

Ganadería IPCVA Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina

MARZO 2021



POTENCIAR LAS VENTAS A CHINA

Ambiciosa campaña de posicionamiento del IPCVA para consolidar el vínculo con el principal comprador de carne vacuna argentina.

SUMAMENTE SALUDABLE

Abundan las evidencias sobre los beneficios de la ingesta de carne.

GENÉTICA DE EXPORTACIÓN

Angus lleva su "know how" a España, a pedido de su par ibérico.

Sumario

03 Lo que viene

El IPCVA llama a concurso internacional para la campaña anual de promoción en China desde abril 2021 hasta abril 2022.

04 Ocho de cada diez argentinos cree que la carne es saludable

Estos datos surgen de una encuesta online donde se evaluaron también las diversas fuentes de información y la importancia de las redes sociales a la hora de definir una dieta alimenticia.

06 Sanidad: detectan resistencia a la ivermectina en la garrapata bovina

Especialistas argentinos y brasileños alertan sobre el uso frecuente de este producto y brindan recomendaciones para su manejo.

07 Genética bovina: acuerdo con la Asociación Española de Criadores de Angus

En pos de mejorar la raza en España, los criadores ibéricos incorporarán el programa de evaluación de reproductores de sus pares argentinos y tendrán un nuevo Herd Book en convenio con la Sociedad Rural Argentina y Angus Argentina.

08 Actualización técnica. Humedales: el desafío del mapeo para un uso sustentable

El INTA inició el mapeo para determinar la distribución de los humedales de la Argentina e identificar sus principales usos productivos.

11 Puesta al día:

Novedades vinculadas con las acciones de capacitación y promoción del IPCVA dentro y fuera del país.

12 Mercados: informe de exportación de carne vacuna en 2020

Durante 2020 se destacó el crecimiento de China como principal destino, seguido por Chile y Alemania.

13 Salud: Sin carne vacuna no existe una alimentación saludable

El médico Jorge Tartaglione explica la importancia del consumo de carne en una dieta saludable, por su aporte de nutrientes y proteínas.

14 Consumo 3.0. Nuevos productos y nuevos cortes

Frente a un consumidor activo y exigente, se están elaborando productos cárnicos con bajo contenido de sodio y productos con "terneza asegurada". Del mismo modo, surge la demanda de nuevos cortes en el mostrador.

LO QUE VIENE

Campaña de posicionamiento en China

El Instituto llevará a cabo una acción de este tipo entre abril de 2021 y abril de 2022. Para ello llama a concurso internacional de agencias de marketing y publicidad con experiencia en el mercado chino.

La decisión se tomó tras una **reunión del IPCVA con el embajador de China en la Argentina, Zou Xiaoli**, quien señaló que el mercado de su país sigue presentando oportunidades para **incrementar aún más las actuales exportaciones de carne argentina**. De hecho, según se habló durante el encuentro, aún no se ha logrado satisfacer el volumen demandado por el gigante asiático, considerando el creciente poder de compra de los consumidores, la mayor demanda por proteínas rojas y el reconocimiento de la calidad de nuestras carnes.

COMUNICAR, SIEMPRE

Según destacó Zou Xiaoli, en ese contexto es muy importante **continuar con las acciones de comunicación** de la carne argentina a los consumidores chinos, informando sobre los sistemas de seguridad de calidad de la cadena de producción e industrialización, pero también destacando la historia de este emblemático alimento, su sistema de producción, la cultura gastronómica, la imagen país y el turismo, utilizando especialmente para ello **las redes sociales en China y los canales institucionales**.

Actualmente se está llevando a cabo la campaña de promoción en China denominada “Carne argentina, confiable y segura”. Se realiza en redes sociales, en las plataformas de DouGuo Gourmet y Toutiao.



Ocho de cada diez argentinos cree que la carne vacuna es saludable

Aparecen nuevas conductas alimentarias que llaman a no incluirla en la ingesta diaria. Sin embargo, el consumidor local confía en los beneficios para la salud que devienen de la carne argentina.

