

► Seminarios Regionales IPCVA



► PRIMERA CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DEL SÍNDROME UREMICO HEMOLITICO

ME AYUDÁS A COCINAR?

SÍ MÃ, PERO
ANTES ME LAVO
BIEN LAS MANOS.
VOS YA TE
LAS LAVASTE?





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

CONSEJO DE REPRESENTANTES

PRESIDENTE

- **Dardo Chiesa**

Confederaciones Rurales Argentinas (CRA)

VICEPRESIDENTE

- **Miguel Schiariti**

Cámara de la Industria y Comercio de Carnes y Derivados de la República Argentina (CICCRA)

VOCALES TITULARES

- **Arturo Llavallol**

Sociedad Rural Argentina (SRA)

- **Carlos Miguel Milicevic**

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos (SAGPyA)

- **Fernando Gioino**

Confederación Intercooperativa Agropecuaria Cooperativa Limitada (CONINAGRO)

- **Ulises Forte**

Federación Agraria Argentina (FAA)

- **Angel Vitale**

Cámara de la Industria Frigorífica (CADIF)

- **Jorge Torelli**

Unión de la Industria Cárnica Argentina (UNICA)

VOCALES SUPLENTE

- **Juan José Grigera Naón**

Sociedad Rural Argentina (SRA)

- **Daniel Héctor Pappoto**

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos (SAGPyA)

- **Carlos Garetto**

Confederación Intercooperativa Agropecuaria Cooperativa Limitada (CONINAGRO)

- **Germán Manzano**

Cámara de la Industria Frigorífica (CADIF)

- **Marcelo Pittner**

Unión de la Industria Cárnica Argentina (UNICA)

- **Martín Rapetti**

Confederaciones Rurales Argentinas (CRA)

- **Mariano Bondone**

Federación Agraria Argentina (FAA)

- **Héctor Lescarbura**

Cámara de la Industria y Comercio de Carnes y Derivados de la República Argentina (CICCRA)

SINDICO

- **Marisa Alfiz**

AUDITORIA EXTERNA

- **Estudio Dealecsandris y Asociados**

CONSEJO ASESOR (entidades)

Asociación de Productores Exportadores Argentinos (APEA) - Cámara Argentina de productores de Carne Vacuna (CAPVC) - Asociación Argentina de Angus -Asociación de Productores de Carne Bovina Argentina (APROCABOA) - Federación Gremial del Personal de la Industria de la Carne y sus derivados -Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto - Centro de Consignatarios Directos de Hacienda - Cámara Argentina de Consignatarios de Ganado - Centro de Consignatarios de Productos del País - Mercado de Liniers S.A. - Asociación Argentina de Consorcios Regionales de Experimentación Agrícola (AACREA) - Cámara Argentina de Engordadores de Hacienda Vacuna - Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) - UNCOGA FED. COOP. AGROP. COOP. LTDA. - Confederación Intercooperativa Agropecuaria Cooperativa Limitada (CONINAGRO) - Confederación de Asociaciones Rurales de Buenos Aires y La Pampa (CARBAP) - Asociación Criadores de Hereford - Asociación Argentina de Criadores de Shorthorn - Confederación de Asociaciones Rurales de la Provincia de Santa Fe (CARSFE) - Federación de Industrias Frigoríficas Regionales Argentinas (FIFRA) - Confederación de Asociaciones Rurales de la Tercera Zona (CARTEZ) - Asociación Argentina de Brangus - Cámara de Frigoríficos de Argentina (CAFRA) - Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) - Asociación de Cooperativas Argentinas (Cooperativa Limitada) (ACA)

EDITORIAL



Por Dardo Chiesa
Presidente del IPCVA

El 2008 nos deja un gusto agrio a todos los que trabajamos en la cadena de ganados y carnes. Fue un año signado por los desencuentros en el ámbito interno y por una crisis imprevista y profunda en el externo.

El desencuentro, tanto entre el sector público y el privado como dentro mismo de la cadena se viene incrementando desde el 2005. Y el resultado está a la vista: alarmante liquidación de vientres, disminución del peso de faena, reducción paulatina del stock vacuno y a esto debe sumarse una de las mayores sequías de la historia, con un gran impacto en la producción de carne.

En el ámbito externo, a partir de septiembre los mercados se derrumbaron y el sector cayó en una profunda crisis. Nadie compra, nadie vende y todos los actores de un mundo sobre estoqueado de carne están a la espera de que se reacomoden los mercados. Se derrumbaron los precios de la carne, los cueros, las menudencias y los subproductos.

Muchos contratos debieron repactar condiciones y la industria frigorífica, gran generadora de empleo, comenzó a tomar medidas, como vacaciones anticipadas o menor carga horaria, previas a situaciones aún mas críticas.

El desafío para el 2009, un año por demás difícil, tanto en el orden interno como en el externo, es precisamente encontrar el camino del diálogo del que emerjan las soluciones que esperan más de 2.000.000 de trabajadores argentinos, que dependen de la producción de la cadena de ganados y carnes.

Desde el IPCVA comprometemos nuestro trabajo técnico y nuestro esfuerzo para desplegar un vasto accionar en la reactivación de la actividad ganadera, recomposición de stock y aumento del peso de faena.

Ya sea mediante el apoyo a planes ganaderos provinciales, nacional, actividades de instituciones privadas, acciones de capacitación y generación y difusión de nuevas tecnologías, no escatimaremos esfuerzos para apoyar la recomposición de la cadena y su valoración pública como generadora de trabajo, inclusión social y movimiento económico.

Por supuesto, en el marco de un mundo que debe rearmarse, también pondremos esfuerzos para la consolidación y presencia en los mercados internacionales sin descuidar, por cierto, el mercado interno, que es el motor y sostén de la ganadería argentina.

CUADERNILLO TECNICO 6: ESTRUCTURA DE LA OFERTA DE CARNES EN LA ARGENTINA

Fue realizado por Roberto Bisang, de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y el Instituto con el objetivo de estudiar la realidad de las empresas frigoríficas y la integración en el comercio internacional de carnes.

Ante el escenario tan cambiante de la última década, responder a la pregunta “¿por qué compran los que compran y por qué venden los que venden en la industria frigorífica?” fue el disparador para el trabajo editado recientemente por el IPCVA.

El estudio pone en blanco y negro la situación de las empresas en la Argentina, sus fortalezas y debilidades frente a sus correlativas internacionales, y se transforma en una herramienta fundamental a la hora de generar políticas hacia el sector.

En poco más de una década, la denominada industria frigorífica sufrió un cambio significativo en su estructura. Por diversas causas se llegó a una virtual desintegración de la actividad, dando paso a la conformación de nuevas “alianzas” de negocios entre prestadores de servicios y matarifes y abastecedores y/o entre actores que operan/integran diversas etapas. Sumado a ello y más recientemente, ingresaron cuatro empresas internacionales -dos norteamericanas y dos brasileras- que se ubican entre las más dinámicas y relevantes del comercio de producción mundial.

La capacidad teórica de faena total de la industria frigorífica local se estima en 60,6 mil cabezas diarias (alrededor de 21,9 millones de cabezas anuales). De ese total, las empresas de capital local representan cerca del 86%, es decir, 52,2 mil cabezas diarias. Dentro de éstas se destacan los grupos empresarios y las cooperativas autogestionadas, con 14,6 mil y 3,8 mil cabezas diarias respectivamente, o sea, el 24 y el 6,5% cada uno. Las plantas bajo control de capital extranjero cubren aproximadamente 8,4 mil cabezas, o sea el 13,9% de la capacidad de faena.

Comparativamente, los inversores tienen un tamaño económico y productivo largamente superior al registrado por sus pares argentinos. Se trata de las más grandes empresas cárnicas del mundo, que se encuentran inmersas en un proceso de expansión basado en compras de empresas, a fin de posicionarse convenientemente en el nuevo esquema que va delineándose para la producción y el comercio de las carnes. Son entre 5 y 10 veces mayores (en capacidad de producción, ventas y exportaciones) que sus homónimas locales. No sólo se restringen al mercado local sino que están desplegándose hacia el control de los canales comerciales y las marcas.

El cuadernillo técnico nro. 6: “Estructura de la oferta de carnes bovinas en la Argentina-Actualidad y evolución reciente”, puede ser descargado desde www.ipcva.com.ar o solicitado a info@ipcva.com.ar



NUEVA WEB DEL IPCVA: MAS CONTENIDO, MAS DESCARGAS Y MAS TRAFICO

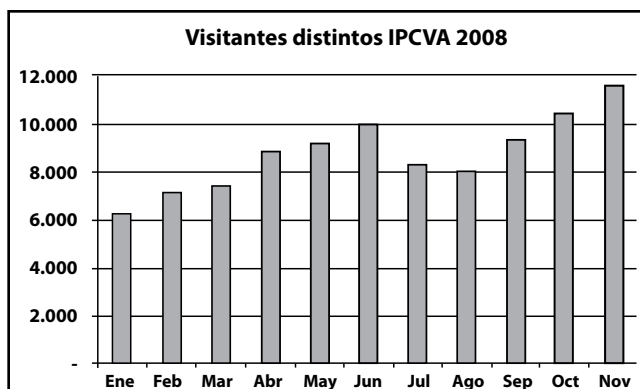
Actualmente se registran casi doce mil visitantes únicos por mes.

