sin tapar y sobre el suelo, el 2 permitió reducir las pérdidas de energía metabolizable en un 42,9 % y el 3, en un 36 %.

Urrets Zavalía señaló que de esta manera se logró comprobar la magnitud del beneficio de tapar con la manta descrita los rollos de alfalfa durante su almacenamiento a campo, con un **gran impacto en la reducción de pérdidas, tanto en kilogramos de materia seca como en kilogramos de nutrientes.** ■

SOLO POR ARRIBA

La metodología de rollo envuelto en manta demostró resultados inferiores a los obtenidos con el solo tapado superior de los rollos con esta manta. Probablemente la causa se encuentre en que impide un rápido secado de la base del rollo al reducir la circulación del viento luego de una lluvia, aparte de posibles efectos de capilaridad en el ascenso de agua desde el suelo.

Hereford apuesta a los cruzamientos

La asociación que nuclea a quienes cuentan con rodeos de la raza promueve esta práctica como herramienta para aumentar la productividad.

La entidad ya cuenta con distintos servicios útiles, tales como la **marcación de machos y hembras Puro Registrado y hembras VIP** como planes de selección, **de toros superiores "S/", el Control de Producción y Programa de Evaluación Genética (PEG)** para cálculo de datos de DEPs, **la selección genómica**, la promoción comercial en remates y exposiciones y la **certificación de Argentine Hereford Beef para exportación**, entre otros. Ahora, la **Asociación Argentina de Criadores de Hereford (AACH)** está poniendo énfasis además en la promoción del uso de los **cruzamientos entre razas** como poderosa herramienta para mejorar la producción de carne por hectárea sin mayores inversiones.

El impacto de los cruzamientos sobre los indicadores de productividad en las distintas etapas de la cadena de la carne han sido suficientemente probados, aunque **en nuestro país son muchos quienes aún están resignando al menos un 15 o 20 % de aumento en kilos de carne en sus animales o por hectárea, lo que significa un importante desperdicio en la rentabilidad del negocio.**

CHOQUE DE SANGRES

Es sabido que ese impacto se logra debido a los efectos del **vigor híbrido** resultante de los cru-

zamientos, que en mayor medida **se manifiesta en los rasgos de menor heredabilidad** como la fertilidad, la supervivencia y el crecimiento, sobre todo en las primeras etapas de vida del animal, aunque también mejora la capacidad y eficiencia del crecimiento y el rendimiento al gancho.

No hay duda de que en nuestras zonas templadas los mejores resultados de los cruzamientos se consiguen con el empleo de las **razas británicas**, los cuales como valor agregado mantienen inalterada la insuperable calidad comestible de sus carnes, apreciadas a nivel mundial.

Por cierto, la Asociación realiza **jornadas técnicas de actualización sobre los cruzamientos**, tanto presenciales en distintas localidades de la Pampa Húmeda, como virtuales por streaming, con participación de reconocidos profesionales y también de productores que dan testimonio de los notables beneficios que logran en su productividad.

Los beneficios de la práctica están ampliamente probados. En este contexto, ya se está anunciando el **Segundo Remate Especial de "Caretas"**, que tendrá lugar el martes 29 de marzo próximo; los interesados en mayor información pueden solicitarla por e-mail a lic.arroyo@hereford.org.ar.



Entre otros parámetros, el vigor híbrido mejora la capacidad y eficiencia del crecimiento y el rendimiento al gancho.

Puesta al día

EL ARGENTINE BEEF RUMBO A DUBÁI

El **Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA)** participará en la próxima edición de la **Gulfood**, una de las ferias de alimentación más importantes de los países árabes que se realizará entre el 13 y 17 de febrero de 2022 en Dubái, Emiratos Árabes Unidos. Para la participación en esta feria, el IPCVA desarrolló un **stand Institucional en el Hall Alimentos del Mundo** (Pabellón Internacional) de 72 metros cuadrados, con un sector de degustación.