A sí se desprende de los resultados del **estudio de mercado que lleva adelante el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina a través de un panel online**. Se trata de una encuesta bimensual representativa de todo el país con una muestra de 1100 casos. La investigación señala que **el 77 % de las personas tiene una opinión favorable sobre la carne y su salubridad**. Sólo un 23 % respondió que la carne no es saludable.

INFLUENCERS

Profundizar el **conocimiento de las tendencias respecto de estilos de vida y hábitos de la demanda y la forma en que piensa y actúa el consumidor** ayuda a entender por qué se producen ciertos fenómenos de consumo. Emergen entonces explicaciones que van más allá de razones estrictamente económicas, tales como el poder adquisitivo de la gente o los precios de los diferentes alimentos.

Las **redes sociales** hoy en día son un fiel reflejo de la forma de pensar y actuar de la gente. Las principales comunidades digitales argentinas se construyen en torno de **personas conocidas (cantantes, celebridades, influencers, etc.)** que marcan el rumbo en un contexto de incertidumbre y falta de confianza cada vez mayor. Los medios de comunicación y las propias marcas o productos en particular siguen en orden de importancia, pero los “famosos” han tomado una ventaja importante en esta era de la distracción.

La fama de los influencers tiene cada vez más peso en el marketing porque estos actores de

las redes median en la forma en que las personas toman diferentes decisiones sobre su vida cotidiana. Actúan como un verdadero imán para aquellos jóvenes en busca de consejos o simplemente conexión. Muchas veces no importa chequear los contenidos. Es más, **en ocasiones esta información se viraliza o se comparte sin revisar la evidencia científica de lo que se dice**, de lo que se opina, o lo que es peor, se recomienda.

En este contexto, cuando se le pregunta a la gente si reemplazaría a la carne vacuna al enterarse de noticias negativas vistas o escuchadas en redes sociales, un 21 % de los encuestados opina que podría sustituirla al tomar conocimiento de opiniones que la cuestionen por temas de salud. Algún comportamiento parecido, o inclusive más manifiesto, podría darse ante cuestionamientos vinculados al maltrato animal o el tema ambiental.

PERCEPCIONES

Las conductas alimentarias de los más jóvenes estarían cada vez más asociadas a lo que se percibe y se interpreta como posibilidad o alternativa saludable. En esta era digital tiene alta influencia lo que surge de comentarios de amigos o amigos de amigos o conocidos o, en su defecto, en función de lo que se ve o escucha de parte de verdaderos “recomendadores seriales”. La gran diferencia cuando comparamos con lo que un médico o nutricionista puede recomendar, opinar y analizar en las redes sociales, es que estos profesionales cuentan con respaldo y trayectoria científica.

La carne vacuna argentina está aprendiendo como muchos otros alimentos a "conversar" en las redes sociales.



La carne vacuna argentina está aprendiendo como muchos otros alimentos a "conversar" en las redes sociales. Como se ha dicho en otra oportunidad, los mercados son conversaciones. Comprender las posibles reacciones o conductas de la gente permite trazar mejores estrategias de comunicación y promoción responsable, contrarrestando la desinformación, el desconocimiento, la falta de evidencia científica, las "fake news" y por qué no, los prejuicios o falsas creencias de la "gente de la nube".

RECOGER EL GUANTE

Tenemos un desafío por delante, por eso el **IPCVA redobla sus esfuerzos por concientizar a la población sobre el rol de la carne vacuna en una dieta equilibrada.** En este marco, una de las campañas de marketing del IPCVA se focaliza en el eje de carne + salud.

La carne vacuna no pretende formar parte y menos aún estar en el medio de ninguna grieta alimentaria. Por el contrario, entiende que tiene mucho para aportar a la unión de los argentinos.