A partir del rediseño de la página www.ipcva.com.ar, los visitantes de la página del instituto pudieron encontrarse con un diseño más sencillo y práctico para navegar, nuevos contenidos y mayores posibilidades de descarga.

Es así como de los seis mil visitantes únicos que se registraban en enero de 2008 se pasó a doce mil en noviembre del mismo año.

La página del IPCVA no solamente presenta información institucional y noticias sino también un apartado de esta-

dísticas interactivo, el nomenclador de cortes vacunos, las campañas de marketing y publicidad, las ponencias de los seminarios regionales, y videos técnicos.



03 editorial



“El desafío para el 2009, un año por demás difícil, tanto en el orden interno como en el externo, es precisamente encontrar el camino del diálogo del que emerjan las soluciones que esperan más de 2.000.000 de trabajadores argentinos, que dependen de la producción de la cadena de ganados y carnes”.

10 comunicación y prensa

**NUEVAS PUBLICACIONES.
EL IPCVA EN TODO EL PAIS.**



06 seminarios regionales

**EL IPCVA EN ROSARIO
Y MAR DEL PLATA**



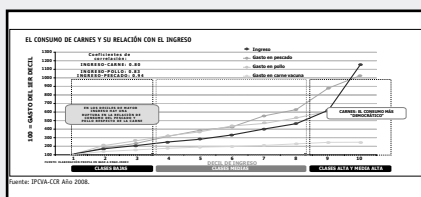
12 comunicación y prensa

**PRIMERA CAMPAÑA DE
PREVENCIÓN DEL SUH**



15 opinión

TENDENCIAS DEL CONSUMO DE CARNES



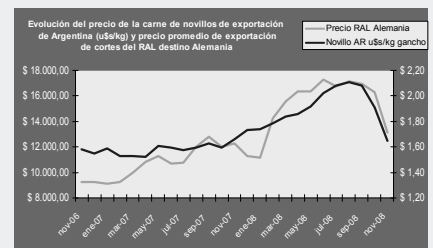
20 promoción externa

EL ARGENTINE BEEF EN LA U.E. Y RUSIA



21 economía y estadística

LA CRISIS FINANCIERA Y EL MERCADO DE CARNES



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

EL IPCVA REALIZO DOS SEMINARIOS REGIONALES EN MAR DEL PLATA Y ROSARIO

Se llevaron a cabo el 14 y el 27 de noviembre de 2008 con casi 800 asistentes entre ambos encuentros. Especialistas del IPCVA, AACREA, CEPAL, INTA y la Universidad Nacional del Sur presentaron ponencias y trabajos de investigación. También disertaron los economistas Javier González Fraga y Carlos Seggiaro. El próximo se llevará a cabo en Resistencia el 26 de febrero de 2009.

Con el lema "Ganadería y compromiso; diagnóstico y propuestas para el crecimiento sostenido de la cadena de la carne vacuna", el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina realizó sus dos primeros seminarios regionales en Mar del Plata (complejo La Normandina, 14 de noviembre) y Rosario (Hotel Ariston, 27 de noviembre).

El objetivo de los encuentros fue brindar a los casi 800 asistentes nuevas herramientas para mejorar la competitividad de los sistemas productivos de la región y difundir el trabajo que realiza el Instituto dentro y fuera del país.

Dardo Chiesa, Presidente del IPCVA, presentó la visión del Instituto y habló sobre el contexto internacional. "Vienen tiempos en los que el mundo no nos va a venir a comprar", dijo Chiesa, "vamos a tener que salir nosotros a vender".

"Hay que cambiar la imagen y desde el IPCVA tenemos mucho trabajo para hacer dentro del país y muchísimo trabajo para hacer afuera", agregó. "Vamos a seguir trabajando para que la cadena se adapte a la nueva situación".



■ Dardo Chiesa - Presidente del IPCVA

Cambios ganaderos

Fernando Canosa (AACREA) se refirió a los cambios estructurales del negocio ganadero, como la creciente producción en las zonas extra pampeanas. Al respecto, señaló las oportunidades que presenta el mundo para nuestras carnes pero también la necesidad de mejorar los índices reproductivos con el objetivo de producir una mayor cantidad de terneros.

Canosa también se refirió a la importancia social y económica

de la cadena de ganados y carnes -que genera mayor demanda de mano de obra que otras más publicitadas, como la automotriz o la textil- y la necesidad de realizar campañas de comunicación que informen sobre estos aspectos al conjunto de la sociedad.

Panel de consumo

Miguel Jairala y Adrián Bifaretti, ambos del IPCVA, revelaron datos hasta ahora desconocidos sobre compra y hábitos de consumo de carnes en el país, de acuerdo a estudios de marcado y paneles de consumo que realiza mensualmente el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina.

Jairala y Bifaretti informaron a los asistentes cuánto se consume por cada corte en cada clase social y zona del país. También explicaron que, a diferencia de otras carnes -como la de pescado-, el consumo de carne vacuna es homogéneo entre clases sociales de diferente poder adquisitivo. Al respecto, sostuvieron que la demanda de carne vacuna es inelástica, es decir que casi ninguna variable de mercado incide en el consumo y se necesitarían cambios muy bruscos en los precios como para que los consumidores modificaran parcialmente sus hábitos.



■ Fernando Canosa - AACREA

Dos charlas técnicas

En Mar del Plata, Hugo Arelovich (Dto. Agronomía-CERZOS-Universidad Nacional del Sur, Investigador de la Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires) presentó una ponencia referida al potencial tecnológico disponible para mejorar la eficiencia en el manejo ganadero, haciendo hincapié en la situación actual de la ganadería pero la gran oportunidad que muestra el mundo para la producción de carne.

En Rosario, Néstor Latimori (INTA Marcos Juárez) y Marcelo de León (INTA Manfredi), disertaron sobre los procesos de intensificación ganadera y la búsqueda de mayor eficiencia.

La comunicación como herramienta

En los seminarios también se presentó un panel de periodistas en el que se brindaron distintas visiones sobre la comunicación del sector hacia la sociedad y hacia el interior de la cadena. Participaron Matías Longoni (diario Clarín), Horacio Mazzola (Informe Rural, Canal Rural), Oscar Bertone (Rosario Express) y Luis Fontoira (Jefe de Comunicación y Prensa del IPCVA).

Compras y ventas en la industria

Roberto Bisang (CEPAL) se refirió a uno de los aspectos centrales del negocio de la cadena de ganados y carnes: la integración de la ganadería con la industria, haciendo hincapié en las razones de ventas y compras en la industria frigorífica. La presentación de Bisang se propuso desentrañar por qué compran los que compran y por qué venden los que venden en la industria y cómo operan las redes internacionales de venta de carnes.



■ Carlos Seggiaro - Fundación Fortalecer



■ Javier González Fraga - ex Presidente del BCRA



La visión económica

Dos economistas de primera línea, como Javier González Fraga (ex Presidente del BCRA) y Carlos Seggiaro (Fundación Fortalecer), presentaron el contexto internacional y las oportunidades para la carne argentina.

El economista Carlos Seggiaro (Fundación Fortalecer) planteó en Rosario los escenarios posibles para el próximo año y, en ese contexto, los desafíos de la cadena. "La foto en la que estamos hoy nos muestra un muy mal momento pero no tenemos que pensar que la película siga así en los próximos meses", aseguró Seggiaro. "Es probable que en los primeros meses del año que viene la demanda internacional comience a moverse un poco, termine con la sobreoferta actual y permita un mejor precio del kilo vivo", concluyó.

En tanto, González Fraga presentó en Mar del Plata los posibles desafíos que deberá enfrentar la cadena el próximo año. Si bien la ponencia hizo foco en el panorama económico y financiero a nivel mundial, también se refirió a aspectos específicos: "Como ganadero que soy siento que se ha acabado la fiesta internacional y ni siquiera me dejaron entrar. El tren de la ganadería pasó y no paró en la Argentina", sostuvo.

Entre otros aspectos, el economista vaticinó una "leve caída del consumo de carne" para el 2009 y "una menor productividad en las zonas nuevas y un menor auge de los granos".

"De todas maneras, soy optimista y creo que en el 2009 se va a revertir el ciclo de liquidación y, aunque todavía puede que pasemos momentos peores, después de doce o quince meses va a volver a crecer la producción", finalizó.

Al concluir los eventos, Dardo Chiesa se refirió a la integración entre los sectores de la producción, la industria y la comercialización: "La cadena de ganados y carnes lamentablemente no es una cadena; son eslabones sueltos y dispersos que hay que unir y eso lo estamos haciendo desde el Instituto", concluyó.

