

► MUY BUENOS RESULTADOS DE LA CAMPAÑA EDUCATIVA 2007



► ESTUDIOS, CONVENIOS, CAPACITACION Y BECAS

INVESTIGACION ESTRATEGICA PARA LA CARNE ARGENTINA

Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA)
Balcarce Mercedes Castelar

Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Católica de Santa Fe

Asociación Argentina de Angus

Facultad de Ciencias Veterinarias
Universidad Nacional del Nordeste

Centro de Investigación
y Desarrollo en Criotecología
de los Alimentos (CIDCA)

Red Interinstitucional
de Investigaciones y
Desarrollo de Fiebre Aftosa

Escuela de Negocios de
la Universidad Católica De Salta

Facultad de Ciencias
Agrarias de la Universidad de
Concepción del Uruguay

Asociación Argentina de Consorcios
de Experimentación Agrícola (AACREA)

Facultad de Ciencias Agrarias
Universidad Nacional de
Lomas de Zamora (UNLZ)

Facultad Regional de
Rafaela Universidad
Tecnológica Nacional (UTN)

Facultad de Ciencias Veterinarias
y Facultad de Ciencias Agrarias
y Forestales Universidad Nacional
de La Plata (UNLP)

Facultad de Ciencias Veterinarias
y Facultad de Ciencias Agrarias
y Forestales Universidad Nacional
de La Plata (UNLP)

Centro de Consignatarios
de Productos del País (CCPP)

Comisión Económica
para América Latina
y el Caribe (CEPAL)

Consejo Nacional
de Investigaciones
Científicas y Tecnológicas
(CONICET)

Facultad de Agronomía
de la Universidad de
Buenos Aires (FAUBA)

Servicio Nacional de
Sanidad Animal (SENASA)

Facultad de Ciencias Veterinarias
Universidad Nacional del Centro
de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN)

Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Católica Argentina (UCA)

IPCVA

EDITORIAL



Por Dardo Chiesa
Presidente del IPCVA

Aún en momentos de crisis como el que atravesamos, desde el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina -donde estamos nucleadas todas las entidades de la cadena de ganados y carnes-, tenemos la firme convicción de que debemos trabajar para el futuro, buscando respuestas inteligentes que nos permitan superar la coyuntura.

Por eso, sin haber tenido una excesiva presencia pública -como corresponde a una entidad técnica en momentos de tanta altisonancia mediática-, redoblamos todos nuestros esfuerzos para continuar aportando insumos, estudios y proyectos que puedan ser utilizados por las entidades agropecuarias y las cámaras de la industria.

En el presente boletín, reflejamos la gran cantidad de proyectos, en marcha y finalizados, que articulamos con los grupos de investigación más prestigiosos de la Argentina. Facultades, entidades e instituciones de todo el país que investigan junto al IPCVA aspectos casi nunca antes abordados por la cadena: cuestiones sanitarias, acceso a mercados, formación de precios, bienestar animal, calidad de carne, desarrollos regionales, suplementación, innovaciones para la industria frigorífica y factibilidad económica de la ganadería en zonas agrícolas, son sólo algunos de los estudios abordados.

Paralelamente y con el objetivo de brindar sustento a las discusiones dentro y fuera de la cadena, realizamos diversos estudios de mercado, encuestas específicas y paneles de consumo. Como resultado, hoy sabemos mensualmente cuánto, cómo y dónde compran la carne los argentinos, cuánto gastan en alimentación y cómo se comporta el

consumo de los principales sustitutos. También relevamos por primera vez los puntos de venta minoristas de Capital Federal y GBA, lo cual nos permitirá accionar directamente sobre ellos con campañas que posibiliten buscar la necesaria complementariedad de cortes.

En el plano de la capacitación al consumidor, en pocos días más comenzaremos una campaña de prevención del Síndrome Urémico Hemolítico y seguiremos trabajando fuertemente para llevar a todos los argentinos la mejor información sobre el complejo y arduo trabajo de la cadena de ganados y carnes.

Todo esto, obviamente, sin descuidar la participación en las principales ferias internacionales, ya sea para trabajar sobre nichos específicos de consumo, como el circuito HORECA (hoteles, restaurantes y catering) donde se puede obtener mejor precio con volúmenes pequeños, para explicar a los importadores la problemática actual o para trabajar en la apertura y reapertura de mercados.

En definitiva, desde el IPCVA estamos convencidos de que la investigación, los estudios, el trabajo conjunto, el desarrollo de nuevas herramientas, la implementación de tecnologías, el acceso a la información y la transferencia de conocimiento permitirán a la cadena de ganados y carnes superar este momento de tensión entre la demanda interna y la internacional, con una mayor producción y una colocación inteligente de nuestro producto más emblemático en los mercados de mayor valor.

03 editorial



“Por eso, sin haber tenido una excesiva presencia pública -como corresponde a una entidad técnica en momentos de tanta altisonancia mediática-, redoblamos todos nuestros esfuerzos para continuar aportando insumos, estudios y proyectos que puedan ser utilizados por las entidades agropecuarias y las cámaras de la industria”.

06 desarrollo, investigación y capacitación

LA INVESTIGACION COMO SOPORTE DE LA CADENA



11 desarrollo, investigación y capacitación

ESTUDIOS, CONVENIOS, CAPACITACION Y BECAS

LLAMADO A IV COMPULSA TECNICA PARA PROYECTOS DE INVESTIGACION

Convocatoria para la presentación de proyectos relacionados con los siguientes ejes temáticos:

- Estudio para la elaboración de propuestas superadoras del actual sistema de tipificación.
- Estudio para evaluar políticas alternativas tendientes a la elevación del actual peso promedio de faena y evaluación de su impacto sectorial.
- Estudio de la factibilidad técnica y económica para implementar un mercado electrónico de hacienda en Argentina.
- Análisis de la eficiencia técnica y económica para implementar un sistema de comercialización de carnes por cortes.
- Evaluación de la factibilidad técnica y económica de la adopción de tecnologías de maduración de carne en Argentina.
- Realización de paneles de evaluación sensorial para dimensionar la respuesta de los consumidores a diferentes tipos de carnes.
- Identificación de costos fiscales y parafiscales en la cadena de ganados y carnes de Argentina.
- Realización de benchmarking para identificar las principales tendencias internacionales en el desarrollo de innovaciones en productos cárnicos.

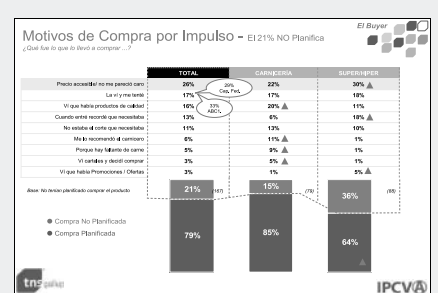
Recepción de postulaciones: Desde el 2 de junio hasta 31 de julio de 2008 a las 12 hs. Informes: (011) 4328-8152 www.ipcva.com.ar/proyectos@ipcva.com.ar

SABER LO QUE CONSUMIMOS ES VALORAR LO QUE PRODUCIMOS

IPCVA Instituto de Promoción de la Carne Pecuaria CARNE ARGENTINA

12 opinión

OPORTUNIDADES DE MARKETING PARA LAS CARNES



18 comunicación y prensa

MUY BUENOS RESULTADOS DE LA CAMPAÑA 2007



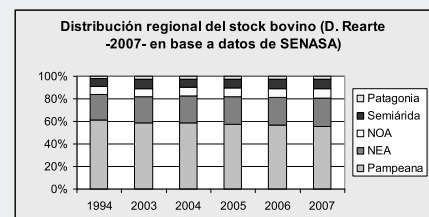
20 promoción externa

EL ARGENTINE BEEF EN PARIS Y MOSCU



21 economía y estadística

SUPERFICIE AGRICOLA VS GANADERIA



Consejo Editorial Boletín informativo IPCVA

Fernando Gioino
Dardo Chiesa
Fernando Santamarina
Tomás Moro
Daniel Asseff
Miguel Schiariti
Ulises Forte
Carlos Garetto
Jorge Torelli
Jorge Romero

Redacción y Edición: Luis Fontoira

LA INVESTIGACION COMO SOPORTE DE LA COMPETITIVIDAD DE LA CADENA

Por Ing. Agr. M. Sc. Adrián Bifaretti
Jefe Departamento de Promoción Interna
Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina

Un sector competitivo debe conocer sus principales potencialidades y limitaciones respecto a sus principales competidores para definir con precisión el camino que más le conviene recorrer en pos de lograr sus objetivos de corto, mediano y largo plazo. No hay otra forma de marcar el rumbo, al menos planteándolo desde un punto de vista empresarial.

La puesta en marcha de proyectos de investigación que apunten a resolver problemas estructurales y a aportar conocimiento para lograr un mejor aprovechamiento de las oportunidades implica afrontar inversiones y plazos de espera que están fuera del alcance de los productores y los frigoríficos de manera aislada.

La apropiación del conocimiento o de la tecnología es el punto clave en el proceso de innovación y esta apropiación social no se realiza exclusivamente vía mercado. (IICA, 2007)¹.

El Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina viene trabajando desde hace ya unos años en acciones de investigación abordando problemáticas de creciente interés estratégico para el sector. Este proceso se ha encarado estableciendo alianzas institucionales con diversos organismos, entidades, universidades y otras instituciones relacionadas con el sistema científico y tecnológico (Gráfico 1), generando nuevos conocimientos que dan pie a posibles mejoras en el funcionamiento estructural de la cadena. Concretamente se han llevado adelante diversas investigaciones desarrolladas en el marco de tres compulsas técnicas de grupos de investigación.

Analizando los ejes temáticos que se están investigando, se enumeran a modo de ejemplo algunos de los proyectos aprobados en el marco de la última convocatoria del Instituto, describiendo sintéticamente ciertos aspectos de sus principales objetivos y propuestas metodológicas.

El desarrollo de procesos de intensificación ganadera

La promoción de la actividad ganadera como objetivo estratégico apunta a generar la suficiente cantidad de carne para abastecer al mercado interno y la demanda internacional. En este marco, la ganadería argentina se encamina hacia el desarrollo de procesos de intensificación que exigen de par-

te de productores, ingenieros agrónomos y veterinarios una rápida adaptación a nuevas formas de manejo tecnológico y las modificaciones concordantes a nivel comercial con el desarrollo de nuevos esquemas de negocios y planteos empresariales (ver gráfico en página siguiente).