*por Adrián Bifaretti y Eugenia Brusca,
Dpto. de Promoción Interna del IPCVA.*

En la era de las redes sociales, los influencers pueden marcar tendencias de consumos alimenticios, sin tener el respaldo científico adecuado.

GENÉTICA

Angus y la SRA firmaron un acuerdo con España

Obedece al interés de la Asociación Española de Criadores de la raza Aberdeen Angus en inscribir sus productos en la Argentina. La Sociedad Rural Argentina se hará cargo de los Registros Genealógicos de los reproductores de pedigree de la raza en España.

La Asociación Española de Criadores de Aberdeen Angus quiere contar con un programa local de evaluación de reproductores, utilizando para ello la metodología más avanzada para producir **DEP (Diferencias Esperadas entre Progenies)**, de la cual la Asociación Argentina de Angus (AAG) es líder en Latinoamérica, al ser la primera asociación de criadores en incluir la evaluación genómica en su programa. A través de su programa **ERA (Evaluación de Reproductores Angus)**, la Asociación Argentina de Angus proveerá la colaboración técnica en pos de este objetivo, mientras que el nuevo Herd Book Español se hará en acuerdo con la Sociedad Rural Argentina.

dos por 520 cabañas adheridas. Esto permitió a la Asociación armar su propia población de referencia y generar, a partir de su **Resumen de Padres Angus 2019**, la primera **evaluación genómica Angus con DEP Enriquecidos**, no sólo en la Argentina, sino también en la región.

De la firma del acuerdo, que se realizó en el predio palermitano de la SRA, participaron **Daniel Pellegrina y Pedro Reggi**, presidente y secretario de la SRA, **Gonzalo Vidal y Ricardo Cantarelli**, apoderados de Angus España, y **Luis Barcos**, representante de la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE París, Francia); acompañados por **Alfredo Gusmán**, presidente de Angus Argentina.

MEJORA GENÉTICA

Este convenio refuerza la importancia del trabajo que realizan los **Registros Genealógicos y el Laboratorio de la SRA**, buscando modernizar y optimizar las registraciones de reproductores, manteniendo un estándar internacional, y es un verdadero reconocimiento a la productividad y confianza de los servicios que se prestan.

El registro y control de la genealogía de los reproductores contribuye a **un mejoramiento genético que ha logrado una mejor calidad en la producción de carnes**, posicionando al país como un gran exportador de carnes de calidad, y también como un exportador de genética a los más diversos destinos.

El programa ERA, creado en 1989 a partir de un convenio con el INTA, posee **la mayor base de datos fenotípicos de la raza Angus en América Latina, con casi 600.000 reproductores aporta-**



Representantes de la Sociedad Rural Argentina y las Asociaciones Angus de España y la Argentina tras la firma del acuerdo.



El INTA cuenta con un Proyecto Nacional que tiene entre sus objetivos determinar la distribución de humedales en la Argentina.

ACTUALIZACIÓN TÉCNICA

Humedales: el desafío del mapeo para un uso sustentable

El INTA espera completar la tarea en el año 2022. La Argentina contará con un mapa completo y actualizado de todas las superficies de este tipo que hay en el país.

En el marco de un Proyecto Nacional, un equipo de especialistas del Instituto trabaja para **identificar los principales usos productivos de los humedales y generar guías de buenas prácticas** para compatibilizar la producción con su conservación.

Los humedales son socioecosistemas muy valiosos, tanto en lo ambiental como en lo productivo, dado su rol en la provisión de servicios ecosistémicos y biodiversidad. Son **ambientes altamente diversos** que incluyen, entre otros, desde bañados y esteros, vegas, mallines y tur-

beras, hasta bosques fluviales, zonas costeras de estuarios y marinas.