Para el año próximo están previstos seminarios regionales en Resistencia, Salta, San Luis, Neuquén y Bahía Blanca.

Todas las ponencias pueden ser descargadas en: www.ipcva.com.ar

TALLERES DE LA CADENA

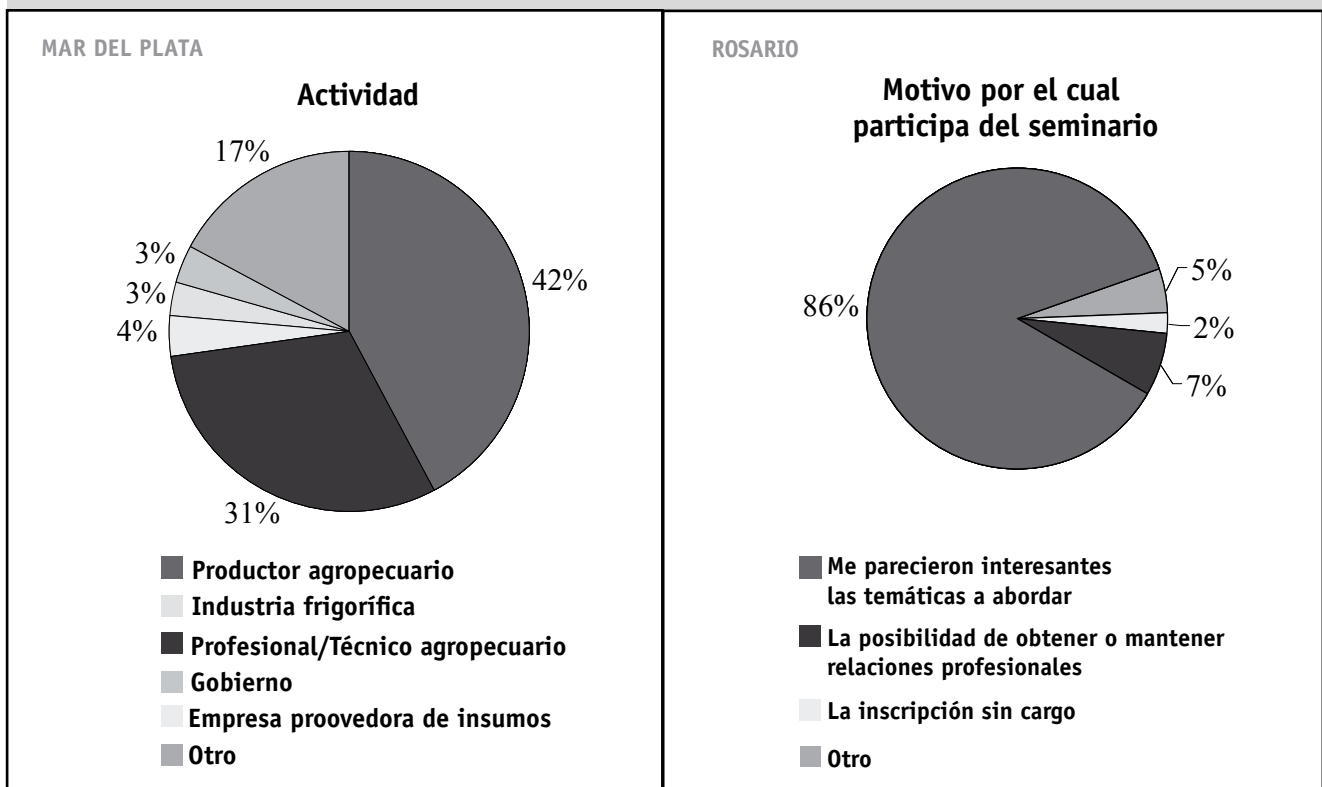
El día anterior a los Seminarios Regionales, abiertos al público, tanto en Mar del Plata como Rosario se llevaron a cabo talleres de discusión sobre la problemática de la cadena de ganados y carnes.

A los talleres fueron invitados los representantes regionales de las entidades de la producción (rurales, directivos de filiales de FAA y CONINAGRO, delegados de SRA, representantes de otras entidades como APROCABOA) con el objetivo de debatir los pormenores de la actividad en la zona e informarlos sobre el trabajo que lleva a cabo el IPCVA tanto dentro como fuera del país.

En ambos encuentros se desarrollaron grupos de discusión y se redactaron conclusiones que serán tenidas en cuenta por el Instituto para el accionar del 2009.

LA OPINION DE LOS ASISTENTES

Más de trescientos participantes de ambos seminarios contestaron la encuesta de evaluación de IPCVA. La gran mayoría eran productores. Casi todos manifestaron interés en las temáticas presentadas.



PREMIO IPCVA AL MEJOR TRABAJO EN ECONOMIA AGRARIA

El Instituto otorgó durante el 2008 el Premio IPCVA al mejor trabajo relacionado con la cadena de ganados y carnes presentado en el marco de la XXXIX Reunión Anual de la AAEA y 2º Congreso Regional y 2º Congreso Rioplatense de Economía Agraria que se llevó a cabo en Montevideo (Uruguay) del 5 al 7 de noviembre de 2008.

El trabajo premiado se tituló "Evaluación económica de un caso de internada de óptima combinación del pastoreo y el encierro a corral" y sus autores fueron Eduardo Ponssa, Darío Sanchez Abrego y Gabriel Alejandro Rodríguez.

Este trabajo analiza un modelo de internada bovina con uso estratégico de corral de encierro en invierno, de margen bruto competitivo con la agricultura. Se analizan los resultados productivos y económicos de las cuatro fases estacionales de la internada, sensibilizando el margen bruto del modelo productivo a las principales

variables involucradas, resultando las de mayor impacto el precio de venta, el peso de venta del lote cabeza, la carga en cabezas por hectárea y el precio de compra, en orden de importancia.

Se identifica a los precios relativos compra-venta como una variable exógena clave del modelo, señalando que a precios históricos de los últimos 10 años el margen bruto que el modelo ofrece resulta claramente inferior a las alternativas agrícolas.

El modelo contempla el uso de corral de crecimiento en invierno potenciando el ciclo forrajero en su conjunto y más allá de que su margen bruto como actividad independiente arroja pérdida, permite que el resto de las fases del proceso de internada funcionen de forma eficiente. Es por ello que su uso es realmente estratégico, aprovechando la mayor eficiencia de conversión de alimento a carne que se produce con animales livianos, optimizando el uso de forrajes en pastoreo.

COLABORACION CON LA ASOCIACION ARGENTINA DE PRODUCCION ANIMAL

En el marco del convenio marco de colaboración e investigación entre el IPCVA y la Asociación Argentina de Producción Animal, el Instituto continúa actualmente como Socio Benefactor de esta Asociación.

Se colaboró económicamente con la organización del XXXI

Congreso Argentino de Producción Animal realizado en Potrero de los Funes, San Luis y se presentaron durante el evento las principales líneas de trabajo que se viene desarrollando en materia de investigación y transferencia de tecnología en las diferentes zonas del país.

CONTROL DE VAMPIROS EN CORRIENTES

El IPCVA y la Facultad de Ciencias Veterinarias de la Universidad Nacional del Nordeste se encuentran desarrollando un estudio de la ecoepidemiología de *Desmodus rotundus* (vampiro común) en los departamentos del norte de la provincia de Corrientes.

El trabajo pretende investigar la dinámica poblacional, la participación del vampiro como reservorio y/o vector de enfermedades zoonóticas, y establecer una densidad poblacional no peligrosa para la salud de la población rural y que no influya en la producción ganadera.

En el marco de ese trabajo conjunto, el IPCVA editó un calendario 2009 con informaciones y consejos destinados a prevenir los problemas que puede acarrear la presencia del vampiro, de serias implicancias económicas y sanitarias.

El calendario fue distribuido entre productores de los departamentos del norte de la provincia de Corrientes.

GANADERIA DE CICLO COMPLETO EN EL NEA Y EL NOA

El Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina y la Asociación Braford Argentina pusieron en marcha un proyecto que se plantea demostrar que la ganadería de ciclo completo en el NEA y NOA es posible con eficacia y eficiencia tanto productiva como económica, teniendo la genética Braford un rol central en su desarrollo y partiendo de su probado liderazgo en cría.

Adicionalmente, se intenta probar que la calidad alimentaria del producto final, medida en valores de ternera y palatabilidad está a la altura de las mejores del mundo, validando el concepto de reemplazo que adoptan los nuevos modelos versus el viejo modelo ganadero argentino. Se aspira a alcanzar resultados extrapolables a la región, colaborando técnicamente con el desarrollo de la actividad de engorde a partir de la extensión rural.

GANADERIA Y COMPROMISO: NUEVA PUBLICACION DEL IPCVA

Se edita mensualmente y se distribuye en todo el país. Posee contenidos técnicos. La suscripción es gratuita.

Con el título "Ganadería y Compromiso" el IPCVA comenzó a editar en octubre de 2008 una nueva publicación técnica de 16 páginas.