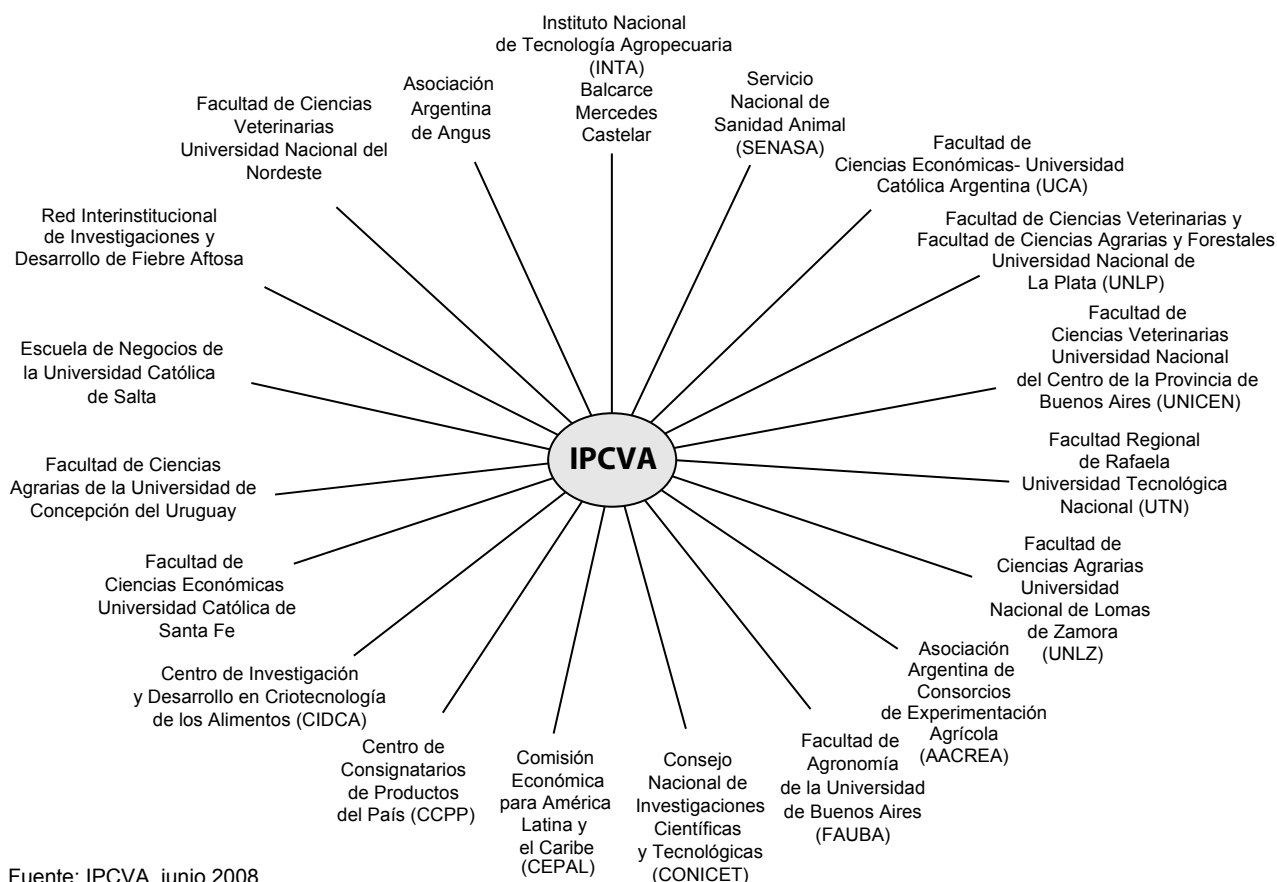
Por este motivo es necesario entender como va produciéndose el proceso de adopción de tecnología ganadera si se aspira a contar con elementos de juicio para facilitar tanto desde el ámbito privado como estatal. El IPCVA viene desarrollando el proyecto "Modelos de intervención efectiva en la cadena de carne bovina. Herramientas para la implementación de tecnología" conjuntamente con la Facultad de Ciencias Agrarias de la UCA, el Centro de Consignatarios de Productos del País y el Mercado de Liniers S.A. Como resultado del mismo se aspira a contar con información que contribuya a desarrollar instrumentos de intervención en el marco de un proceso de planificación sectorial.

La comprensión del proceso de cambio tecnológico debe ir acompañado por la cuantificación de la "salud económica y financiera" de los establecimientos ganaderos. Por ello se aprobó el proyecto "Análisis de la eficiencia técnica - económica y modelos de organización en sistemas de producción de carne del Centro-Norte de la provincia de Santa Fe", que se lleva adelante con el Centro de Gestión y Agronegocios de la Facultad Regional Rafaela de la Universidad Tecnológica Regional, que permitirá identificar y dimensionar las variables que explican el resultado físico y económico de la actividad en esta zona de producción.

Dentro del mismo eje de trabajo, se aprobó el proyecto "Evaluación de la factibilidad económica de la intensificación ganadera en regiones geográficas con alta competencia de actividades agrícolas", que fuera presentado en la compulsas por la Cátedra de Administración Rural de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires y que busca evaluar la competitividad, actual y potencial, de la producción de carne vacuna con respecto a las actividades agrícolas de cosecha de granos, en las principales regiones productivas del país. La investigación profundizará el conocimiento de las características macroeconómicas de los establecimientos (con la ayuda de paneles, de productores y/o técnicos, y de viajes a las zonas de relevancia identificadas) y se volcarán datos completos de gestión en bases de datos estandarizadas lo que hará más fácil el análisis técnico-económico comparativo de los distintos modelos. El proyecto aportará elementos de juicio para mejorar los índices de rentabilidad promoviendo metodologías que sirvan de soporte a una profesionalización de la gestión ganadera, mediante

¹ Evaluación multidimensional de los impactos de la investigación agropecuaria: una propuesta metodológica/IICA. Fontagro.- San José C.R IICA. 2007.

VINCULACION TECNOLÓGICA DEL IPCVA PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS DE INVESTIGACION



la implementación de paquetes tecnológicos que no solo abarquen el conocimiento de índices de eficiencia técnica (ganancia de peso, duración de la internada, eficiencia de conversión, índices reproductivos, etc.) y económica (márgenes brutos, márgenes netos, costos de producción, etc.), sino que los analice integralmente con otras actividades. La participación de los propios productores en el desarrollo de estos proyectos hace que los resultados que se desprenden de las investigaciones reflejen lo que acontece en el día a día de los negocios ganaderos. El proyecto "Enfoque sistémico y participativo para el análisis productivo-económico de alternativas de intensificación ganadera de base pastoril en empresas agroganaderas de la región Buenos Aires Sur", encarado recientemente con la Facultad de Ciencias Veterinarias de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, permitirá analizar escenarios cuantitativos de alternativas de intensificación a partir del uso de modelos que permitirán proyectar planteos ganaderos, constituyendo este hecho en sí mismo una incorporación de tecnologías de gestión al sector, pudiendo valorarse integralmente las consecuencias sobre los diferentes sistemas productivos de la adopción e incorporación de nuevas tecnologías de insumos y de procesos.

OTROS PROYECTOS I

- "Ganancia de peso y eficiencia de utilización de la energía y del nitrógeno consumidos por terneros en pastoreo rotativo. Horario de acceso a la franja diaria: mañana vs. tarde".

Convenio con la Facultad de Ciencias Veterinarias de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.

- "Relación entre infecciones por *Sarcocystis cruzi* y genotipos de *Neospora caninum*, con pérdidas en la producción de bovinos de carne".

Convenio con la Facultad de Ciencias Veterinarias de la Universidad Nacional de La Plata.

- "Uso de germen de maíz en engorde de novillos"

Convenio con la Facultad de Ciencias Veterinarias de la Universidad Nacional del Nordeste.

Terneza, bienestar animal y otras fuentes de valor agregado

Tan importante como generar más oferta de carne es la búsqueda permanente de la mejora en la calidad de nuestros productos. Como resultado de los estudios de mercado que viene realizando el IPCVA en el ámbito nacional, la terneza es sin duda uno de los atributos más valorados por el consumidor argentino. Lamentablemente existe una tendencia en el consumidor a asociar casi exclusivamente el concepto de carne tierna a solamente una categoría de animales: la ternera. Ello repercute en la sobrevaloración de esta categoría respecto a animales con mayor peso de faena como vaquillonas o novillitos que en principio y –objetivamente– no se diferenciarían demasiado respecto al atributo de calidad mencionado. El mayor perjuicio para el funcionamiento de la cadena es que particularmente en un escenario de elevada demanda (y consecuentemente faena para abastecerla), los animales son sacrificados a una edad temprana y ello redundaría en un menor peso promedio de faena.

Atendiendo a esta problemática, el Instituto está encarando el proyecto “Producción de vaquillonas pesadas en condiciones de pastoreo y su impacto en la terneza de la carne”. El grupo ejecutor de esta investigación es el INTA Balcarce y los resultados permitirán comparar la terneza de la carne obtenida a partir de vaquillonas pesadas (381-420 kg PV), en relación a la carne de vaquillonas livianas (300-340 kg PV), vacas de refugio (> 400 kg), o novillitos pesados (391-440 kg PV). Asimismo, está previsto determinar la influencia del tratamiento de maduración de carne, sobre la magnitud de las diferencias en terneza entre animales de las diferentes categorías establecidas de acuerdo al objetivo anterior.

El Bienestar Animal constituye una temática de creciente interés en el mundo y en nuestro país y su promoción contribuye sin duda a la construcción de valor agregado en todos los eslabones de la cadena. Por estas razones, es otro de los ejes en los que viene trabajando el IPCVA, que ha puesto en marcha una nueva investigación relacionada con la temática y que apuesta a continuar generando conocimiento a nivel local. Así se está interactuando con la Facultad de Veterinarias de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires para desarrollar el proyecto “Evaluación de la calidad de la canal y de la carne bovina en relación al trato o maltrato recibido en la cadena de ganados y carne”. Entre los objetivos del mismo figuran la evaluación de la calidad de la carne de medias reses bovinas asociadas con la aplicación o no de las normas de bienestar animal, propiciar la utilización de buenas prácticas ganaderas y las conductas tendientes a lograr el bienestar animal y aportar elementos de juicio para modificar las conductas o prácticas que causen el deterioro de las reses y de la consecuente calidad de la carne.

Desarrollos ganaderos en NEA, NOA y Cuyo

El creciente desarrollo de la ganadería en zonas extrapampeanas obliga a generar conocimiento en regiones que además de ser agroecológicamente más frágiles y por ende complicadas –y exi-

gentes– desde el punto del manejo tecnológico, se encuentran atravesando un período de transición en cuanto al modo en que se van estructurando y conformando nuevos circuitos de comercialización y flujos de hacienda y en definitiva nuevas cadenas de valor dentro del negocio de ganados y carnes.

En esta línea de pensamiento y con el objetivo de establecer el efecto de distintas variables de los sistemas de producción sobre la calidad de carne bovina en los establecimientos del NEA se puso en marcha el proyecto “Producción de carne bovina en el Nordeste Argentino con biotipos adaptados a la región” con la Facultad de Ciencias Veterinarias de la Universidad Nacional del Nordeste. En dicha investigación está previsto evaluar los biotipos genéticos presentes en la región, la calidad de carcasa y carne de las categorías intervinientes, la calidad de carcasa y carne proveniente de establecimientos con diferentes sistemas de alimentación, la influencia de los caracteres correlacionados previos al sacrificio y de faena (área de ojo de bife y espesor de grasa dorsal) y se caracterizará la calidad de carne por análisis físico químico, bacteriológico y medición instrumental (terneza, color y capacidad de retención de agua).

Desde la perspectiva del posible impacto económico del proyecto, los resultados permitirán indirectamente calcular los costos directos de producción ya que los productores dispondrán de información de indicadores reales, pocas veces conocidos en cada ciclo de engorde y se contará con una herramienta para ajustar en forma apropiada los recursos y contribuir a fijar prioridades productivas según las necesidades y hacer, de esa manera, rentable la actividad ganadera.

Desde el punto de vista del marco institucional, la información obtenida podrá ser de utilidad a nivel de los organismos públicos nacionales, regionales y locales para fijar políticas productivas eficientes, en vista que el monitoreo y registro de datos reales, actualizados y de productos que salen de los sistemas, servirán de herramienta a técnicos responsables de los planes ganaderos provinciales y nacionales adaptándolos a la situación propia de la región NEA.