DATOS POR DEVELAR

A lo largo de la historia, las poblaciones se establecieron y desarrollaron a la vera de estos ecosistemas aprovechando la gran diversidad de recursos que aportan, tales como: agua, alimentos, fibra y madera, entre otros. **En la Argentina, gran parte de los humedales poseen hoy sistemas productivos asociados** que, a partir de esos

servicios ecosistémicos, generan un sinnúmero de alimentos y bienes para la sociedad.

“A la fecha no se sabe ciertamente cuál es la extensión total de los humedales en el país; hay diversas estimaciones que van desde aproximadamente el 12 % hasta el 23 % de la superficie de la Argentina, lo que implica una brecha de casi el 100 % entre ellas”, explicó **María Fabiana Navarro**, investigadora del Instituto de Suelos y coordinadora del Proyecto Nacional del INTA denominado “Humedales de la República Argentina: distribución, usos y recomendaciones coparticipativas para una producción sustentable”.

De acuerdo con Navarro, “estas estimaciones fueron realizadas a partir de escalas espaciales de simple reconocimiento, por lo tanto, no permiten identificar fehacientemente estos ambientes, pudiendo llevar a sobreestimaciones o subestimaciones de la superficie y, por ende, podrían ser poco fiables para la toma de decisiones”.

de buenas prácticas para compatibilizar la producción con su conservación.

El **mapeo de estos espacios** es uno de los objetivos principales de este proyecto del INTA, que nace en 2019 para dar respuesta a una serie de demandas tanto de la sociedad como del ámbito de ciencia y tecnología.

Con este fin, el proyecto propone, por un lado, **determinar la distribución de los humedales de la Argentina e identificar sus principales usos productivos**, generando mapas probabilísticos de presencia de humedales a través de la clasificación de imágenes satelitales de diferentes sensores y escala espacio-temporal, y del uso de plataformas de análisis de grandes volúmenes de datos y diversos algoritmos de clasificación. Estas herramientas van a permitir clarificar el panorama de estos espacios que debemos conocer a fondo y aprovechar racionalmente



Los humedales son socioecosistemas muy valiosos, tanto en lo ambiental, como en lo productivo. Se impone conocerlos a fondo.

DEPENDIENTES

Este tipo de ecosistemas tiene una dificultad intrínseca para la detección y cartografía: dependen de las **dinámicas hidrológicas de corto y largo plazo**. Una dinámica que en la mayoría de los casos se expresa de forma poco “visible” y hace que los trabajos de evaluación deban ser realizados con diferentes aproximaciones. Para esto, el INTA cuenta con un Proyecto Nacional que tiene entre sus objetivos determinar la distribución de humedales en la Argentina, identificar sus principales usos productivos y generar guías

El conocimiento de los humedales existentes permitirá un uso sustentable para todos los ambientes socioeconómicos de la población.

A la fecha no se sabe ciertamente cuál es la extensión total de los humedales en el país; hay diversas estimaciones que van desde el 12 % hasta el 23 % de la superficie argentina.



PREPARARSE A FONDO

En 2020 se dio comienzo al proyecto con una serie de **cursos direccionados a la detección de humedales** y manejo de tecnología para análisis de gran volumen de datos (Big Data), a los que asistieron técnicos e investigadores de otras instituciones como el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MAyDS), el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación (MAGyP), la Universidad de San Martín (UNSAM) y el Organismo Provincial para el Desarrollo Sostenible (OPDS).

“Actualmente estamos llevando adelante la determinación de los humedales y, si bien es un proceso que insume tiempo, creemos que **para fines de 2021 tendremos los primeros resultados y para mediados del año siguiente podremos contar con el mapa de distribución de humedales en el país, y a fines de 2022 con el mapa de usos de humedales**”, indicó la especialista del INTA.

Con esto, y a partir de las **Guías de Buenas Prácticas (GBP)**, se espera contribuir a la planificación y ordenamiento de los usos productivos de los humedales. Las Guías serán una herramienta para que el productor pueda producir sustentablemente, conservando los servicios ecosistémicos que tiene el humedal. Son herramientas que, eventualmente, permitirán también agregarle valor a la producción.