PROMOCIÓN EN FRANCIA

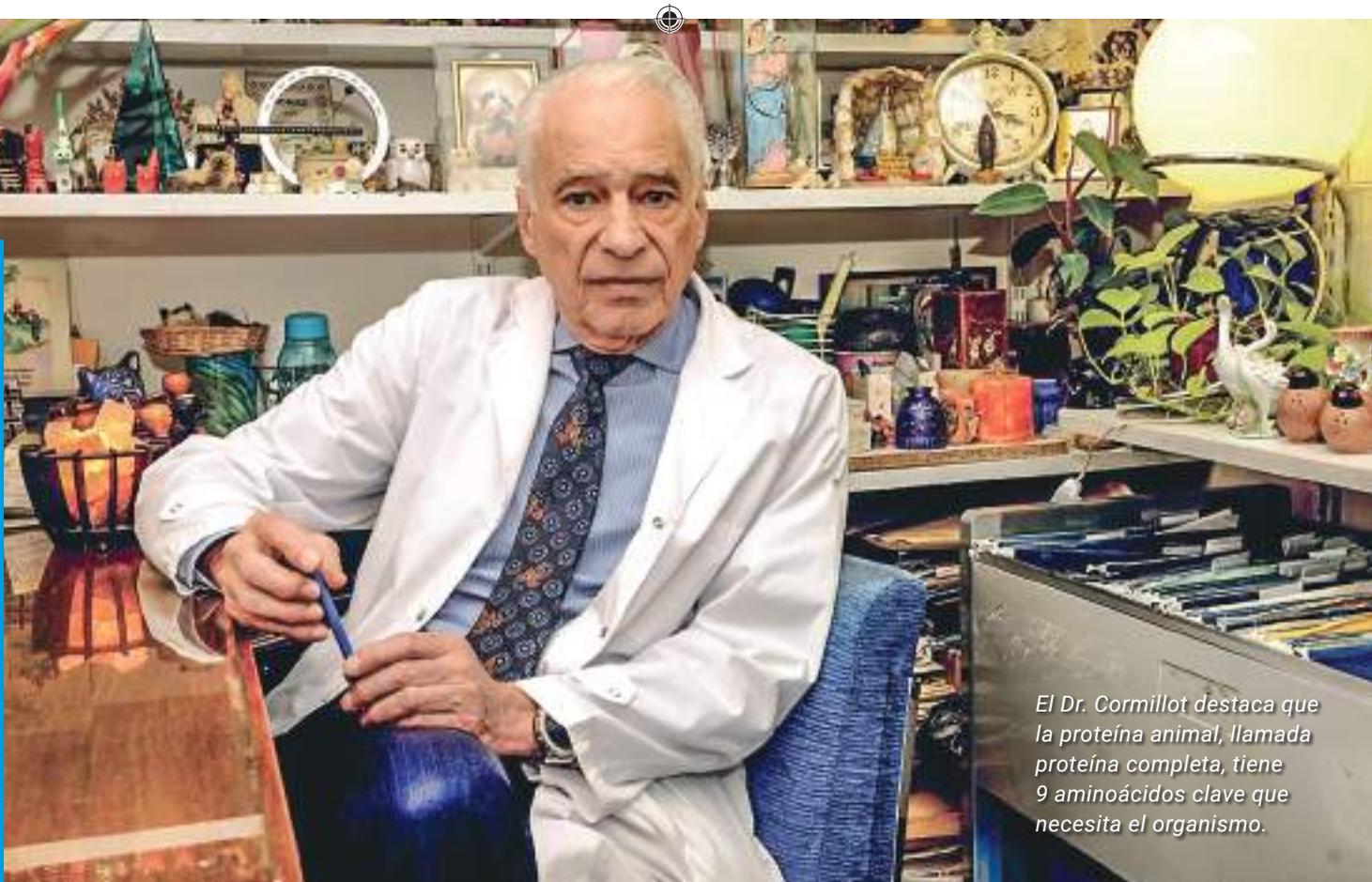
Carlos Muguruza, propietario del restaurante “**Volver**”, una parrilla argentina en el corazón de París, visitó el IPCVA y se reunió con su presidente, **Juan José Grigera Naón**, con quien dialogó sobre posibles acciones de comunicación conjunta en el mercado francés en el transcurso de 2022, como la participación de la carne argentina en la **Feria Sial París** que se llevará a cabo en octubre. “Volver” es un típico restaurante argentino que ofrece carne Angus certificada y recibe habitualmente la visita de muchas celebridades, como los jugadores del PSG, polistas y rugbiers.