Los contenidos, eminentemente técnicos, están destinados a transmitir herramientas de manejo y conocimientos a los productores, y son realizados conjuntamente con periodistas de la Revista Chacra.

Hasta el momento, los cuatro primeros números estuvieron referidos a reservas forrajeras (Nro. 1, octubre de 2008), destete precoz (Nro. 2, noviembre de 2008), cría mejorada (Nro. 3, diciembre de 2008) y "Genética superadora en ganadería para la nueva frontera" (Nro.4 enero de 2009).

Este último número presenta los avances en las razas más tradicionales en el NOA y el NEA (Brangus/Braford), razas sintéticas con sangre africana y británica (Montana/Ranquel) y la genética y su relación con la cría en ambientes con limitaciones de la Región Pampeana.

Al igual que otras publicaciones del IPCVA (boletín, cuadernillos técnicos), la suscripción es gratuita y puede realizarse a través de la web (www.ipcva.com.ar), escribiendo a: info@ipcva.com.ar o llamando al (011) 4328-8152.



EL IPCVA EN TODO EL PAIS

Con distintas modalidades de participación, el Instituto estuvo presente en los últimos meses en ferias, exposiciones y eventos de todo el país.

Entre otras, se pueden mencionar las siguientes exposiciones: Gobernador Virasoro (Corrientes, 3 al 7 de septiembre), Sociedad Rural de Gualeguaychú (Entre Ríos, 5 de septiembre), Bolívar (Prov. de Buenos Aires, 6 al 14 de septiembre), Pergamino (Prov. de Buenos Aires, 10 al 14 de septiembre), Salliqueló (Prov. de Buenos Aires, 11 al 14 de septiembre), Mercedes (Corrientes, 11 al 15 de septiembre), Colonia San Miguel (Colón, Entre Ríos, 12, 13 y 14 de septiembre), Tucumán (28 de septiembre), Pehuajó (Prov. de Buenos Aires, 15 al 21 de septiembre), Jesús María (Córdoba, 17 al 21 de septiembre), Curuzú Cuatiá (Corrientes, 18 al 22 de septiembre), Realicó (La Pampa, 18 al 21 de septiembre), Exposición Nacional de Angus (Sociedad Rural de Mar Chiquita, Coronel Vidal, Prov. de Buenos Aires, 18 al 20 de septiembre), Tostado

(Santa Fe, 20 y 21 de septiembre), Gral. Madariaga (Prov. de Buenos Aires, 25 al 28 de septiembre), Saavedra (Prov. de Buenos Aires, 28 de septiembre), Bahía Blanca (Prov. de Buenos Aires, 2 al 6 de octubre), Santa Rosa (La Pampa, 3 al 5 de octubre), Sociedad Rural de Las Colonias (Esperanza, Santa Fe, 9 al 12 de octubre), Villa Mercedes (San Luis, 9 al 12 de octubre), Tres Arroyos (Prov. de Buenos Aires, 10 al 13 de octubre), Coronel Suárez (Prov. de Buenos Aires, 10 al 13 de octubre), Pellegrini (Prov. de Buenos Aires, 10 al 13 de octubre), Venado Tuerto (Santa Fe, 11 al 13 de octubre), Coronel Pringles (Prov. de Buenos Aires, 16 al 20 de octubre), General Pico (La Pampa, 18 y 19 de octubre), Coronel Brandsen (Prov. de Buenos Aires, 22 al 26 de octubre), San Luis (29 de octubre al 2 de noviembre), Santiago del Estero (30 de octubre al 2 de noviembre), Esquel (Chubut, 31 de octubre al 2 de noviembre), Trenque Lauquen (Prov. de Buenos Aires, 6 al 9 de noviembre), Frías (Santiago del Estero, 7 al 9 de noviembre), Rivadavia (Prov. de Buenos Aires, 14 al 16 de noviembre), Tierra del Fuego (28 de noviembre) y Realicó (La Pampa, 15 de diciembre).

PRIMERA CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DEL SÍNDROME UREMICO HEMOLITICO

La Argentina es el país con mayor cantidad de casos registrados en el mundo. La enfermedad, que afecta principalmente a los niños más pequeños, no posee un tratamiento específico por lo que es fundamental la prevención.

El IPCVA, Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina, y la Fundación CANI, Cultura Alimentaria para una Nutrición Inteligente, Responsable y Segura, presentaron el pasado 4 de noviembre la primera campaña de prevención del Síndrome Urémico Hemolítico (SUH) que días después comenzó a difundirse en medios de comunicación de todo el país.

La campaña, instrumentada en base a recomendaciones científicas, presenta algunos conceptos básicos para la prevención del síndrome, apelando a una estética de comic y mensajes sencillos.

“Desgraciadamente, la Argentina es el país con más casos de Síndrome Urémico Hemolítico”, sostuvo Dardo Chiesa, Presidente del IPCVA, “y si bien la carne mal cocida no es la única fuente de contaminación, es parte de nuestra responsabilidad empresaria generar acciones de prevención porque lo que está en juego es la salud de los chicos”.

Por su parte, la periodista Nancy Pazos, que creó la Fundación CANI luego de que su hijo fuera afectado por la enfermedad, sostuvo que “si bien es un primer paso, estamos en el buen camino para que el Síndrome Urémico Hemolítico deje de destrozar familias”.

La campaña, realizada íntegramente en animación digital, consiste en consejos que realiza un niño a su madre. El protagonista -“Asadorito”, el mismo personaje creado por el IPCVA para la campaña educativa 2007-, realiza recomendaciones sencillas como lavarse las manos antes de comer, no mezclar tablas y cuchillos al manipular los alimentos, cocinar bien la carne y lavar bien las verduras, y adquirir en último lugar la carne y los lácteos en el supermercado para no cortar la cadena de frío.

En esta ocasión, el slogan que utiliza el IPCVA desde hace casi tres años (“Saber lo que consumimos es valorar lo que producimos”) fue reemplazado por “Saber cómo cuidarnos es valorar lo que somos”, para continuar con el mismo tono de mensaje

que fue muy bien valorado por los consumidores de acuerdo a sondeos realizados por TNS-Gallup.

Los cuatro spots desarrollados tienen como objetivo concientizar a la población sobre aspectos elementales que permiten prevenir el SUH, una enfermedad que no posee una cura específica y que en la Argentina registra más de 400 casos por año.



■ Nancy Pazos - Dardo Chiesa - Ramón Exeni



■ Nancy Pazos - Ramón Exeni



INFORMACION SOBRE SUH

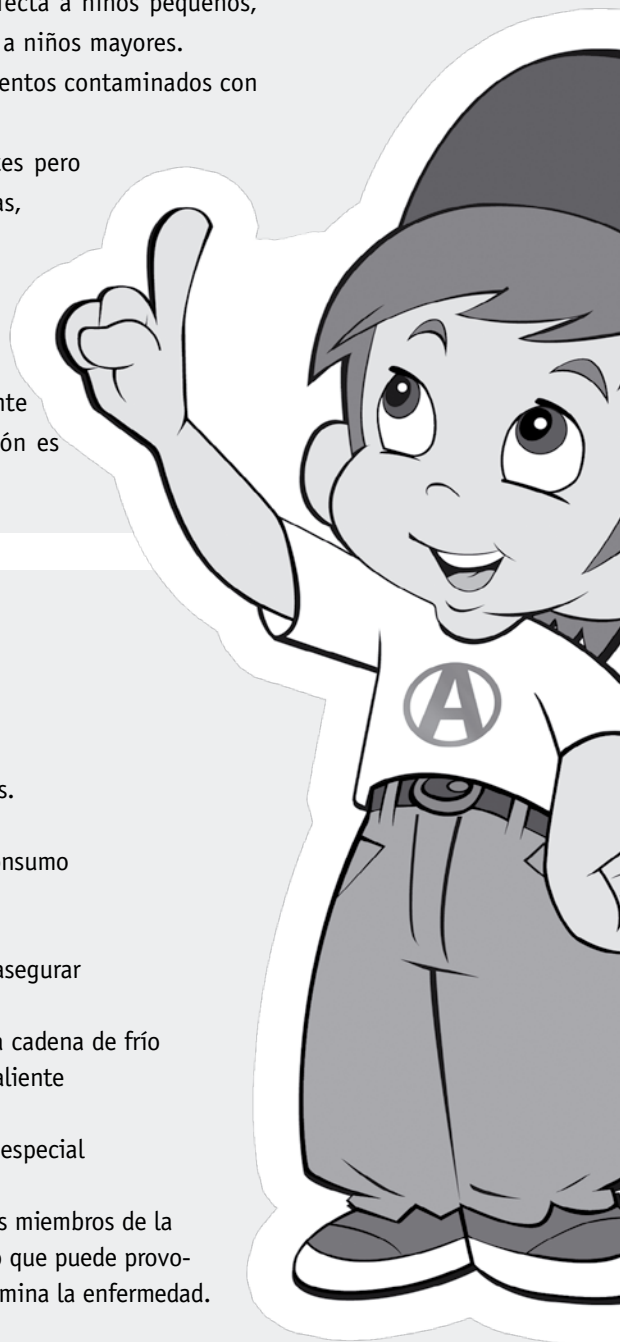
El síndrome urémico hemolítico es una enfermedad que afecta a niños pequeños, habitualmente menores de 6 años, pero que puede afectar a niños mayores.