Navarro explicó que “el gran desafío para el INTA como organismo científico-técnico está en originar conocimiento que contribuya a maximizar las oportunidades productivas de generación de alimentos y bienes en estos ambientes, a partir de **reducir al mínimo posible los impactos ambientales y sociales negativos**”. El producto que se obtendrá será línea de base para futuros monitoreos de sistemas productivos, a través del uso de indicadores y el análisis de la dinámica de cambios de los humedales.

Puesta al día | BREVES

SE VIENE GUAMINÍ

El próximo miércoles 17 de marzo, el **Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA)**, acompañado por el **INTA**, llevará a cabo una nueva jornada a campo virtual en el **Establecimiento "Santa Elena"**, de Guaminí, provincia de Buenos Aires. Durante la jornada, en la que se mostrará el planteo productivo del establecimiento, disertarán destacados especialistas del INTA, el IPCVA y asesores privados. También se recorrerán en forma digital distintas paradas o salidas a campo. Como todas las actividades que realiza el IPCVA, la jornada se podrá seguir en vivo y en directo vía Zoom en forma libre y gratuita, pero se requiere una preinscripción para reservar el cupo. La inscripción puede realizarse en www.ipcva.com.ar o al WhatsApp +54911 44158189. Una vez realizada, los videos de la jornada estarán disponibles en la página web del Instituto.

ESTRATEGIAS PARA EE.UU.

La **Embajada Argentina** en Estados Unidos, la **Cancillería** y el **IPCVA** trabajan conjuntamente para delinear estrategias de promoción en el mercado estadounidense y para generar nuevas oportunidades de negocio para la carne argentina. En ese marco, se llevó a cabo una primera reunión de coordinación entre la Embajada Argentina en Estados Unidos, la Subsecretaría de Promoción de Comercio e Inversiones de Cancillería y el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA) durante la que se presentó el **"Informe de mercado de carne bovina"** elaborado por la embajada en 2020 y se analizó el desarrollo de un esquema de actividades de promoción comercial para este año. EE.UU. es un importador neto de carne vacuna y las exportaciones de la Argentina hacia ese destino pasaron de 1.717 toneladas peso producto en 2019 a 20.539 toneladas en 2020.

JORNADAS ON DEMAND

Todas las jornadas y seminarios que lleva a cabo el IPCVA están disponibles en video en la página del Instituto (www.ipcva.com.ar). La primera de este año fue la que se realizó en Reconquista, Santa Fe, el pasado 24 de febrero, con la participación de más de 600 productores que la siguieron en directo a través de la plataforma Zoom. Lo mismo ocurrirá con la próxima jornada de Guaminí que se sumará a los más de 50 eventos que están disponibles gratuitamente en la página.

Exportaciones de carne vacuna 2020

Los despachos entre enero y diciembre del año pasado se ubicaron en volúmenes cercanos a las 897,5 mil toneladas equivalente res con hueso, por un valor cercano a 2.710 millones de dólares.

La República Popular China resultó el principal destino, en volumen, para la carne vacuna argentina durante el año 2020 con aproximadamente 462 mil toneladas, seguido por Chile, 32,6 mil toneladas, y luego por Israel, 27,3 mil toneladas. En cuanto al valor de las divisas ingresadas, el principal mercado durante el periodo también fue **China, que representó un 63,3 % del monto total exportado de carne vacuna enfriada, congelada y procesada en el período**, seguido por Alemania (7,2 %), Israel (7,0 %), y Chile (6,8 %).

UNOS Y OTROS

Si se comparan los embarques del año 2020 con los correspondientes al período enero-diciembre de 2019, estos mostraron un comportamiento variado con relación a los niveles de actividad que se habían registrado un año atrás: Estados Unidos exhibió un crecimiento significativo,

China, Chile e Israel registraron variaciones positivas moderadas, mientras que Alemania, los Países Bajos y Rusia anotaron caídas moderadas. Por otra parte, el volumen despachado con destino al mercado de Brasil se mantuvo estable. Finalmente, Italia mostró la caída de mayor magnitud en los volúmenes de carne argentina demandados.