DEGUSTACIÓN DE CARNE ARGENTINA EN CUBA

El pasado 15 de diciembre, el embajador de la República Argentina en Cuba, **Luis Ilarregui**, organizó “**Argentina Gourmet 2021**”, un evento de degustación de productos argentinos orientado al sector gastronómico, hotelero, mayorista y de retail de la isla. El encuentro se realizó en la residencia oficial de la Argentina y contó con la asistencia de más de 200 invitados. Se ofrecieron productos argentinos entre los que se contaron las mejores carnes, vinos, quesos, alfajores, dulce de leche y helados de nuestro país, un ejemplo de parte de la oferta exportable argentina en el mercado cubano.

El **Frigorífico Gorina**, en conjunto con el IPCVA, aportaron la carne para degustar en el evento. Entre los cortes ofrecidos se contó con colita de cuadril, lomo, bife de chorizo y entraña, los cuales fueron asados en parrilla y presentados con pan y chimichurri.

En “Argentina Gourmet 2021” participaron empresarios privados y estatales cubanos, representantes diplomáticos de diferentes países y empresarios argentinos residentes en Cuba. La degustación de carne, además de despertar admiración entre el público, sirvió para recabar un conjunto de oportunidades comerciales y demandas concretas de empresas cubanas.



El Dr. Cormillot destaca que la proteína animal, llamada proteína completa, tiene 9 aminoácidos clave que necesita el organismo.

CARNE Y SALUD

La importancia de consumir proteínas completas

La carne es una fuente vital de estas macromoléculas de aminoácidos esenciales, que aportan notables beneficios a la salud humana, ingeridas en su justa medida.

Entre los componentes de los alimentos están los hidratos de carbono, las proteínas y las grasas. Respecto de las proteínas, estas son esenciales para el crecimiento y fortalecimiento del cuerpo humano. “Ingeridas en forma moderada, las **proteínas completas** son importantes para el mantenimiento de **la masa muscular, las defensas y el desarrollo cerebral**”, señala el Dr. **Alberto Cormillot**, M.N. 24.518, médico especialista en nutrición y obesidad.

La proteína animal, llamada proteína completa, tiene **9 aminoácidos clave que necesita el organismo**. La **carne vacuna** es una fuente importante de proteínas, eso sí, hay que hacer una salvedad. “**La carne con mucha grasa o bien la carne procesada, ya no es tan saludable** -enfatisa el

profesional-. Por lo demás, la carne despierta pasiones a la hora de la comida. Se vincula con un fenómeno de pertenencia, con una tradición gastronómica y de identidad colectiva a lo largo de la historia, como el asado, la primera comida del hombre hace un millón de años o más”.

MÚLTIPLES VIRTUDES

“Cuando hablamos de consumo de carne, ponemos de relieve sus **factores nutricionales**, la energía y las proteínas que brinda al organismo -puntualiza Cormillot-. Todo esto contribuye con el **mantenimiento de la masa muscular, producción de enzimas y de hormonas**. Ayuda al sistema nervioso central y las defensas, ya que

La carne tiene efectos positivos en los más chicos, en el embarazo y en el adulto mayor. En la niñez es indispensable.



aporta hierro, zinc, y las vitaminas del grupo B. Las proteínas de la carne colaboran con la protección de la piel, previenen la anemia y fomentan el desarrollo cerebral”.