Siempre en el ámbito del NEA, se trabaja también en la exploración de nuevas modalidades de manejo tecnológico. En tal sentido, se acaba de aprobar el proyecto “Desarrollo de sistemas de cría intensivos en el Centro Sur de Corrientes”, que será ejecutado por la Estación Experimental del INTA Mercedes. El objetivo del proyecto es lograr mediante la integración de recursos forrajeros, sistemas de cría de novillitos y vaquillas con altos niveles de producción y la meta propuesta es alcanzar índices de producción de 650 a 700 kg de peso vivo / ha.

La implementación de este tipo de actividades en establecimientos tradicionales de la región (empresas de cría bovina) permitirá contar con mayores elementos de juicio como para incrementar la producción de carne entre un 20 a un 30%. A su vez la mayor diversificación de ventas que se puede alcanzar al implementar este tipo de actividad permitirá que las empresas adquieran mayor estabilidad ante condiciones climáticas haciendo la producción física más estable año a año.

La introducción de pasturas y la confección de forrajes conservados permitirán una mayor producción de forraje lo que admitirá afrontar las altas cargas que hoy en día se observa en la mayoría de los campos de la región centro sur. De esta manera se evitaría el inminente deterioro en la condición de los pastizales naturales al poder ajustar una carga animal correcta.

Se estima que alrededor de 1000 productores y asesores serán los beneficiarios directos a través de su participación en jornadas y recepción de publicaciones con la información generada en este ensayo.

Con respecto a la región NOA, también se está avanzando en la generación de información estratégica, poniendo en marcha el proyecto "Análisis de la cadena de la carne bovina en la Provincia de Salta" con la colaboración regional de la Escuela de Negocios de la Universidad Católica de Salta.

El propósito general de esta investigación es producir información útil para la formulación de políticas de promoción de la producción ganadera bovina en la Provincia de Salta y para la incorporación de nuevas tecnologías ganaderas en la región.

Así, entre los principales objetivos generales de la investigación merecen citarse los siguientes:

a-Brindar información detallada sobre los actores de la cadena productiva y comercial de la carne bovina en la Provincia de Salta.

b-Examinar la naturaleza de las dificultades que afectan a cada uno de los actores o "eslabones" de la cadena (y al conjunto de actores) para mejorar su desempeño.

c-Definir y evaluar las fuerzas conducentes a un mejor desempeño de la cadena.

d-Contribuir a mejorar las condiciones de competitividad del sector, detectando factores o inductores de competitividad y proponiendo estrategias y medidas de política tendientes a la generación de ventajas competitivas.

Así como se evalúan las principales transformaciones en la ganadería del norte del país, se ha aprobado un estudio exploratorio para analizar las posibilidades y perspectivas del desarrollo ganadero en la región cuyana. En este caso se trabaja con el IADIZA. (Instituto Argentino de Investigaciones de las Zonas Áridas del Centro de Investigaciones Científicas y Tecnológicas de Mendoza). El título del proyecto es "Plataforma para el desarrollo del negocio de la cadena de ganado vacuno de carne para la región integrada del Nuevo Cuyo y la Metropolitana y Quinta de la República de Chile". Desde la perspectiva de un nuevo mercado de negocios en las provincias argentinas del Nuevo Cuyo, como así también otras zonas productivas tradicionalmente ganaderas, la investigación se propone dos objetivos complementarios:

-Realizar el estudio exploratorio de las oportunidades de mercado en función de la visión regional mencionada, identificando el tipo de productor primario y el resto de los actores existentes y potenciales de la cadena de acuerdo al funcionamiento en la región: niveles de facturación, volúmenes, formas de comercialización, productos, desarrollo tecnológico, organización empresarial.

-Analizar las posibilidades económico financieras de realizar la terminación de terneros en Mendoza utilizando la modalidad de terminación del producto en pasturas bajo riego y/o feedlot. Este estudio se realizará en esta etapa exclusivamente para la provincia de Mendoza, con vistas a su aplicación en la región. Mas allá de tratarse de un proyecto cuyas conclusiones pueden derivar en la definición de prioridades para lograr un mejor desempeño de los eslabones de la cadena cárnica regional, fundamentalmente los resultados de la investigación podrían servir de insumo para una mejor orientación de las políticas tendientes a favorecer la intensificación de la producción y el logro de mayores volúmenes de carne en el mediano y largo plazo.

Reflexiones finales

La complejidad y las dificultades que atraviesa el sector en la actualidad no debe ser un obstáculo para pensar en el mediano y largo plazo.

La búsqueda e identificación de innovaciones tecnológicas y organizacionales que sirvan de base para un incremento de la competitividad sectorial requiere un fortalecimiento de las actuales redes de cooperación conformadas por los centros de investigación existentes, el sector privado y el gobierno.

La interacción del IPCVA con un creciente número de instituciones y organizaciones, apunta a la construcción de ventajas competitivas sectoriales y se materializa en la generación de información y conocimiento estratégico para la cadena de ganados y carnes de nuestro país. En la evaluación del impacto de esta tarea es necesario balancear el énfasis puesto en dimensionar los beneficios económicos que pueden llegar a lograrse desde el punto de vista empresarial así como la consideración de otras dimensiones (sustentabilidad ambiental, efecto sobre los niveles de empleo, capacidad de los actores para crear y mantener relaciones institucionales, nuevas orientaciones para las modificaciones de las políticas públicas, etc).

Investigar y desarrollar capacidades futuras demanda tiempo y esfuerzos de todos los actores de la cadena. El desarrollo sectorial demanda tiempo y esfuerzos. No se trata de una casualidad. Una cosa implica la otra.

OTROS PROYECTOS II

-“Intensificación de la producción ganadera en sistemas silvopastoriles con salicáceas en humedales del Delta del Paraná, en armonía con el sistema garantizando el bienestar animal”.

Convenio con la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

-“Evaluación del probiótico *Enterococcus faecalis* CECT7121 en la inhibición de bacterias entero patógenas en productos cárnicos bovinos”

Convenio con la Facultad de Ciencias Veterinarias de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.

-“Determinación de la frecuencia génica en genes marcadores para terneza de carne de la raza Angus”.

Convenio con Grupo de Investigación: Asociación Argentina de Angus.

-“Red de base de datos bibliográfica sobre cadena de ganados y carnes”

Convenio con la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires.

-“Estructura de la oferta de carnes y subproductos en Argentina: actualidad y evolución reciente”

Convenio con la CEPAL. Comisión Económica para América Latina y el Caribe

SISTEMA DE GESTION PARA FEEDLOTS

La mejora en la gestión de la calidad es un trabajo diario en el que toda empresa que apunte a la excelencia y a la diferenciación en los servicios y productos que ofrece debería embarcarse. Por eso, a través de un convenio firmado entre el IPCVA y la Cámara Argentina de Engordadores de Hacienda Vacuna (CAEHV), se está trabajando en la implementación del Sistema de gestión de calidad, inocuidad y medioambiente elaborado por la CAEHV para los establecimientos que engordan hacienda vacuna a corral.

Mediante el sistema se identifican todos los procesos que conlleva un engorde a corral, los puntos críticos que pueden atender contra la inocuidad del producto y sobre su calidad. Además, el sistema asegura el cuidado ambiental a través de las más avanzadas normas de gestión.

Para llevar adelante este proyecto, la CAEHV fijó un cronograma de trabajo de dos años, junto con la Fundación ArgenINTA, que colabora capacitando y armando un equipo de implementadores. Asimismo, lleva adelante la implementación completa del sistema de gestión CAEHV en establecimientos de la cámara.

Como resultado de estas acciones, el sistema de gestión de calidad se implementará en los establecimientos socios de la CAEHV, siempre bajo la supervisión de la Fundación ArgenINTA. Pero, además, se verán beneficiados los frigoríficos, que tendrán la posibilidad de adquirir un producto de mejor calidad, así como los consumidores que contarán con mayor información sobre lo que consumen, sabiendo también que fue producido cuidando el medio ambiente.

INCORPORACION DE TECNOLOGIAS

Se puso en marcha el trabajo "Modelos de intervención efectiva en la cadena de carne bovina. Herramientas para la implementación tecnológica", coordinado por el Centro de Consignatarios de Productos del País (CCPP). El proyecto apunta a profundizar el conocimiento de los inconvenientes en la adopción e implementación de tecnología en el sector. Para eso, es necesario adentrarse en la concepción productiva, en la cultura, de quienes tienen que incorporar tecnología.

A través de entrevistas de campo, se podrá caracterizar en detalle el conjunto de actores y la realidad productiva de la cadena en el partido de Punta Indio, elegido para desplegar el proyecto. Los datos obtenidos permitirán identificar los inconvenientes responsables de la no adopción de tecnología, planificar una estrategia de intervención y diagramar acciones para gestionar la efectiva incorporación de tecnología con el objetivo de mejorar la productividad en los establecimientos rurales.

INFORMACION ESTRATEGICA

El IPCVA suscribió un acuerdo con el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA) para llevar adelante el proyecto "Desarrollo de indicadores para el moni-

toreo sanitario productivo de la ganadería de la Argentina utilizando el Sistema de Gestión Sanitaria". El mismo tiene el objetivo de fortalecer el rol de los sistemas de información sanitarios como herramienta indispensable para la prevención, control y erradicación de las enfermedades que afectan o que potencialmente puedan afectar al rodeo ganadero argentino. Entre los indicadores que se desarrollarán se encuentran las características de los sistemas de producción pecuaria por región, provincia y departamento, el análisis temporal y espacial de los movimientos de bovinos en relación a la densidad animal y la existencia de sitios de riesgo; e indicadores de salud en la población animal en base a los actuales programas de control de enfermedades.

BREVES

RESPONSABILIDAD SOCIAL

El IPCVA otorgó becas para el "Curso Internacional de Ética y Responsabilidad Social Empresaria en el Agro" organizado por Eticagro y la Universidad de Bologna. ¿Cuáles son las características de la empresa y sus fines últimos? ¿Puede la empresa agropecuaria contribuir a la sociedad en la que se inserta mientras gana dinero? Son algunas de las temáticas abordadas por el curso.

FINANZAS AGROPECUARIAS

El Instituto otorgó becas para el "Curso de Actualización Ejecutiva en Finanzas Agropecuarias", dictado en la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires (UBA). El curso aborda temas como las herramientas para la toma de decisiones, la evaluación de negocios agropecuarios y agroindustriales, y el financiamiento y la estructuración de productos financieros.

CAPACITACION DIRIGENCIAL

El IPCVA otorgó becas para el "Programa de Capacitación Dirigencial Agropecuario 2008-2009", que desarrollan la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Católica Argentina (UCA) y Carbap. Entre los objetivos del curso figuran el análisis de las herramientas necesarias para un adecuado desempeño dirigenal y brindar elementos para mejorar la coordinación de las cadenas de valor.

CyT DE LOS ALIMENTOS

El IPCVA es Socio Empresario de la Asociación Argentina de Tecnólogos Alimentarios (AATA), una entidad sin fines de lucro que reúne a profesionales, estudiantes y empresas involucradas con la ciencia y la tecnología de los alimentos.

En este ámbito, el IPCVA financiará la visita a la Argentina de tres disertantes extranjeros de Brasil, Australia y España que participarán de una jornada sobre la calidad de la carne en el ámbito de Tecnofidta 2008 y dictarán un curso sobre la misma temática que el IPCVA organiza para el mes de septiembre de este año.

MARCADORES DE TERNEZA

En el marco del convenio entre el IPCVA y la Asociación Argentina de Angus, se desarrolló un estudio para determinar la frecuencia génica en genes marcadores para terneza de la carne de la raza Angus.

Tal como sucede con otros productos, en el mercado de las carnes los commodities están perdiendo protagonismo y hoy, cada vez más, la demanda se orienta hacia productos con valor agregado a través de su diferenciación.