Se adquiere principalmente a través de la ingestión de alimentos contaminados con bacterias, la más frecuente de ellas es la Escherichia coli.

Afecta principalmente el riñón y la sangre de los pacientes pero también se acompaña de alteraciones neurológicas, cardíacas, y pancreáticas, pudiendo además afectar otros órganos.

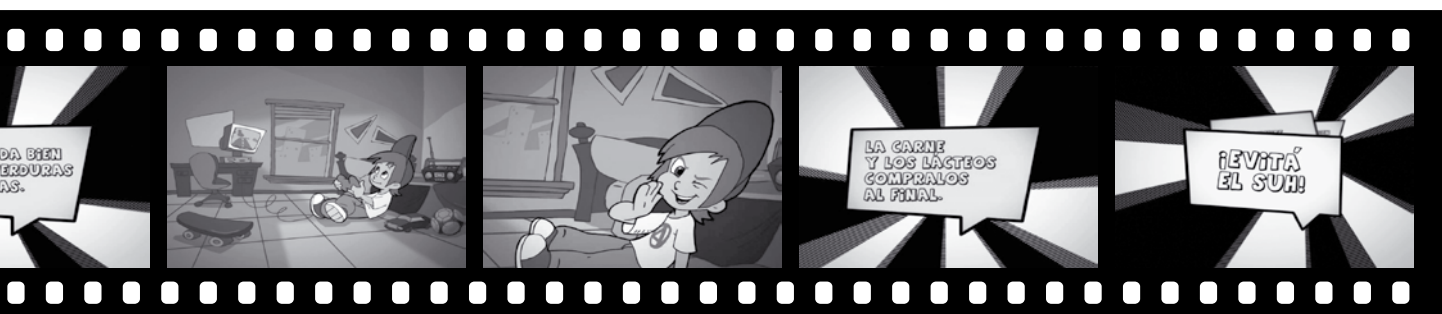
En la Argentina es la primera causa de insuficiencia renal aguda en niños y la tercera causa por la cual los niños requieren un trasplante renal.

No hay tratamiento específico de la enfermedad, solamente de las consecuencias que produce, por lo que la prevención es fundamental.



CONSEJOS BASICOS

- Lavarse las manos antes y después de cambiar los pañales.
- Lavarse las manos luego de ir al baño.
- Lavarse las manos antes y después de procesar los alimentos.
- Lavarse las manos luego de ocuparse de las mascotas.
- Clorar las aguas de natación adecuadamente y aquella de consumo que no sea agua corriente.
- Mantener la cadena de frío.
- Evitar consumir carnes rojas en sitios donde uno no pueda asegurar su correcta manipulación.
- Evitar consumir aquellos lácteos que no hayan mantenido la cadena de frío
- La comida fría debe mantenerse a menos de 4 grados y la caliente a más de 60 grados.
- Si un paciente contrae la enfermedad deben manejarse con especial cuidado sus heces.
- Evitar el consumo de carne cruda o poco cocida por todos los miembros de la familia. El adulto puede ingerir un alimento contaminado, lo que puede provocarle la enfermedad o transformarlo en un portador que disemina la enfermedad.



¡GRACIAS IPCVA!

Por Nancy Pazos

Presidente Fundación CANI

Hace instantes Nicanor me llamó desde su cuarto. Estaba tirado en su cama viendo Cartoon Network, contento después de haber sido escolta en la bandera en su egreso del Kinder y empezó a los gritos: "mamá, vení, vení, mirá quién está en la tele, el amigo asadorito...". Mis ojos, una vez más, se volvieron a llenar de lágrimas. Juro que no puedo evitarlo.

La campaña que hoy está en las radios y en los canales de televisión es la primera que hay en la Argentina de advertencia sobre las posibles formas de contagio del Síndrome Urémico Hemolítico.

La misma enfermedad que atacó a mi hijo menor hace casi tres años hoy es endémica en nuestro país: mata chicos, deja a otros en inexorable camino al trasplante renal y destroza familias.

Por eso es invaluable lo que está haciendo el IPCVA: financiar con recursos propios lo que en rigor debería estar haciendo el estado argentino ya sea a nivel provincial o nacional.

Hoy no me queda más que decir GRACIAS. Unas gracias inmensas a Dardo y en su nombre a todos los directivos e integrantes del Instituto de Promoción de la Carne Vacuna. Básicamente porque esta campaña es de aquéllas cosas que nos revalorizan como dirigentes, pero básicamente como seres humanos, como padres y como personas.

En nombre de CANI (Cultura Alimentaria para una Nutrición Inteligente, responsable y segura), en nombre de mi familia y en el mío propio nuevamente y simplemente: ¡GRACIAS!

FUNDACION CANI: CUERPO SANO, ESTOMAGO INTELIGENTE

La fundación Cultura Alimentaria para una Nutrición Inteligente, Responsable y Segura (CANI) fue creada por la periodista Nancy Pazos y tiene como misión crear conciencia ciudadana sobre la importancia de la buena alimentación y la vida activa como base constitutiva de la buena salud.

CANI trabaja en campañas de concientización, en promoción de la investigación bromatológica sobre los productos de venta masiva en el mercado y en la erradicación de los rumores urbanos que minimizan los riesgos reales como la falta de higiene.

La fundación cuenta con un comité científico compuesto por la Dra. Marta Rivas (Jefe del Servicio Fisiopatogenia del Instituto Nacional de Enfermedades Infecciosas - ANLIS "Dr. Carlos G. Malbrán"), el Dr. Ramón Exeni (Jefe Departamento de Nefrología Hospital de Niños de San Justo - Director Carrera Nefrólogo Infantil Universidad de Buenos Aires - Jefe Trasplante Renal Pediátrico CRAI NORTE Provincia Bs. As.- Profesor Titular Consulto Pediatría UBA), y el Dr Horacio Repetto (Director Carrera Nefrólogo Infantil Universidad de Buenos Aires, Profesor Consulto de la Facultad de Pediatría de la UBA, ex Jefe Departamento de Pediatría del Hospital Posadas).

A COMER!! YA ESTÁN LAS HAMBURGUESAS CON LECHUGA Y TOMATE.

MÁ! TE ACORDASTE DE COCINARLAS MUCHO Y DE LAVAR BIEN LAS VERDURAS?

Recordá siempre que las comidas con carne picada deben estar bien cocidas y las verduras bien lavadas, en especial si son productos recién sacados del freezer. Es una manera de evitar el Síndrome Urémico Hemolítico.

Saber cómo cuidarnos es valorar lo que somos.

IPCVA Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina
www.ipcva.com.ar

cani Fundación
Cultura Alimentaria para una Nutrición Inteligente

ASADORITO!!! YA ESTÁN LISTAS LAS MILANESAS CON ENSALADA.

SABÍAS QUE NO TENÉS QUE USAR LA MISMA TABLA PARA CORTAR LA VERDURA Y LA CARNE?

Siempre que prepares carnes y verduras asegurate de utilizar tablas y cuchillos diferentes. Es una manera de evitar el Síndrome Urémico Hemolítico.

Saber cómo cuidarnos es valorar lo que somos.

IPCVA Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina
www.ipcva.com.ar

cani Fundación
Cultura Alimentaria para una Nutrición Inteligente

TENDENCIAS DEL MERCADO DETECTADAS MEDIANTE EL PANEL DE CONSUMO DE CARNES DEL IPCVA

Desde principios de 2007, el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina puso en marcha un panel de consumo que permite caracterizar y dimensionar la canasta cárnica de los argentinos. Se trata de un relevamiento mensual de las compras realizadas para la preparación y consumo hogareño de carnes. La muestra de hogares está integrada por 600 familias en Capital Federal y Gran Buenos Aires y 600 familias repartidas en distintas ciudades del país.

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

La cadena de ganados y carnes atraviesa un período caracterizado por fuertes cambios en los escenarios de negocios con un reacomodamiento permanente de las variables que afectan el mercado interno y los mercados internacionales.

En este contexto, resulta indispensable dimensionar la estructura de la demanda, clarificando su lógica y patrones de comportamiento para poder evaluar posibles modificaciones en el corto y mediano plazo y contar con mayores elementos de juicio que contribuyan al desarrollo de una política sectorial.

Analizando el mercado interno más importante del mundo

Argentina es un país bastante “democrático” respecto al consumo de carne vacuna, comiéndose carne en cantidades importantes en todo su territorio desde La Quiaca hasta Ushuaia y casi sin distinciones sociales desde Fuerte Apache hasta Puerto Madero, con el mayor consumo per cápita a nivel mundial.