Por ejemplo, un bife de 100 gramos cubre el 30 % de las proteínas necesarias, el 4 % de las grasas, del 20 % al 60% del grupo de vitaminas B, el 85 % de la vitamina B12, el 14 % del hierro y el 45 % del zinc. Con respecto al hierro, la anemia es un problema crítico a nivel mundial y **las personas que comen un poco de carne están haciendo prevención de la anemia.**

La carne tiene efectos positivos en el niño, en el embarazo y en el adulto mayor. **En la niñez es indispensable.** “Un chico que no tenga hierro es un chico que se distrae, un estudiante que rinde menos en el colegio”, aseguró el especialista.

MUCHO CUIDADO

Cuando se asocia a la carne con el desarrollo de ciertas enfermedades, hay que recordar que esto se refiere a **las carnes procesadas, como los embutidos.** La carne procesada es aquella que ha sido transformada a través de la salazón, el curado, la fermentación, el ahumado u otros pro-

cesos para mejorar su sabor o su conservación. La mayoría de las carnes procesadas contienen carne de cerdo o carne de res, pero también pueden incluir otras carnes rojas, aves, menudencias o subproductos cárnicos tales como la sangre.

“La carne procesada fue clasificada como Grupo 1, cancerígeno para los seres humanos. Esta categoría se utiliza cuando hay suficiente evidencia de carcinogenicidad”, subrayó el médico. En otras palabras, hay pruebas convincentes de que el agente causa esta dolencia. La evaluación se basa generalmente en estudios epidemiológicos que muestran el desarrollo de cáncer en humanos expuestos, ya que provoca cáncer de colon y recto. También se vio una asociación con el cáncer de estómago, pero la evidencia no es concluyente.

El riesgo aumenta con la cantidad de carne consumida. “Cada porción de 50 gramos de carne procesada consumida diariamente aumenta el riesgo de cáncer colorrectal en aproximadamente un 18%”, concluyó el reconocido médico, que también es educador para la salud, escritor y conferencista. ■

PALABRA AUTORIZADA

Los pergaminos y la trayectoria del Dr. Alberto Cormillot son largamente conocidos. Fundó y dirige la Clínica de Nutrición y Salud que lleva su nombre, el Dieta Club, la Fundación ALCO (Anónimos Luchadores Contra la Obesidad) y el Instituto Argentino de Nutrición, desde donde asesora a industrias para la elaboración de productos dietéticos y saludables. Toda una autoridad en el tema.

Cuando hablamos de consumo de carne, ponemos de relieve sus factores nutricionales, la energía y las proteínas que brinda al organismo.



A pesar de las nuevas tendencias, el consumidor sigue privilegiando una dieta balanceada que permita maximizar la incorporación de nutrientes.

CONSUMO 3.0

Todo en su justa medida

En tiempos flexitarianos, la búsqueda del equilibrio alimentario refuerza el rol de la carne vacuna. El argentino privilegia una dieta que la incluya, combinada adecuadamente con vegetales.

El término “flexitariano” hace referencia a una conducta alimentaria que **permite el consumo de carnes pero contempla una disminución progresiva de esta ingesta**, pudiendo resultar una postura alimentaria en transición hacia el veganismo o vegetarianismo. En este contexto ¿sabías que en la Argentina existe **un 30 % de la población** que se siente representada por esta conducta alimentaria?

Este porcentaje puede parecer elevado si no se sabe cuáles son las razones por las que una persona decide tomar esta conducta alimentaria. El **estudio de la demanda, sus preferencias, creencias y motivaciones** es indispensable para poder entender el comportamiento de la gente. En uno de sus monitoreos de consumo, el IPCVA indagó por las razones que llevan a esta tendencia, entre las que se destacó **la creencia de que una**

dieta con menos carne es más saludable. Otras razones son el cuestionamiento a la carne por maltrato animal o supuesto daño ambiental.