La calidad de la carne para los consumidores está determinada por una serie de atributos, como las características nutricionales, o las propiedades sensoriales. La terneza, dentro de los atributos de calidad percibidos por el consumidor, es una de las características más importantes para la mayoría de quienes comen carne.

Por eso, el IPCVA impulsó este proyecto que se realizó en animales vivos, único a nivel poblacional, a través de marcadores moleculares.

BASE DE DATOS

Toda la bibliografía publicada desde 2002 en revistas científicas y de divulgación técnica argentinas sobre los aspectos relacionados con la cadena de ganados y carne vacuna argentina se pueden encontrar en la base de datos bibliográfica, disponible en el sitio web del IPCVA.

Artículos que posean la estructura de un trabajo científico sobre genética, forrajes, producción animal, industrialización, control de calidad, comercialización y consumo, entre otros temas, son algunos de los que se pueden encontrar referenciados en la plataforma de internet.

La base de datos fue preparada por la Dirección de Biblioteca Central de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires y permitirá recuperar tanto los datos de trabajos publicados en la Argentina o los resultados de investigaciones realizadas en la Argentina publicadas en el extranjero como los nombres de sus autores, su afiliación institucional, y un e-mail de contacto.

FORMACION DE CAPACITADORES

El Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA), el Registro Nacional de Trabajadores Rurales y Empleadores (RENATRE) y la Asociación Argentina de Consorcios Regionales de Experimentación Agrícola (AACREA) realizarán a través de un acuerdo de colaboración cursos de formación para futuros capacitadores de personal de campo, en el área de ganadería. Los cursos estarán dirigidos a profesionales, técnicos y todas aquellas personas con vocación de interrelacionarse en la capacitación del personal de campo en diferentes áreas del trabajo ganadero.

El amplio programa abarca temas relacionados con la motivación, el entrenamiento de habilidades, comunicación de los objetivos en el campo, el trabajo grupal, la gestión de personas, seguridad en el trabajo, cuidado del medio ambiente, bienestar animal y el manejo de pasturas.

BREVES

ACTUALIZACION DE NORMAS FSIS

El IPCVA auspiciará el "Seminario de actualización de normas FSIS", las normas del Servicio de Inspección y Seguridad Alimentaria del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. El seminario será organizado por el SENASA y estará destinado a profesionales de este organismo y de las cámaras frigoríficas del país.

PREMIO EN AAEA

El IPCVA participará en la XXXIX Reunión Anual de Economía Agraria organizada por la Asociación Argentina de Economía Agraria (AAEA), que este año tendrá carácter de 2º Congreso Regional y 2º Congreso Rioplatense de Economía Agraria. El Instituto auspiciará este evento, presentará trabajos que viene realizando en materia de investigación de mercados y otorgará además un premio monetario al mejor trabajo científico que esté relacionado con la cadena de ganados y carne vacuna de la Argentina.

PRODUCCION ANIMAL

El IPCVA auspiciará el 31º Congreso Argentino de Producción Animal cuyo lema es "La ganadería, pilar del desarrollo nacional" y que contará con la presencia de disertantes nacionales e internacionales. Además, se otorgarán diez becas para el evento que se desarrollará en el mes de septiembre.

BECAS DE POSGRADO

En el marco del Programa de capacitación de recursos humanos el IPCVA ha otorgado becas para la realización de los siguientes postgrados: "Gestión de la cadena de valor de la carne bovina", de la Universidad de Buenos Aires; "Sistemas de producción animal sustentable", de la Universidad Nacional de Rosario; "Gestión logística y calidad de los alimentos y Logística, calidad y comercio internacional", de la Universidad Nacional de Tres de Febrero; y "Producción Animal Subtropical", de la Universidad Nacional del Nordeste.

CAPACITACION DE RR.HH.

El IPCVA está colaborando con un amplio programa de capacitación, encarado desde la Dirección Nacional de Fiscalización Agroalimentaria del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA), destinado a los profesionales del organismo y las cámaras frigoríficas. El programa apunta a desarrollar las capacidades técnicas necesarias para mejorar la estructura de fiscalización y control de los procesos de producción, almacenamiento y transporte de productos agroalimentarios promoviendo la implementación de sistemas efectivos de autocontrol de la inocuidad por parte de todos los actores de la cadena.

OPORTUNIDADES DE MARKETING EN LA COMERCIALIZACION MINORISTA DE CARNES

El IPCVA viene desarrollado diferentes estudios de mercado que contribuyen a clarificar el comportamiento de compra y de consumo de carne de los argentinos. También están en marcha diversas investigaciones cuali y cuantitativas cuyos resultados permiten caracterizar el mercado interno. Este logro no es un detalle menor ya que la Argentina destina la mayor parte de su producción bovina a este mercado y sus parámetros de funcionamiento influyen y condicionan muchas veces el comportamiento global de la cadena de ganados y carnes.

**Por Ing. Agr. M. Sc. Adrián Bifaretti
Jefe Departamento Promoción Interna
Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina**

Cualquier estudio de mercado debe aportar información estratégica para la toma de decisiones de marketing, las cuales se encuentran obviamente relacionadas con la estrategia de negocios de la empresa o sector en cuestión. Es de resaltar que el carácter de la información generada por el Instituto resulta de suma utilidad para mejorar la competitividad de la cadena, en la medida que constituye el sustento científico para el desarrollo de posibles acciones de marketing, que en el marco de una política sectorial consensuada podrían provocar y acelerar ciertos cambios o modificaciones en la demanda que redundarían en un mejor funcionamiento de la cadena.

Explorando los hábitos alimentarios con probadas metodologías y técnicas de estudio validadas además por el trabajo de las mejores empresas especializadas en estudios de mercado (TNS-Gallup y CCR), comienzan a aflorar posibles líneas de acción destinadas a uno de los consumidores más carnívoros del mundo. En este sentido, no hay recetas sobre el camino a seguir, pero sí es importante dejar en claro que cuanto más conozcamos nuestra realidad más se podrá predecir las acciones más eficaces para orientar la demanda interna hacia donde más le convenga al sector.

¿Cómo compran carne los argentinos?

El "Análisis integral de los puntos de venta en Capital Federal y Gran Buenos Aires" realizado con TNS-Gallup ha permitido caracterizar el comportamiento de compra de carnes en Argentina, brindando importantes elementos de juicio para comprender los distintos procesos de decisión que se desarrollan frente a la compra de carne, indagar los niveles de previsión y decisión, comprender cómo actúan los principales drivers de góndola (exhibición, marcas, precios, ofertas, promociones), explorar estímulos y razones de impulsión en la compra y detectar diferencias entre compradores de los distintos canales (carnicería vs. Super / hipermercado).

De los resultados de los estudios, se desprende que la implicancia con la categoría y la importancia asignada a la compra de carne, está presente en los diferentes tipos de canales de venta minorista, aunque se manifieste de forma diferencial.

Así, en el super e hipermercado, se observa una participación más activa en el proceso, el comprador de este canal evidencia su implicancia a través de la gran dedicación, tiempo y esfuerzo invertidos en la compra:

- Sus actos de compra rondan los 4 minutos de duración promedio e incluso los superan.
- Se desplaza por distintas partes de la góndola, recorre pausadamente la zona, mira con atención
- Realiza una gran manipulación de productos: busca, compara, piensa, lee, estudia antes de seleccionar
- En muchos casos, una vez finalizada la compra y colocado el producto elegido en el carrito, sigue mirando para confirmar que realizó la mejor la elección (ver gráfico 1).

En el caso de las carnicerías, para los consumidores la elección del canal opera mayoritariamente como garantía de calidad y las experiencias previas satisfactorias aportan seguridad y generan fidelidad.

En cada acto de compra efectivo, la implicancia se verifica en:

- La gran atención que muchos compradores prestan a lo que el carnicero despacha, eligen ciertas piezas del mostrador, se niegan a otras, verifican la frescura, el color y la grasa.
- Las demandas detalladas al vendedor sobre determinados tratamientos de la pieza elegida (desgrasado, trozado, deshuesado, grosor de los cortes) y la atenta vigilancia al comportamiento del vendedor.

Más allá que en la compra de carne hay un elevado grado de implicación por parte de los consumidores y la misma se manifiesta de forma diferencial cuando se analizan carnicerías, super e hipermercados, es necesario resaltar que el nivel de planificación de la compra de carne no es igual en los diferentes circuitos de distribución y venta minorista de

Gráfico 1

Actitud del Shopper

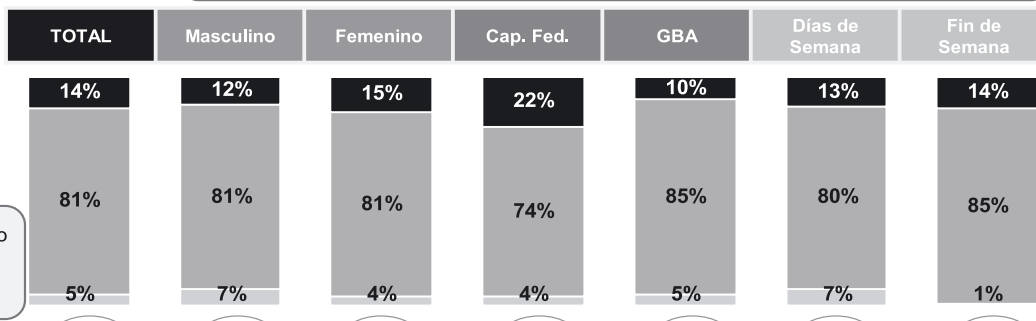
El Shopper - Canal Super/Hiper

¿Qué hace el shopper en la góndola?

Los compradores de Capital Federal parecieran ser más "exigentes" que los que encontramos en GBA. Realizan en promedio más cantidad de acciones y también son los que más LEEN EL ENVASE, COMPARAN DOS PRODUCTOS, TOCAN O APRIETAN LA CARNE y CONSULTAN A UN EMPLEADO.

- Compra Directa
- Compra con interacción
- Interacciona pero No compra

La duración promedio de la compra es de **3.9 minutos**



DURACIÓN PROMEDIO (min): TOTAL 3.9, Masculino 4.0, Femenino 3.8, Cap. Fed. 3.4, GBA 4.1, Días de Semana 3.6, Fin de Semana 3.7

Acción	TOTAL	Masculino	Femenino	Cap. Fed.	GBA	Días de Semana	Fin de Semana
Lee envase	81%	78%	83%	90%▲	77%	79%	85%
Compara 2 productos	55%	54%	55%	65%▲	50%	58%	47%
Toma producto y lo deja	51%	49%	52%	57%▲	49%	50%	55%
Aprieta la carne / presiona	19%	19%	20%	36%▲	12%	19%	20%
Se detiene en cartel de oferta	14%	14%	14%	23%▲	10%	11%	20%
Consulta a un empleado	11%	8%	12%	18%▲	8%	10%	14%
Consulta a su acompañante	11%	15%▲	9%	11%	10%	11%	10%
Mira una lista de compras	8%	8%	7%	8%	8%	8%	6%

MEDIA DE INTERACCIONES: TOTAL 2.7, Masculino 2.7, Femenino 2.7, Cap. Fed. 3.2, GBA 2.5, Días de Semana 2.7, Fin de Semana 2.6



Fuente: IPCVA / TNS-Gallup 2008.