Si bien esto debe enorgullecer a todos quienes trabajamos de alguna u otra manera en esta cadena, no debe hacernos perder de vista la necesidad de profundizar el estudio del mercado para encontrar aquellos aspectos diferenciales entre los niveles socioeconómicos de la población que permitan orientar a los actores del sector para una mejor toma de decisiones tanto en el ámbito privado como en la órbita estatal. Es en este marco que se presentan a continuación algunos resultados de investigaciones de mercado que viene realizando el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina en el ámbito de la Capital Federal, el Gran Buenos Aires y las principales ciudades del interior del país.

Evolución de los principales indicadores de consumo

El IPCVA puso en marcha a principios del año 2007 un Panel de Consumo que permite caracterizar y dimensionar la canasta cárnica de los argentinos. Esta investigación de carácter sistemática se realiza con la empresa CCR y consiste en un relevamiento mensual de las compras realizadas para la preparación y consumo hogareño de carnes, dejando de lado el consumo fuera del hogar y aquel proveniente del “delivery”. La muestra de hogares está integrada por 600 familias en Capital Federal y Gran Buenos Aires y 600 familias repartidas en el Gran Salta, Gran Resistencia, Gran Tucumán, Gran Mendoza, Gran Córdoba, Gran Rosario, Mar del Plata y Bahía Blanca, alcanzando una cobertura del 50% de los hogares del país.

Esta investigación ha permitido monitorear a lo largo de todo este tiempo las principales variables de consumo, mostrando los cambios que se han ido produciendo en las cantidades consumidas, precios pagados, niveles de sustitución entre carnes y cortes cárnicos entre otras cuestiones. No es un detalle menor, tomando como punto de partida el déficit de información confiable existente en el país y teniendo en cuenta que el registro de información se efectúa automáticamente luego de que los consumidores concretan cada una de las compras del producto. Asimismo, el tamaño de la muestra (1200 hogares) y el registro diario por parte de los panelistas permite contar con una base de registros poderosa y contundente. Desde allí, la aplicación de los diferentes instrumentos estadísticos y macroeconómicos brindan una elevada solidez en los análisis que se llevan adelante. Tal como puede apreciarse en el Gráfico 1 (Pág. Siguiendo) desde que comenzó el estudio (abril de 2007) los hogares argentinos están consumiendo en promedio entre 15 y 18 kg mensuales de carne vacuna.

Analizando la tendencia desde el inicio de la investigación, el consumo se ha estabilizado en alrededor de 15 kg mensuales por hogar en las últimas dos mediciones realizadas por el estudio de mercado, luego de una caída registrada durante el inicio del conflicto entre el gobierno y el sector agropecuario de nuestro país.

Asimismo, los niveles de precios pagados por kg parecen haberse estabilizado en el rango de los \$12 a partir del mes de marzo, inclusive con una leve tendencia a la baja en los últimos meses.

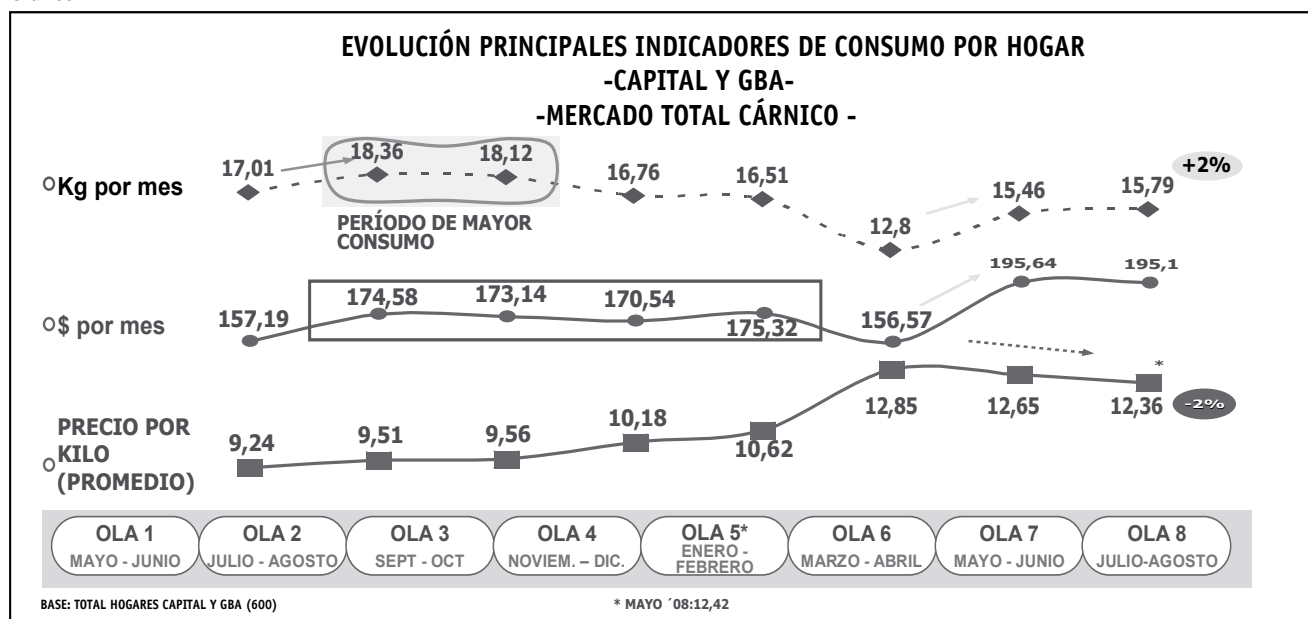
El Gráfico 2 muestra cómo es el consumo de los diferentes tipos de carnes respecto al nivel de ingreso de la población argentina. Así, puede observarse la transversalidad del consumo de carne vacuna en nuestro país ya que a pesar de las diferencias notorias planteadas en los niveles de ingreso comparando los deciles más pobres y más ricos de Argentina, los niveles de consumo de carne vacuna no difieren sustancialmente. Si este tipo de análisis se realiza por ejemplo para otros productos cárnicos como el pollo y el pescado, se advierte un mayor gasto en este tipo de productos en

los segmentos de la población más acomodados económicamente.

Para dimensionar el concepto planteado vale la pena revisar la cantidad de kg de carne vacuna consumida mensualmente por hogar según el último relevamiento realizado en el panel. Así mientras el promedio de consumo es de unos 15,02 kg por hogar, en la clase top es de 15,8 kg por hogar, en la clase media alta es de 13,95 kg por hogar, en la clase media es de 15,26 kg por hogar, en la media recuperada es de 15,77 kg por hogar y en la clase baja es de 14,81 kg por hogar.

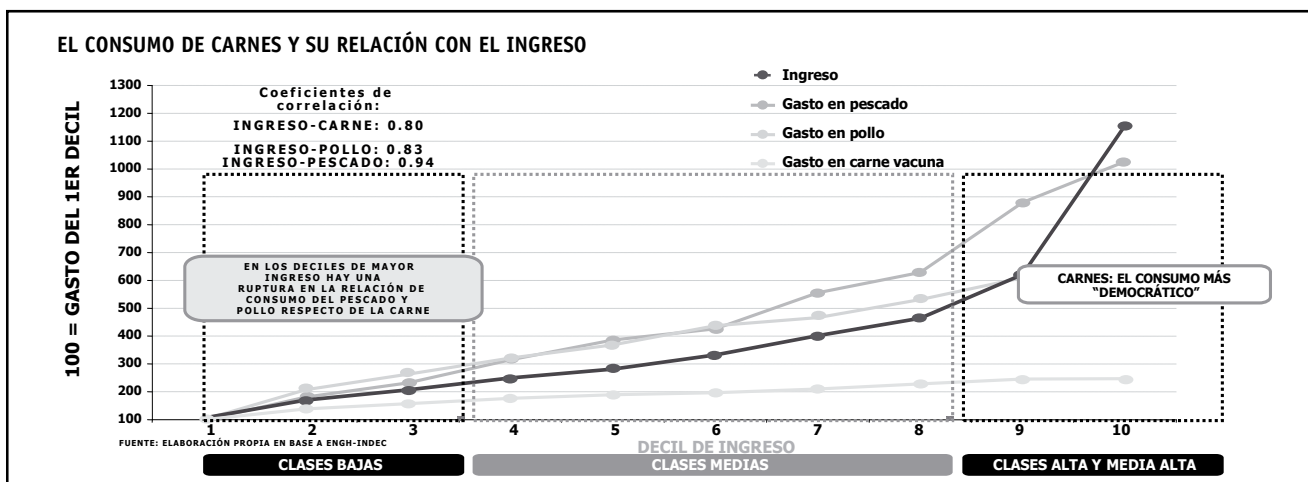
La expresión de la transversalidad del consumo de carne en la población argentina puede verse también cuando se analizan los actos de compra de los diferentes niveles socioeconómicos y la participación de los diferentes cortes y productos cárnicos en la compra. En el Cuadro 1 adjunto (Pág. siguiente), se presentan los principales cortes y productos cárnicos que pueden obtenerse a partir de una media res y se plantea una serie de agrupamientos de los mismos que resultan de utilidad en estudios que permiten identificar

Gráfico 1



Fuente: IPCVA- CCR Año 2008.