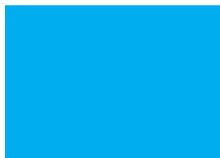
REPOSICIONARSE

Como se trata de una tendencia en la que entran en juego cuestiones éticas y morales, la pregunta que le cabe al sector cárnico es: ¿se puede reposicionar el producto y reconquistar a esos consumidores que hoy están abandonándolo?

Actualmente quienes más se vuelcan a estas tendencias son los **jóvenes y las mujeres**. En este sentido, las redes sociales juegan y mucho. Según datos del IPCVA cuando se pregunta por qué los usuarios de redes **siguen a un influencer**, la búsqueda de entretenimiento y el interés por los consejos que ofrecen estos referentes resultan factores de peso a la hora de elegirlos.

¿Cuál de estas imágenes le parece más adecuada para publicitar la carne vacuna argentina?

79%



Un plato equilibrado con distintos ingredientes.

14%



Un plato solo con carne.

4%



Un plato con menor porción de carne y más cantidad de otros ingredientes.

4%



Ninguna.

Aquí entonces está el primer indicio de que la gente, y los más jóvenes en particular, prestarán atención a aquello que en principio los entretenga y que necesitan además una guía en un entorno de elevada desorientación, incertidumbre y falta de confianza. **En este escenario, deben ganar cada vez más espacio los mensajes y las comunicaciones institucionales más informales, tanto en tono como en carácter.**

Los retos aparecen cuando las redes potencian y amplifican la voz de **formadores de opinión que actúan con desinformación o falta de conocimiento**. Allí es donde la carne empieza a tener un problema porque, por más información científica de primer nivel que ponga sobre la mesa para contrarrestar a sus cuestionamientos, **la atención de los más jóvenes no es fácil de conseguir.**

UNA GRAN BATALLA

La credibilidad se construye con una presencia casi constante y con una postura empática con las personas. A la carne le cuesta generar credibilidad y poder de convencimiento para influenciar positivamente sobre el consumidor argentino. Y esto se da principalmente cuando el

TENDENCIA DEFINIDA

Cuando a los argentinos se les pregunta por distintas alternativas de imágenes de platos para incluir en promociones destinadas a incentivar el consumo de carne bovina y se le muestran fotografías con platos con carne sola, platos con carne y vegetales en cantidades proporcionales y platos con mayor proporción de vegetales que carne, la opción más elegida es la que visualmente aparece más equilibrada.

sentimiento de las conversaciones relacionadas con ella es predominantemente negativo. Uno de los factores que atentan contra su imagen es la posición de **muchos influencers que le dan la espalda, pero también el accionar activista vegano y ambientalista**, la adopción de estos nuevos estilos de vida por parte de celebridades o famosos, la politización y la ideologización de las conductas alimentarias.

Investigar la percepción, los aspectos cognitivos y el imaginario de la gente resulta de suma utilidad para el perfeccionamiento de acciones tácticas de comunicación. El IPCVA analizó el grado de preferencia de los argentinos por diferentes dietas y **siempre prima el deseo de equilibrio en términos de ingredientes**. Se visualiza a una dieta balanceada como más sana.

EL MEJOR CAMINO

Las personas piensan, sienten y sueñan en imágenes. Por eso, la relevancia de investigaciones que contribuyan a explotar todas las bondades e ideales que el argentino tiene sobre este alimento emblemático. El marketing digital, la gestión de las redes sociales, el carácter y el tono comunicacional serán fuentes de competitividad que se volverán cada vez más relevantes. La carne argentina no tiene por qué apartarse del camino que ha marcado su esencia para siempre: carne argentina, carne de verdad. ■

*Autores; Ing. Agr. M. Sc. Adrián Bifaretti,
Jefe Departamento de Promoción Interna.
IPCVA.*

*Lic. Eugenia Brusca, Asistente
Departamento de Promoción Interna. IPCVA.*

LA MEJOR CARNE DEL MUNDO

Encontrá las mejores recetas en www.carneargentina.org.ar



CARNE ARGENTINA
www.ipcva.com.ar