Dentro de la Unión Europea, entre diciembre de 2019 y el duodécimo mes del año 2020, **Alemania** exhibió un escenario de precios con una tendencia significativa a la baja (-29,2 %). En **Israel**, los valores mostraron caídas moderadas al comparar los meses de diciembre de los últimos dos años (-3,6 %), mientras que en el caso de **Chile** los precios anotaron una significativa merma interanual (-13,5 %). En **China** se observó una caída significativa de los precios promedio (-38,2 %) en los últimos doce meses, mientras que en **Brasil** los valores declinaron en un 31,2 % en el último año.

La Argentina cerró un 2020 con un muy buen número en materia de exportaciones, con China como protagonista.



CARNE VACUNA

Fundamental en una alimentación saludable

Ante las nuevas tendencias de consumo (dietas libres de gluten, libres de azúcar, veganas, vegetarianas), el médico especialista en medicina familiar y diabetes del Hospital General de Agudos "Dr. Ignacio Pirovano", **Joaquín Tartaglione**, indicó que **"es imposible pensar en una alimentación sin carne, porque esta nos aporta diferentes macro y micronutrientes que no vamos a encontrar en otro lado"**.

TODOS LOS NUTRIENTES

En ese sentido, sostuvo que la carne vacuna es un **alimento fuente**. Quiere decir que a través de ella adquirimos **todos los nutrientes que necesita nuestro organismo**. "Las **proteínas de alto valor biológico** se llaman así porque tienen aminoácidos esenciales, que son los 'ladrillos' que componen la proteína -ejemplificó-. Muchas de ellas deben adquirirse a través de los alimentos, como la carne", agregó.

El médico aseguró que la carne vacuna tiene dos nutrientes fundamentales para el cuerpo humano: uno es **el hierro** y el otro, la **vitamina B12**, esenciales para una buena salud. También aporta **zinc, vitaminas del complejo B y vitamina D**.

"Si pensamos quiénes se benefician con estos aportes, la verdad es que todos: si una embarazada tiene déficit de B12, a la larga va a tener consecuencias en el desarrollo de ese chico. De igual modo, si un niño crece sin el aporte de proteínas adecuadas, sin hierro o vitamina B12, a no muy largo plazo cabe esperar problemas concretos. Tampoco hay dudas de la importancia que reviste en el adulto mayor para **prevenir la pérdida de masa muscular y brindar** el aporte adecuado de proteínas con una alimentación correcta. Lo mismo para quienes realizan actividad física: el consumo de proteínas es importante tanto antes como después del ejercicio, para recuperar ese desgaste muscular que se genera", concluyó.



La ingesta de carne vacuna es absolutamente necesaria. Proporciona nutrientes que no vamos a encontrar en otros alimentos.



Técnicos del INTA y el Conicet trabajan en la reducción del contenido de cloruro de sodio mediante aditivos.

CONSUMO 3.0

Nuevos productos y cortes

Especialistas del INTA, carniceros, chefs y dueños de hamburgueserías analizaron las tendencias del consumo en la jornada “La hora de los jóvenes en la carne argentina” organizada por el IPCVA.

La propuesta reunió un amplio abanico de profesionales vinculados con la carne vacuna en todos sus aspectos. Entre ellos, **Natalia Szerman**, investigadora del **Instituto de Tecnología de alimentos de INTA y del CONICET**, se refirió al nacimiento de nuevos productos cárnicos específicamente desarrollados a partir de dos líneas de trabajo: **bajo contenido de sodio y ternera asegurada**.