Gráfico 2



Fuente: IPCVA-CCR Año 2008.

Cuadro 1

AGRUPAMIENTOS DE PRINCIPALES CORTES VACUNOS Y PRODUCTOS CÁRNICOS		
RUEDA	CARNES PREPARADAS	DIEZ COSTILLAS
NALGA	HAMBURGUESAS	BIFE ANCHO
BOLA DE LOMO	MILANESAS	BIFE ANGOSTO
CUADRADA	PATY	BIFE ANGOSTO CON LOMO
COLITA DE CUADRIL	OTRAS HAMBURGUESAS	BIFE DE CHORIZO
PECETO		CORAZÓN DE CUADRIL
TAPA DE NALGA		LOMO
TORTUGUITA		
PECHO 3 COSTILLAS	OTROS	ACHURAS
AGUJA/ROAST BEEF	PICADA ESPECIAL	CHORIZO
PALETA	PICADA COMUN	HÍGADO
OSOBUCO CON HUESO		MONDONGO
BIFE AMERICANO	COSTILLAR	
CARNAZA COMÚN	ASADO DE TIRA/COSTILLAR	
FALDA CON HUESO	VACÍO	
PALOMITA / CHINGOLO	MATAMBRE	
TAPA DE ASADO		



Gráfico 3

- SEGÚN CLASE SOCIAL TOTAL PAIS -	TOTAL	TOP	MEDIA ALTA	MEDIA TÍPICA	MEDIA RECUPERADA	BAJA
	RUEDA	23%	25%	25%	24%	23%
10 COSTILLAS	10%	13%	11%	11%	11%	9%
PECHO 3 COSTILLAS...	24%	20%	21%	25%	24%	25%
COSTILLAR	11%	13%	11%	10%	10%	11%
Picada especial	12%	12%	13%	12%	11%	11%
Picada comun	8%	4%	6%	6%	9%	10%
ACHURAS	5%	4%	5%	5%	5%	6%
CARNES PREPARADAS	5%	4%	5%	5%	6%	5%
BASE: TOTAL ACTOS DE COMPRA DE CARNE VACUNA	7835	373	1138	1918	1999	2407

Fuente: IPCVA- CCR Año 2008.

Gráfico 4

PRECIO POR KILO PAGADO POR CADA SEGMENTO - CAPITAL Y GBA POR CLASE SOCIAL-	TOTAL	TOP	MEDIA ALTA	MEDIA TÍPICA	MEDIA RECUPERADA	BAJA
SEGMENTO PREMIUM	\$ 14,10	\$ 15,35	\$ 14,71	\$ 14,60	\$ 12,94	\$ 14,29
GAP DE PRECIOS PUNTA A PUNTA: \$1,05 (7,36%)						
SEGMENTO LP	\$ 16,33	\$ 18,02	\$ 15,83	\$ 15,98	\$ 16,51	\$ 16,60
GAP DE PRECIOS PUNTA A PUNTA: \$1,42 (8,58%)						
SEGMENTO MEDIO	\$ 12,99	\$ 13,92	\$ 13,56	\$ 12,75	\$ 13,02	\$ 12,67
GAP DE PRECIOS PUNTA A PUNTA: \$1,25 (9,83%)						
SEGMENTO BAJO	\$ 10,40	\$ 11,36	\$ 10,53	\$ 10,72	\$ 10,47	\$ 9,88
GAP DE PRECIOS PUNTA A PUNTA: \$1,47 (14,90%)						
BASE: TOTAL HOGARES CAPITAL Y GBA	600	85	104	106	195	110

SEGMENTO BAJO: Aguja/Roast Beef, Azotillo, Cogote, Falda con hueso, Falda sin hueso, Garrón delantero/Brazuelo, Garrón trasero, Marucha, Osobuco con hueso, Picada común, Picada especial, Tapa de asado, Tortuguita.
SEGMENTO MEDIO: Asado de tira/costillar, Bife americano, Bife ancho, Bife angosto, Bife mediano, Carnaza común, Entraña fina, Escondido/araña, Matambre, Nalga, Paleta, Palomita/ Chingolo, Pecho, Tapa de nalga, Vacío.
SEGMENTO ALTO O CORTES PREMIUM: Bife angosto con lomo, Bife de chorizo, Bola de lomo, Colita de cuadril, Corazón de cuadril, Cuadrada, Lomo, Peceto, Picada Premium, Riñonada de cuadril, Tapa de cuadril.
SEGMENTO LPC: Lomo, Peceto, Colita de Cuadril

Fuente: IPCVA- CCR Año 2008.

pautas de comportamiento de compra y consumo.

En el Gráfico 3 está detallada la participación de diferentes cortes cárnicos en la compra del mes según diferentes clases sociales en la Capital Federal y el Gran Buenos Aires. Estos datos han sido obtenidos en el relevamiento efectuado en el marco del Panel de consumo IPCVA – CCR durante los meses de julio – agosto de 2008.

Puede verse que los cortes de “la rueda” poseen en promedio un 23% de participación en la totalidad de los actos de compra, los cortes incluidos dentro del agrupamiento “pecho a tres costillas” un porcentaje de participación de 24%, el “costillar” un porcentaje del 11% y los cortes del agrupamiento “diez costillas” un 10% de participación. En el mismo sentido la carne picada especial posee una participación del 12%, la carne picada común un 8%, las achuras un 5% y las carnes preparadas un 5%.

Si se analiza estructuralmente la participación de los diferentes cortes en los actos de compra de las diferentes clases sociales, se advierten proporciones similares, lo que estaría demostrando en principio un comportamiento similar desde este punto de vista.

Otro rasgo de esta transversalidad o quizás una explicación de esta particularidad es el escaso diferencial existente entre los precios que deben pagar por la carne los niveles socioeconómicos más bajos y aquellos mejor acomodados. Así, teniendo en cuenta los diferentes cortes cárnicos, el nivel socioeconómico de mayor ingreso (clase Top) los paga solamente entre un 7 y un 14% más caros que el nivel socioeconómico más desfavorecido (Clase baja) (Gráfico 4).

Consumo diferencial y principios de segmentación del mercado

Tal como se ha demostrado hasta el momento existe en Argentina cierta homogeneidad en los parámetros del consumo que hacen que no difieran tanto las cantidades globales consumidas por los distintos niveles socioeconómicos y se mantengan más o menos las mismas proporciones de los

principales agrupamientos de cortes y productos cárnicos cuando se analizan los actos de compra de la población.

Sin embargo, es necesario aclarar también otros aspectos estructurales del mercado que demuestran algunos rasgos diferenciales cuando el análisis contempla territorialmente la preferencia por determinado tipo de carne que manifiestan las diferentes clases sociales.

Así puede verse que desde la percepción de la gente (Gráfico 5), aparecen algunas diferencias en las proporciones en que las categorías de animales (terneras, vaquillonas, novillitos, novillos, vacas y toros) dan origen a la carne que se consume en cada nivel socioeconómico. Por ejemplo y si bien las diferencias no son sustanciales, puede dimensionarse en cierta forma cómo la clase media alta es la que más aparece consumiendo carne de ternera y vaquillona; cómo la clase media y la clase baja son las más consumidoras de carne de novillo, cómo el consumo de novillito se vuelve más importante en la clase media típica y cómo el consumo de vaca adquiere relevancia en la clase media recuperada y en la clase baja.

Una complementación de este análisis puede efectuarse con la información generada por el IPCVA a partir del Censo de puntos de ventas en Capital Federal y Gran Buenos Aires que ha llevado adelante este año con la empresa TNS-Gallup.

Este estudio ha demostrado entre otras cuestiones que mientras en Capital Federal, el 83% de las medias reses que se comercializan poseen un peso igual o inferior a los 85 kg, en el ámbito del conurbano casi el 50% de los puntos de venta minorista aparece despostando una media res de más de 85 kg.

Una instancia aún más profunda del análisis permite ver las similitudes y diferencias que surgen a nivel socioeconómico cuando se comparan el ámbito geográfico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires (Gráfico 6). Así mientras en la Capital Federal encontramos un patrón de ventas de medias reses que mantiene la misma proporcionalidad en cuanto a pesos cuando se comparan los diferentes niveles socioeconómicos, cuando se revisa la situación del Gran Buenos Aires se advierte que ello no es así.

Gráfico 5

PARTICIPACION DE CALIDADES DE CARNE -POR NSE, AMBA -OLA 3-						
	TOP	MEDIA ALTA	MEDIA TÍPICA	MEDIA RECUPERADA	BAJA	
TERNERA/VAQUILLONA	37,90%	43,30%	48,70%	32,70%	38,30%	35,50%
NOVILLO	36,70%	37,50%	34,30%	40,60%	30,70%	39,70%
NOVILLITO	14,24%	12,70%	13,40%	18,90%	14,90%	10,40%
VACA	11,05%	6,20%	3,40%	7,70%	16,00%	14,30%
TORO	0,11%	0,30%	0,10%	0,10%	0,10%	0,00%
Total actos de compra	10153	1232	1718	1722	3470	1961

Fuente: IPCVA- CCR Año 2007.