Gráfico 2

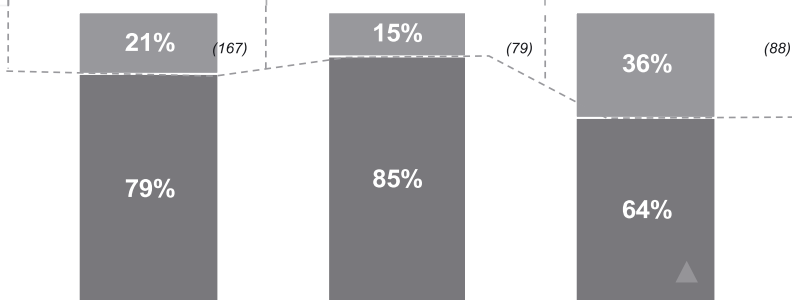
Motivos de Compra por Impulso - El 21% NO Planifica

El Buyer

¿Qué fue lo que lo llevó a comprar ...?

Motivo	TOTAL	CARNICERÍA	SUPER/HIPER
Precio accesible/ no me pareció caro	26%	22%	30%▲
La ví y me tenté	17%	17%	18%
Ví que había productos de calidad	16%	20%▲	11%
Cuando entré recordé que necesitaba	13%	6%	18%▲
No estaba el corte que necesitaba	11%	13%	10%
Me lo recomendó el carnicero	6%	11%▲	1%
Porque hay faltante de carne	5%	9%▲	1%
Ví carteles y decidí comprar	3%	5%▲	1%
Ví que había Promociones / Ofertas	3%	1%	5%▲

Base: No tenían planificado comprar el producto



- Compra No Planificada
- Compra Planificada



Fuente: IPCVA / TNS-Gallup 2008

carnes. Así, tal como puede apreciarse en el Gráfico 2, el nivel de planificación de la compra es mucho mayor entre aquellos que compran en carnicerías (85 %) cuando se compara con aquellos que compran en super e hipermercados (64 % de compras planificadas). En el mismo gráfico puede visualizarse también la importancia atribuida a diferentes aspectos en la realización de compras por impulso.

En este sentido vale la pena resaltar la lectura de los precios que hace el comprador, ya que una interpretación de "precios accesibles" o la percepción como "poco caros" actúa como la principal causa disparadora de compras por impulso. El estudio del nivel de recordación de precios y la cantidad de carne comprada es un indicador de la forma en que se tiene en cuenta el precio durante el acto de compra. En este sentido, el trabajo realizado permite marcar las siguientes diferencias en función de los canales de venta:

En super e hipermercados:

- Se registra mayor recordación precisa de precio y gramaje que en carnicerías.
- Muchos compradores recuerdan el precio por kilo y el precio de la pieza que llevan.
- Esta recordación se sustenta en la atenta lectura de etiquetas durante el proceso de comparación, en la que el peso se utiliza como parámetro para comparar el valor de distintos cortes.
- Es evidente la mayor importancia asignada al precio en este tipo de canal.

En carnicerías:

- Se detecta una recordación difusa de ambas variables.
- La mayoría recuerda el valor total de la compra, sin poder discriminar el precio de los diferentes cortes comprados.
- Entre quienes recuerdan los precios de determinados cortes, prevalece la recordación de precios bien señalizados (con cartel en el mostrador, más que en listas de precios) u ofertas.
- Casi no hay registro de la cantidad comprada (gramaje), la mayoría demanda y recuerda cantidad de piezas = 4 bifés, 5 costillitas, 1/2 pollo, 1 lomito, 4 supremas, etc.

Razones de consumo y no consumo

El "Mapa de consumo de pollo, cerdo y otras carnes no vacunas en Argentina", otro de los estudios de mercado encargados por el IPCVA con TNS-Gallup, demuestra que la carne vacuna se consume, al igual que el pollo por hábito y practicidad, mencionándose también el sabor y la calidad como motivos que favorecen el consumo (Gráfico 3). La mencionada investigación ha permitido además conocer la imagen de precios que construyen los consumidores de los diferentes tipos de carnes y su evaluación en relación al rendimiento. Si se analiza el Gráfico 4, puede visualizarse que si bien en general la mayoría de las carnes tiende a ser considerada más caras que baratas o accesibles, se observa que el pollo es la carne que detenta la mejor imagen en lo referente a su

Gráfico 3

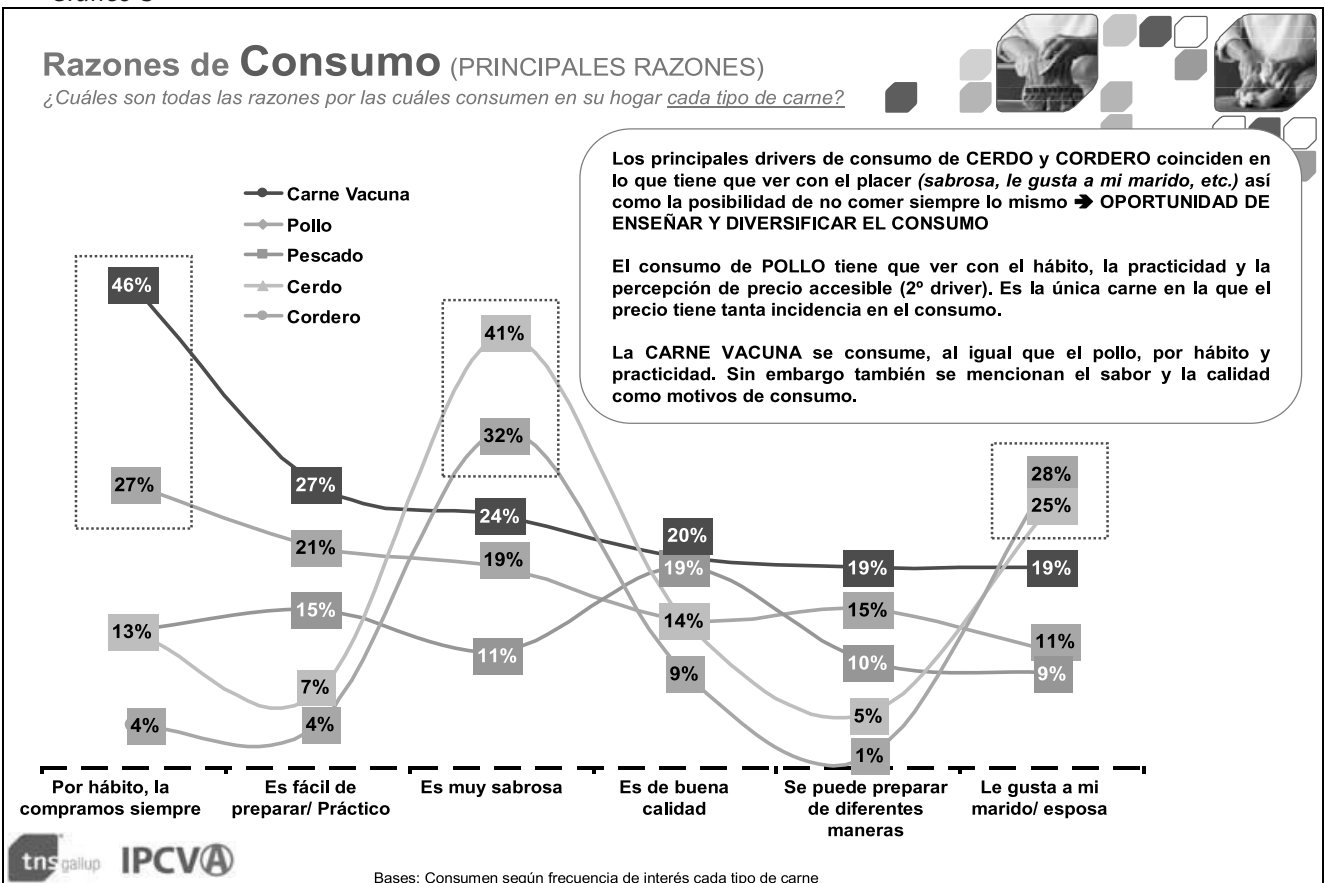


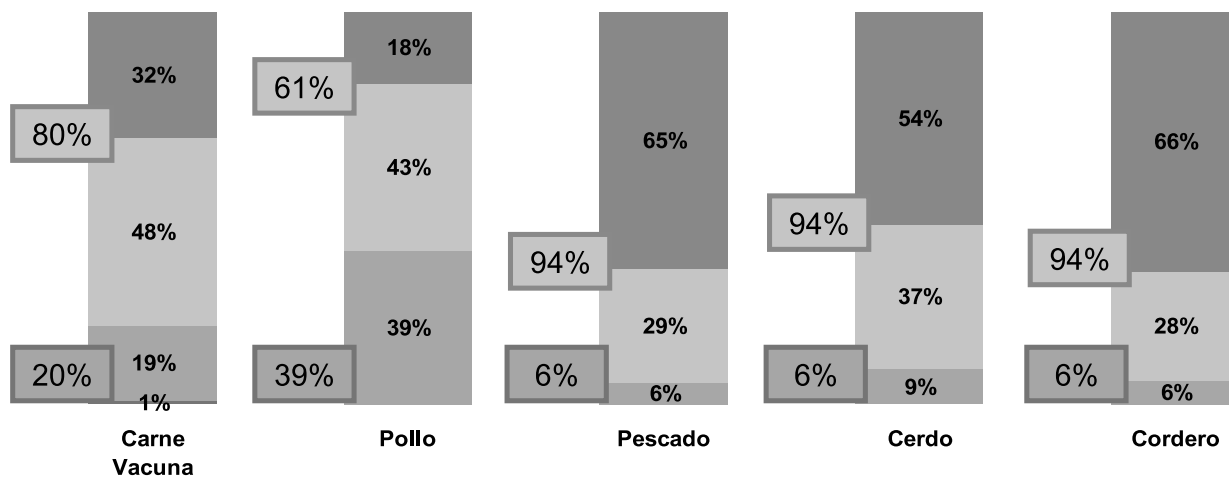
Gráfico 4

Imagen de Precios

Y pensando en el precio promedio de... ¿Usted diría que...?

- Demasiado Cara
- Un Poco Cara
- Accesible / Normal
- Muy Barata

Si bien en general la mayoría de las carnes tiende a ser consideradas más caras que baratas o accesibles, se observa que el Pollo es la carne que detenta la mejor imagen en lo referente a su precio, mientras que las carnes menos consumidas (pescado, cerdo y cordero) en 9 de cada 10 casos son consideradas un poco o demasiado caras.



Bases: Total Muestral Excluyendo NS/NC y No Consume

Fuente: IPCVA/TNS-Gallup 2008

precio, mientras que las carnes menos consumidas (pescado, cerdo y cordero) en 9 de cada 10 casos son consideradas un poco o demasiado caras.

Respecto a la carne vacuna, 3 de cada 10 personas piensan que es demasiado cara y 5 de cada 10 personas que es cara. Analizando el mismo fenómeno pero en un marco más amplio donde se evalúan las principales razones de consumo y no consumo de los diferentes tipos de carnes, la percepción de precios caros es un elemento que influye negativamente en la imagen de todas las carnes, pero es bueno aclarar cuando se trata de la carne de pollo, la consideración de que el precio de la carne aviar es accesible actúa justamente como una de las variables que más favorece su consumo (ver gráfico 5).

En el caso del pollo se suele tomar como referencia el valor del pollo entero resultando siempre el pollo más ventajoso que la carne. Vale la pena reproducir palabras textuales de una de las personas entrevistada en uno de los focus groups realizados en el estudio mencionado: "Por 5 o 6 \$ no compras un kg de ninguna otra carne que no sea pollo, es lo más barato" IPCVA/TNS-Gallup Estudio Cualitativo Explorativo Mapa del consumo de pollo, cerdo y otras carnes no vacunas" - Diciembre de 2007.