DEMASIADA SAL

“En nuestro país el consumo de sal es de entre **10 a 12 gramos diarios por persona**, y la ingesta recomendada por la Organización Mundial de la Salud y la FAO, es de 5 gramos por día”, sostuvo

y especificó que **los productos cárnicos se encuentran entre los cinco alimentos con mayor contenido de sodio**, por lo cual, es importante generar estrategias para reducir o eliminar dicho contenido. “Por lo tanto -aseguró la especialista- **recortar la proporción de sal en productos procesados** es un importante desafío para la industria de los alimentos y requiere investigación para poder buscar soluciones sin comprometer la inocuidad”.

“En este sentido -comentó la investigadora- estamos trabajando la reducción del contenido de cloruro de sodio mediante la **incorporación de otros aditivos** como los concentrados de proteínas lácteas; trabajamos con carne vacuna en cortes enteros y la habilitación de nuevas

tecnologías de procesamiento, como las **altas presiones hidrostáticas en combinación con el agregado de fibras vegetales o de otras sales**". Estos procedimientos, según explicó, se están usando para la formulación de hamburguesas y salchichas.

Por otro lado, en relación al **desarrollo de productos cárnicos con "terneza asegurada"**, explicó que se encuentran trabajando con la aplicación de altas presiones hidrostáticas, en combinación con temperatura (**tratamientos térmicos asistidos por altas presiones**).

"Es muy importante la innovación que uno puede lograr aplicando nuevas tecnologías, ya sea al extender la vida útil o al generar nuevos productos que tengan una mayor aceptación por el consumidor", subrayó.

También están detrás de la **valorización de subproductos de la industria cárnica**, por ejemplo con pulmón bovino. "Realizamos una hidrólisis con enzimas proteolíticas comerciales para ob-

yormente lomo, asado, colita de cuadril, entraña, vacío o picaña, **se han puesto de moda cortes como el "tomahawk", que hace que la demanda del centro de la media res (parillero) crezca.**

Algunos cambios son coyunturales. Los **cortes para milanesa** (bola de lomo, cuadrada, nalga) han sido quizás los más afectados por la pandemia; la estructura familiar se vio impactada por la cuarentena y el cierre de las escuelas. Es de esperar que esto vaya revirtiéndose.

Antes de la cuarentena, Méndez solía hacer **talleres** donde la gente que se anotaba a través de Facebook se acercaba a la carnicería a **ver un desposte**. En esa oportunidad, explicaba **de dónde salía cada corte** y qué características tenía. El espíritu de esa movida era que el consumidor **conociera más a fondo la carne vacuna, y tanto cortes nuevos como preexistentes, que el común de la gente ignora**. Que aprendiera **qué atributos mirar para identificar calidad de carne** (color, grasa, tamaño de los huesos, la forma,

Hay un notable crecimiento de la oferta de hamburguesas gourmet, elaboradas con cortes especiales y aditivos naturales.



tener hidrolizados que tengan diferentes propiedades, por caso, antioxidantes que luego se pueden utilizar como aditivos en la industria de los alimentos. De esta manera partimos de una materia prima de muy bajo costo y **logramos un producto que pueda luego volver a la cadena de la industria con un alto valor**", concluyó.

OTRAS TENDENCIAS

Por su parte, **Hernán Méndez**, propietario de la **Carnicería PIAF**, explicó que si bien vende ma-

que tenga estructura, con músculos bien firmes, etc.). La pandemia y la cuarentena terminaron con esta sana práctica, que algún día podrá ser retomada.

"Me gustaría a futuro que la gente amplíe el repertorio de cortes que consume, que se anime a comer una tapa de paleta, una marucha, una cima, que es la parte alta de la tapa de asado, la última partecita del vacío -se parece a la entraña y es muy rica-, la tapa de bife, la punta de espalda. La carne vacuna ofrece múltiples alternativas; hay que conocerlas y valorarlas", concluyó.

LA MEJOR CARNE DEL MUNDO

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



CARNE ARGENTINA
www.ipcva.com.ar