Indicadores de calidad en la compra

Es importante dimensionar la importancia asignada a diferentes atributos de calidad de la carne vacuna en el verdadero "momento de la verdad", que es definitiva en el que se concreta la compra del producto. En Capital Federal y en el Gran Buenos Aires existen 11.761 puntos de venta de productos cárnicos según el Censo que acaba de llevar adelante el IPCVA (ver gráfico 6).

Volviendo al análisis de la compra específicamente y tal como se puede apreciar en el Gráfico 7, son muy valoradas las características organolépticas de la carne, especialmente las visuales como el color del corte y la cantidad de grasa, sobretodo en supermercados. En el caso de las carnicerías, el olor de la carne cobra más relevancia como atributo de calidad, y ya fuera de los atributos organolépticos, la confianza en el punto de venta tiene mucho más peso que en el caso de super e hipermercados.

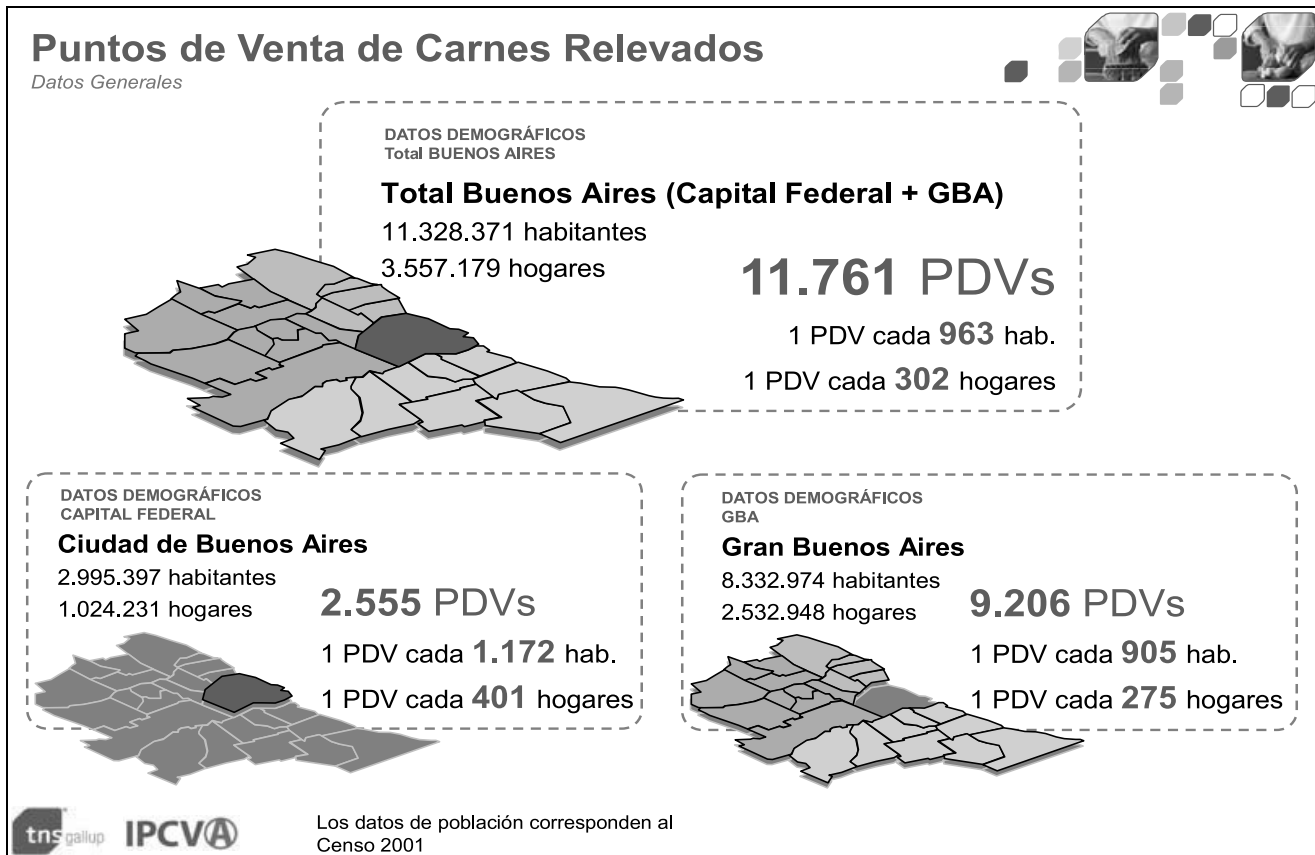
Por el contrario, la categoría de animal (ternera, vaquillona, novillo, etc.) y el tamaño de la pieza (corte), que de hecho está relacionado con el tipo de animal, tienen escasa relevancia en el momento de la compra en ambos canales de comercialización.

Gráfico 5



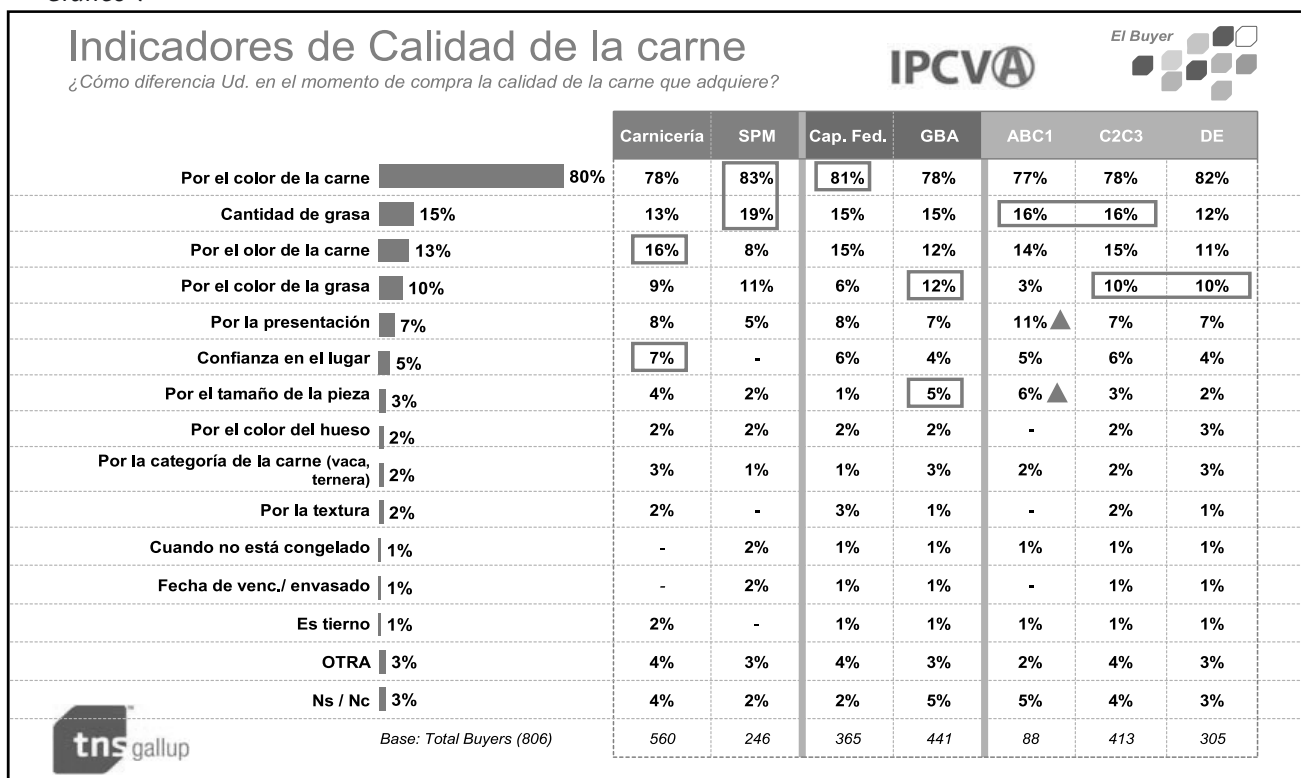
Fuente: IPCVA/TNS-Gallup 2008

Gráfico 6



Fuente: IPCVA/TNS-Gallup 2008

Gráfico 7



Fuente: IPCVA/TNS-Gallup 2008.

Aportes del marketing para la estrategia sectorial

Según los resultados de los diferentes estudios de mercado que se vienen realizando, se llega a la conclusión que a pesar del nivel de implicación de los consumidores en la compra de carne, los mismos suelen repetir en la práctica los mismos hábitos de compra y consumo, muchas veces por desconocimiento, traduciéndose esta conducta en la compra de un repertorio de cortes conocidos lo que les otorga cierta seguridad. Por este motivo, el planteo de una estrategia de marketing en los puntos de venta debería sustentarse en una señalización apropiada que apunte a una mayor educación y a una mejor lectura e interpretación de góndolas o mostradores por parte de los consumidores.

Complementariamente y en relación a este comentario, teniendo en cuenta la elevada interacción de la gente con el carnicero en los negocios minoristas tradicionales y el desaprovechamiento del potencial que tiene este actor para generar mejores condiciones de venta, comunicación y modificación de hábitos, podría encararse un programa de capacitación y educación dirigido a los vendedores que permita ir orientando a la población a partir de la difusión de tips de preparación, ventajas nutricionales, etc).

Es muy probable que en un contexto de creciente complejidad en el escenario inflacionario, la carne vacuna (y el resto de las carnes también) tal vez deban atravesar exámenes más exigentes por parte de consumidores que se volverán cada vez más racionales y que exigirán más valor por los productos que pagan. Por ello, uno de los desafíos de la cadena cárnica será convencer al consumidor de que verdaderamente la carne es un producto barato y no caro como aparece en el imaginario de la opinión pública. Desde este punto de vista, la tarea y el campo

propicio para el marketing podría ser reforzar el concepto de que la carne vacuna es la que mas rinde...ya que si bien esto se conoce parece que no se lo tiene presente en el momento de valorar el producto y obviamente no se lo asocia en la práctica al precio del mismo.

Si bien desde el punto de vista del consumo, es indudable que la terneza es un atributo de calidad indiscutible, no constituye un factor relevante en el momento en que se define exactamente la compra del producto, tal como se ha mostrado en este artículo. Por ello, si bien en el imaginario del argentino, se suele asociar terneza con ternera, es probable que una campaña de marketing centrada en resaltar el sabor de la carne de animales de mayor peso de faena podría empezar a generar un cambio en la estructura del consumo que sería beneficiosa para toda la cadena de ganados y carnes. Seguramente el lector recordará el desafío del sabor Pepsi-Coca Cola..., ¿Por qué no pensar que es posible inducir un cambio con evaluaciones sensoriales (degustaciones) a ciegas?, existiendo además algunos indicios que en la práctica sería factible producir un cambio gradual sin resignar terneza y ganando en sabor.

La concreción de las acciones que se acaban de enumerar podrían ser útiles para por ejemplo, promover sustitución entre cortes vacunos, impulsar una mayor demanda de menudencias, para mejorar la imagen de precios de los productos cárnicos o para reorientar la demanda hacia el consumo de carne bovina proveniente de animales de mayor peso de faena. No se está haciendo referencia ahora a que el objetivo debiera ser uno u otro, lo que se quiere reafirmar contundentemente es que estamos entrando en una etapa de conocimiento del mercado donde comienzan a vislumbrarse cada vez más posibilidades y alternativas para intervenir tácticamente si se quiere empezar a influir en la demanda de productos cárnicos en beneficio de toda la cadena.

TRES NUEVAS PUBLICACIONES

El IPCVA sumó nuevas publicaciones a su sello editorial. Se trata de "Mecanismos de formación de precios en los principales subcircuitos de la cadena de ganados y carnes vacunas en la Argentina", realizado con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), "Efecto del consumo de carne vacuna argentina sobre parámetros clínicos de individuos sanos", realizado con el Instituto Cardiovascular de Buenos Aires (ICBA), y "Estudio sobre logística y costos de exportación en el comercio internacional de carne vacuna. Análisis comparativo con países competidores", realizado con la Universidad Católica Argentina (UCA).

El libro de la CEPAL presenta un pormenorizado análisis de la formación de precios dentro de la cadena de carne vacuna en el país, de acuerdo a los diferentes circuitos de comercialización. En tanto, en el trabajo del Instituto Cardiovascular de Buenos Aires se publica un exhaustivo estudio clínico sobre personas sanas que da por tierra con uno de los mitos históricos que rodearon el consumo de carnes rojas: demuestra en forma científica que la ingesta de determinados cortes de carne vacuna argentina en forma continua no acarrea un aumento del colesterol malo.

El trabajo de la UCA, que analiza en forma pormenorizada las variantes de logística y costos de exportación de nuestro producto más emblemático, permite conocer no sólo los caminos a recorrer para estar presentes en cada mercado, sino también identificar nuestras fortalezas y debilidades para satisfacer las diferentes demandas.

Los tres nuevos libros se suman a los ya editados: "El consumo de carne vacuna en la Argentina", realizado con TNS-Gallup y "Lineamientos para la formulación de escenarios del mercado de carne vacuna en la Argentina" (versiones I y II), desarrollados con la UCA.

BIENESTAR ANIMAL EN EL TRANSPORTE DE GANADO

"Evaluación de las prácticas relacionadas con el transporte terrestre de hacienda que causan perjuicios económicos en la cadena de ganados y carnes" es el quinto cuadernillo técnico del IPCVA, desarrollado en base a un trabajo de la Facultad de Ciencias Veterinarias de la Universidad Nacional del Centro (UNICEN).

El nuevo trabajo consistió en un seguimiento meticuloso de las tropas transportadas durante noviembre y diciembre de 2006 a un frigorífico de La Plata. A partir de ese relevamiento, se consignaron todos los aspectos vinculados a las deficiencias del transporte y luego se cuantificaron las pérdidas observadas en la playa de faena.

El trabajo finaliza con recomendaciones sencillas que permiten mejorar no sólo la rentabilidad sino también la calidad de nuestras carnes.

NUEVA PAGINA WEB DEL IPCVA

Después de cuatro años de funcionamiento, se rediseñó la página www.ipcva.com.ar. La nueva Web de la carne argentina es más sencilla de navegar y posee más contenidos.

El crecimiento que experimentó la página del Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina, de 2970 visitas mensuales en el 2005 hasta las 7881 del 2008, motivó un rediseño general del sitio, dotándolo de una navegación más sencilla y mayor cantidad y calidad de contenidos.

La nueva Web presenta una estética limpia y "liviana" para su uso, con una barra de navegación que permanece visible en todo momento para poder seleccionar rápidamente los contenidos o descargar información gratuita.

La nueva página presenta las acciones del IPCVA, las campañas -tanto en el mercado interno como el externo-, las investigaciones en marcha y toda la información institucional, acompañada por un nutrido menú de descargas, que incluye los boletines del Instituto, los cuadernillos técnicos y los documentos de trabajo que resultaron de estudios encarados por el IPCVA con los más prestigiosos grupos de investigación del país.

La sección multimedia permite visualizar los videos técnicos on line (bienestar animal y calidad de carne, enfermedades de la reproducción, evaluación de la capacidad reproductiva de los toros, etc.) y el Nomenclador de Cortes puede ser consultado desde el sitio o descargado en forma completa.

Dada la cantidad de material desarrollado sobre un mismo tema, se incorporaron algunas secciones específicas, como bienestar animal, y se creó un apartado especial para los chicos, en donde "Asadorito" -el personaje de la campaña para niños realizada en el 2007- presenta información producida para las escuelas.

PRIMERA ESCUELA DE PERIODISMO AGROPECUARIO

El IPCVA auspiciará la iniciativa del Círculo Argentino de Periodistas Agrarios (CAPA) y la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires (FAUBA).

"Proyecto Capacitar" es una iniciativa del Círculo Argentino de Periodistas Agrarios que busca generar un espacio de capacitación para estudiantes, periodistas, formadores de opinión, referentes de difusión de empresas, organismos gubernamentales, sindicatos e instituciones, a quienes se les brindarán las herramientas necesarias para poder analizar las variables de comunicación y producción de un sector tan complejo como el agropecuario. Los cursos, que serán dictados a través de la plataforma de educación a distancia de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires con la modalidad e-learning, tendrán una duración de 10 meses. "Proyecto Capacitar" es el primer programa de capacitación en periodismo agropecuario de América del Sur. Más información: info@periodistasagrarios.com.ar, www.periodistasagrarios.com.ar, www.ipcva.com.ar.

MUY BUENOS RESULTADOS DE LA SEGUNDA CAMPAÑA EDUCATIVA

Fue realizada por el IPCVA durante el 2007, con mensajes específicos sobre la producción e industrialización de la carne vacuna. Casi un 75% de los consultados por la empresa Analogías aseguró haber aprendido aspectos que desconocía sobre el trabajo de la cadena.

Al finalizar el segundo tramo de la campaña educativa sobre el trabajo de la cadena de ganados y carnes, el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA) le solicitó a la consultora Analogías un estudio de opinión para determinar el impacto, comprensión y evaluación de la acción publicitaria. La edición 2007 de la campaña educativa tuvo como objetivo contribuir a superar el alto nivel de desconocimiento público sobre el trabajo de la cadena, demostrado por un estudio de TNS-Gallup de 2006.

Con este fin, las nuevas piezas apuntaron a informar a la opinión pública sobre cuestiones fundamentales relacionadas con la producción e industrialización de la carne como, por ejemplo, el tiempo de cría de un animal y la cantidad de puestos de trabajo vinculados a la cadena.

En esta oportunidad se desarrollaron dos líneas de campaña, una multitarget y otra enfocada hacia el público infantil, siendo la primera vez en la Argentina que el sector se dirigió especialmente a los niños con una campaña educativa.

Alta recordación

Los resultados del estudio de Analogías señalan un alto grado de recordación de la campaña. Un 71% de personas manifestaron haber visto u oído alguna pieza de la campaña multitarget. Este resultado supera por un amplio margen el promedio de recordación para campañas educativas de estas características. El resultado es aún más destacable si tenemos en cuenta que no se trata de una acción destinada a promocionar una marca o producto específico sino de brindar información sobre un genérico como es la carne vacuna. Resultados similares se alcanzaron con la campaña para el público infantil, ya que un 65,7% de los niños consultados recordaron alguna pieza.

La evaluación

En cuanto a la evaluación, 8 de cada 10 encuestados aseguraron que les agradó la campaña, siendo los atributos más valorados su carácter educativo y su credibilidad. El slogan de la campaña ("Saber lo que consumimos es valorar lo que producimos") fue evaluado muy positivamente, con un 91,1% de opiniones favorables.

En lo referente al aprendizaje post campaña, el 74,9% de quienes recuerdan alguna pieza aseguró haber recibido información que desconocía sobre el trabajo de la cadena de la carne vacuna.

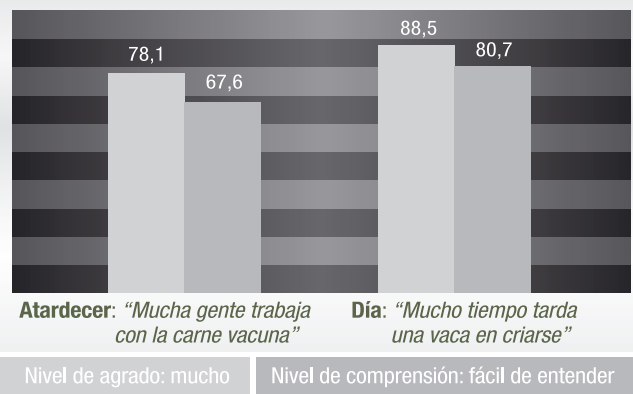
De las dos piezas de la campaña multitarget, la más recordada es la relacionada con el tiempo de crianza de un animal (47,4%), que también tuvo un alto nivel de comprensión del concepto (63%) y de recordación de frases (87,3%). A su vez, la idea de la pieza que se refiere a la cantidad de mano de obra directa e indirecta generada por la industria cárnica fue recordada por el 49,5 %.

Campaña niños

En cuanto a la campaña para niños, el 85% de los encuestados recordaron correctamente el mensaje de las piezas publicitarias en TV, mientras que 8 de cada 10 chicos demostraron su agrado sobre la campaña. En relación a la fijación de conceptos, la pieza que se refiere a la cantidad de mano de obra generada por la industria cárnica fue retenida por el 82,3 % de los niños que recordaron la campaña.

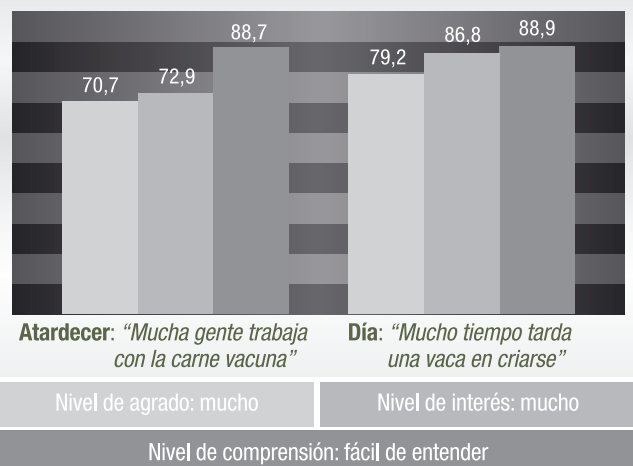
A partir de las percepciones generadas por la campaña, los niños entrevistados consideraron que fue didáctica y les brindó información que desconocían (73,5%).

CAMPAÑA EDUCATIVA NIÑOS (TV)



ESTUDIO ANALOGIAS - NIÑOS / DICIEMBRE 2007

CAMPAÑA EDUCATIVA MULTITARGET (TV)



ESTUDIO ANALOGIAS - MULTITARGET / DICIEMBRE 2007

EL ARGENTINE BEEF EN FRANCIA Y LA FEDERACION RUSA

El Instituto de Promoción de la Carne Vacuna estará presente junto con exportadores argentinos en dos de las ferias de alimentación más importantes del mundo.

Como en ediciones anteriores, el IPCVA estará presente en la SIAL PARIS, la feria de alimentación más importante del mundo.

El Pabellón Argentine Beef, desarrollado especialmente por el Instituto, fue concebido como un verdadero centro de negocios, donde participarán las empresas del sector.

Dentro del stand, de casi 1.000 metros cuadrados de superficie, también se montará un restaurante donde los empresarios argentinos podrán invitar a sus clientes a degustar los mejores cortes de nuestras carnes.

La feria, que se llevará a cabo en el Paris-Nord Villepinte Exhibition Centre del 19 al 23 de octubre de 2008, convocará a productores, importadores, mayoristas, empresas de catering y proveedores de todo el mundo.

Para la edición 2008, se esperan 5.300 expositores de todo el mundo y más de 140.000 visitantes.

En tanto, del 23 al 26 de septiembre próximo se desarrollará la 17ª edición de la World Food Moscú, la exposición y conferencia para la industria de alimentos y bebidas más importante de la Federación Rusia, uno de los destinos más importantes para nuestras carnes.

La feria recibe una gran cantidad de productores de alimentos y bebidas, locales e internacionales, como así también importadores de Europa Oriental y Asia.

En esta ocasión el IPCVA participará con un stand institucional de 72 metros cuadrados y estará acompañado por empresas del sector.



■ El IPCVA estará presente en la SIAL por tercera vez consecutiva

ACCIONES DE 2008

PRODEXPO 2008

El Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina participó con un stand Institucional de 40 metros cuadrados en la feria Prodexpo 2008 (Moscú, Federación Rusia) entre el 11 y el 15 de febrero pasado. En esta feria, formaron parte del stand del Argentine Beef las empresas Amancay, Food's Land, Swift Armour de Argentina, Mattievich, Compañía Procesadora de Carnes y Catter Meat.

ALIMENTARIA BARCELONA

El Argentine Beef participó en la feria ALIMENTARIA BARCELONA 2008, la más importante de España, entre el 10 y el 14 de marzo de 2008, con un stand de 116 metros cuadrados. El IPCVA desarrolló un sector específico para degustación de carne vacuna argentina y allí las empresas dispusieron de mesas de trabajo. En esta oportunidad, en el pabellón de la carne argentina estuvieron presentes El Cuyum Andino, Mattievich, Urien Loza, Lanu, Carnes Hereford, Quickfood y Pampa Natural.

CIBUS 2008

Entre el 5 y el 8 de mayo, el Argentine Beef participó en CIBUS 2008 - Fiere di Parma Italia. En esta feria, el IPCVA dispuso de un stand institucional de 50 metros cuadrados donde se realizaron degustaciones.

CARNE ARGENTINA EN EUROPA

El Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina sigue adelante con la campaña de promoción en Europa, que tiene como objetivo instalar a los productos cárnicos argentinos entre los productos premium que se consumen en la Comunidad Europea.

Desde fines de 2005, el IPCVA trabaja con un objetivo: consolidar el posicionamiento de la carne vacuna argentina en el mercado europeo. Para lograrlo, se investigó al público objetivo, se analizó cómo llegar a quienes forman parte de la toma de decisiones de compra y se estableció un programa de actividades para llegar hacia ellos con la mayor eficacia. La campaña, destinada esencialmente al público HORECA –hoteles, restaurantes y catering- se desarrolla en España, Italia y Reino Unido.

SUPERFICIE DESTINADA A AGRICULTURA VS GANADERIA

Informe elaborado por el Area de Información Económica y Estadística del IPCVA.

A lo largo de los últimos diez años la superficie destinada a la agricultura ha venido creciendo de manera constante, impulsada por la creciente difusión del cultivo de soja, que es el único cultivo de verano que creció en su superficie implantada, reduciéndose paralelamente el área sembrada con maíz, girasol y sorgo granífero.

La superficie implantada con cultivos estivales mostró un crecimiento, comparando la campaña 2006/07 con la 1996/97, en un 55%, pasando de 14,75 millones de hectáreas a 22,8 millones. Muchas de las hectáreas tomadas por la agricultura a lo largo del último decenio estaban destinadas a la ganadería anteriormente, principalmente a la actividad de engorde extensivo a base de pastos naturales o pasturas implantadas.

Este panorama invitaría a suponer que tanto la producción de cultivos estivales que compiten con la soja en el uso de la tierra como el stock bovino debieron haber caído fuertemente a lo largo de los últimos años. Sin embargo, la producción de maíz creció en más de 6 millones de toneladas (+40%) entre 1996/97 y 2006/07, también creció la producción de sorgo en 300 mil toneladas (+12%), pero cayó la producción de girasol en 2 millones de toneladas (-36%). Por otra parte, el stock ganadero lejos de disminuir creció en casi 6 millones de cabezas (+12%) a lo largo del período en cuestión.

¿Cómo se acomodó la ganadería ante el avance de los cultivos agrícolas? A pesar de la reducción del recurso tierra destinado en la ganadería, que podría estimarse en más de diez millones de hectáreas desde 1993 a la actualidad, el stock no sólo se ha mantenido sino que ha crecido, por lo cuál lo que se ha dado ha sido un reordenamiento territorial de la ganadería argentina. En el marco de este reordenamiento, ha habido un marcado crecimiento de la actividad en las regiones extra pampeanas, acom-

pañado de una caída inicial seguida de un período de estabilidad en la región pampeana.

El avance de la agricultura en la región pampeana, sobre todo en zonas ganaderas tradicionales de invernada del oeste de Buenos Aires, sudoeste de Santa Fe, sur de Córdoba y noreste de La Pampa, trajo aparejado un cambio en el sistema de producción ganadera vigente en el país, contrayendo la actividad en algunas zonas tradicionales y creando y/o consolidando cuencas ganaderas a lo largo del territorio nacional.

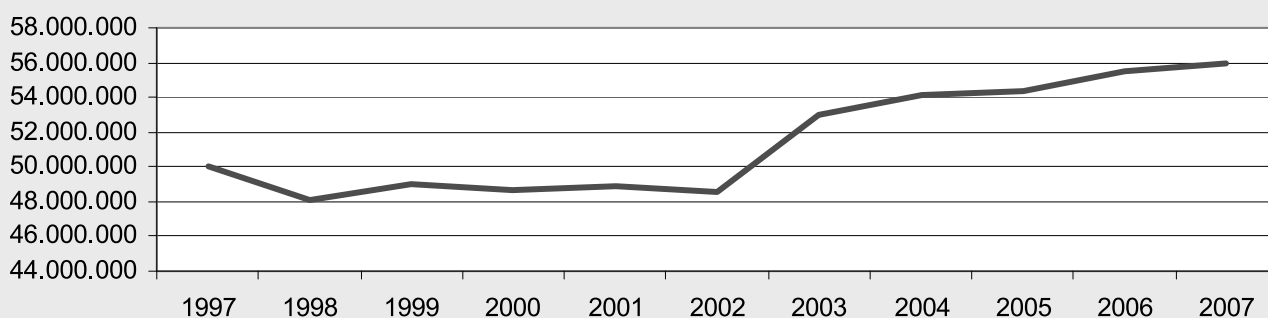
Apenas unas décadas atrás, la producción ganadera se articulaba entre zonas típicas de cría (ubicadas en suelos de baja o nula aptitud agrícola), que producían terneros, con zonas de invernada (campos mixtos aptos tanto para agricultura como para ganadería) que engordaban los terneros provenientes de aquellas zonas; más la oferta de machos y vacas de descarte provenientes de la actividad lechera. El sistema funcionaba de la siguiente forma: se producían terneros en la Cuenca del Salado, Corrientes, la región del NOA y el oeste de La Pampa y sur de San Luis, que luego eran vendidos a invernadores, tradicionalmente localizados en el oeste bonaerense y zonas aledañas. Al transformarse esta última zona en productora de oleaginosas, principalmente de soja, girasol y maní, muchos de los terneros provenientes de las zonas de cría ya no tenían lugar para terminar el ciclo productivo de la manera tradicional.

Engorde a corral

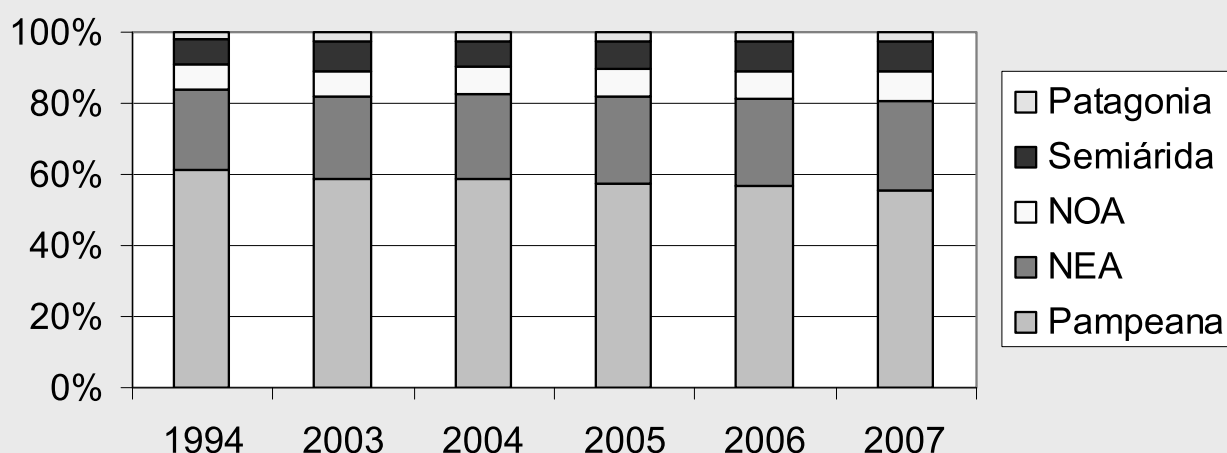
Como respuesta al achicamiento de los campos de invernada pastoril, se desarrollaron esquemas productivos como el feedlot o engorde a corral, la cría y recría, y el ciclo completo. Bajo este nuevo paradigma, la mayoría de los terneros pro-



Stock bovino (cabezas) - Datos 1ª campaña de vacunación contra la fiebre aftosa ajustados - SENASA



Distribución regional del stock bovino (D. Rearte -2007- en base a datos de SENASA)



ducidos en la Cuenca del Salado y en la región semiárida son adquiridos por engordadores intensivos a corral; mientras que los terneros de las regiones del NEA y del NOA son sometidos a recrias dentro de las mismas regiones de origen y son terminados, en el caso de los novillos pesados, principalmente en la zona de islas del Paraná y en el noroeste de Santa Fe. Confirman la tendencia datos como estos:

-En la región NEA, el stock creció en los últimos cuatro años un 14%, mientras el número de novillos creció un 27%. Es decir, que gran parte de los terneros que antes se "exportaban" a la región pampeana son criados y terminados dentro de la región. En Corrientes, provincia tradicionalmente ganadera, el número de novillos creció casi un 50% en los últimos cuatro años.

-En la región NOA, el stock creció en los últimos cuatro años un 19%, mientras el número de novillos lo hizo a una tasa del 24%. Esta región está lejos de alcanzar la carga potencial que sus condiciones naturales aceptan, por lo cual el crecimiento de la ganadería deberá darse más que nada en esta zona del país.

Desplazamiento ganadero

Del avance agrícola ocurrido en la última década puede decirse que no ha afectado el desarrollo de la ganadería, que se ha corrido hacia áreas marginales resignando eficiencia productiva pero permitiendo un mejor aprovechamiento de los recursos naturales del país. El país pudo duplicar su producción de cereales y oleaginosas al mismo tiempo que mantenía o incluso hacía crecer su stock ganadero, revalorizando el recurso tierra tanto en las zonas pampeanas que pasaron a la agricultura como en las regiones extra pampeanas que pasaron a tener una ganadería más desarrollada con mayor producción de carne por hectárea.

Dado que hoy se está haciendo ganadería en campos de menor productividad, se requieren reglas de juego claras que alienten la inversión en instalaciones, pasturas, manejo sanitario, etc. para asegurar la competitividad del sector y su integración a los mercados mundiales cada vez más demandantes.

**DESARROLLAMOS UNA NUEVA WEB
PARA QUE PUEDA ACCEDER
A TODO LO QUE HACEMOS
EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN
DE CARNE VACUNA ARGENTINA.**



**INGRESE A WWW.IPCVA.COM.AR
Y CONOZCA NUESTRO TRABAJO**

SABER LO QUE CONSUMIMOS ES VALORAR LO QUE PRODUCIMOS

IPCVA Instituto de Promoción
de la Carne Vacuna
Argentina

CARNE ARGENTINA