Ilustrando con datos concretos, cuando se analiza la comercialización de medias reses de 75 kg o de menos peso inclusive, el peso relativo de este tipo de carne dentro del perfil de consumo característico del nivel socioeconómico más acomodado no difiere tanto del nivel socioeconómico más bajo cuando nos referimos a Capital Federal. Así, mientras en el nivel ABC1 el 59% de la carne que consume proviene de este tipo de medias reses, en el nivel socioeconómico más bajo, el consumo de este tipo de carne representa un interesante 45% de su consumo total.

Si se analiza en cambio qué sucede en el Gran Buenos Aires cuando se comparan los niveles socioeconómicos extremos de la población, aparecen diferencias mucho más marcadas respecto a la relevancia del consumo de animales livianos en el consumo total de cada segmento.

Reflexiones finales

La carne es definitivamente una categoría transversal, lo que implica que ingresa a todos los segmentos socioeconómicos con muy pocas diferencias de consumo. Esta transversalidad se traslada a los segmentos de precios y cortes dado que los más baratos y los más caros se consumen en niveles

similares tanto en los sectores de mayor poder adquisitivo como en los niveles socioeconómicos más bajos. En definitiva "Todos comen Todo".

En este marco, mientras las clases sociales de mayores ingresos son más selectivas en los cortes que consumen incorporando cortes más caros, las clases medias recuperadas y las clases bajas acceden al consumo de carnes sin considerar esta segmentación.

Más allá de que estamos en presencia de un consumo "democrático" y en principio sin mayores diferencias cuando se comparan las cantidades de carne que terminan consumiéndose en los diferentes niveles socioeconómicos, aparecen algunos diferenciales de calidad -algunos objetivos y otros no tanto-, que van definiendo algunos parámetros y puntos de referencia que permitirían ir segmentando el mercado cuando se lo analiza en términos geográficos y según los principales estratos de la sociedad.

Los argentinos damos forma -y vida- al mercado interno de carne vacuna más importante del mundo. Vale la pena conocerlo con metodología empresarial e investigaciones con base científica si queremos entender cómo funcionan y se encadenan los negocios del sector a partir de la demanda interna. Vale la pena conocerlo a fondo si pretendemos garantizar el "bienestar cárnico" de las generaciones futuras.

Gráfico 6

PESO MEDIA RES según NSE – CAPITAL FEDERAL					
PESO MEDIA RES	NSE				Total general
	ABC1	C2C3	D1	D2E	
75 kg o menos	59%	56%	50%	45%	53%
76 a 85 kg	29%	28%	35%	31%	30%
86 a 105 kg	9%	13%	11%	14%	12%
106 kg y más	1%	2%	2%	6%	3%
No aplica	2%	1%	2%	3%	2%
Total general	100%	100%	100%	100%	100%
Base	136	770	353	299	1558
Peso Promedio (en kg)	76, 8	77, 5	78, 1	80, 2	78, 1
Casos válidos	133	760	347	289	1529

PESO MEDIA RES según NSE – GBA					
PESO MEDIA RES	NSE				Total general
	ABC1	C2C3	D1	D2E	
75 kg o menos	53%	28%	18%	12%	21%
76 a 85 kg	32%	31%	25%	23%	27%
86 a 105 kg	10%	28%	38%	43%	35%
106 kg y más	2%	9%	14%	18%	13%
No aplica	2%	4%	5%	4%	4%
Total general	100%	100%	100%	100%	100%
Base	105	1514	1384	1143	4146
Peso Promedio (en kg)	77, 5	86, 6	90, 9	93, 0	89, 5
Casos válidos	103	1458	1320	1099	3980

Fuente: IPCVA / TNS- Gallup Año 2008.

EL ARGENTINE BEEF EN LA SIAL DE PARIS Y LA WORLD FOOD DE MOSCU

Más de 30 empresas acompañaron en octubre al IPCVA en la SIAL parisina, la feria de alimentos y bebidas más importante del mundo. En septiembre los exportadores argentinos habían estado presentes en la Federación Rusa.

Como cada dos años, entre el 19 y el 23 de octubre, Francia se convirtió en la mayor vidriera de alimentos y bebidas del mundo, ya que en París puso en marcha la feria más importante a nivel internacional, con más de 5.000 expositores de 99 países.

El Pabellón del Argentine Beef, desarrollado especialmente para el evento por el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina, estuvo ubicado en el Hall 6 del Parc des Expositions, con una superficie total de 985 m², donde los visitantes pudieron tomar contacto con los empresarios y recibieron información sobre nuestro producto más emblemático.

Como en otras ocasiones, el pabellón Argentine Beef fue concebido como un verdadero centro de negocios que, con una cuidada estética, presentó las bondades de la carne argentina, su sistema de producción e industrialización.

En su interior, casi treinta empresas argentinas contaron con espacios individuales y un gran restaurante de treinta mesas para uso común, donde pudieron invitar a sus clientes a degustar los mejores cortes de carne vacuna argentina a la parrilla.

Paralelamente a las actividades de la feria, el 21 de octubre el IPCVA agasajó a los importadores en un evento que se llevó a cabo en el Hotel Hyatt Regency Paris – Charles de Gaulle para más de 200 invitados de todo el mundo.

La SIAL de París se realiza desde 1964 y, en promedio, registró en las últimas ediciones una concurrencia de más de 140.000 decisores de compra de casi doscientos países. Según datos de la organización, cada una de las empresas participantes en la feria del 2006 realizó 154 contactos comerciales, de los cuales el 55% eran nuevos.

La SIAL también es una excelente caja de resonancia para el posicionamiento de la imagen de un producto a nivel global ya que, además de los decisores de compra, registra una concurrencia de más de 1.200 periodistas de todo el mundo.

Carne argentina en Moscú

El Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina estuvo presente por cuarta vez en la World Food Moscow, la feria de alimentos más importante de la Federación Rusa y una de las más trascendentes de Europa.

Para la participación en la feria, que se llevó a cabo entre el 23 y el 26 de septiembre en un predio de la capital rusa, el IPCVA desarrolló un stand institucional de 72m² en el que participaron las empresas Frigorífico Alberdi, Frigorífico Mattievich, Frigorífico Rioplatense y Quickfood.



EMPRESAS ARGENTINAS

El Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina estuvo acompañado en la SIAL por las siguientes empresas exportadoras:

- Amancay
- Argall
- Logros
- La Ganadera Arenales
- Offal Exp
- La Anónima
- Finexcor
- Mattievich
- Quickfood
- Frigorífico Rioplatense
- Rafaela Alimentos
- Macellarius
- Frigorífico Gorina
- Lafayette
- El Zaiman/Tomas Arias
- Santa Elena Alimentos
- Frigorífico Ecocarnes
- Friar
- Frigorífico Alberdi
- Yocle
- Arre Beef
- Food's Land
- Doble Zeta
- APEA
- Visom
- Fridevi

REPERCUSIONES DE LA CRISIS FINANCIERA SOBRE EL MERCADO DE CARNE VACUNA

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

Desde los últimos días de septiembre pasado, los mercados internacionales de commodities energéticos y agropecuarios se han visto sacudidos por los efectos de la crisis financiera internacional derivada de la sobreestimación de la capacidad de pago de los deudores hipotecarios de los Estados Unidos tras el fin del ciclo alcista de los valores inmobiliarios y la restricción del crédito que trajo aparejada esta desvalorización de activos.

Desde los precios máximos alcanzados en los meses de junio y julio de 2008, cuando el barril de petróleo WTI había alcanzado precios promedio mensuales superiores a los u\$s 133, la tonelada de soja había llegado a un precio FOB (Golfo de México) del orden de los u\$s 580, y los novillos pesados habían superado los u\$s 2,00 por kilogramo en pie en países vecinos del MERCOSUR como Uruguay y Brasil, a partir de septiembre los valores comenzaron a ceder (ver gráfico 1), cayendo abruptamente durante el mes de octubre y continuando esta tendencia en los primeros días del mes de noviembre. Respecto al valor máximo alcanzado hace unos meses, las cotizaciones vigentes el 17 de noviembre de 2008 del petróleo son un 60% inferiores (u\$s 55 el barril), las de la soja un 40% inferiores (u\$s 353 la tonelada) y la de los novillos

especiales en el Uruguay un 50% inferiores (u\$s 0,98 por kilogramo en pie).

En el caso de la ganadería argentina, el conjunto de regulaciones que limitan las exportaciones de carne vacuna impidieron que los altos precios internacionales alcanzados por la carne bovina en el segundo y parte del tercer trimestre de 2008 fueran trasladados completamente a los precios de la hacienda en pie comercializada en el país. Mientras que el precio promedio de las exportaciones de carne vacuna pasó de u\$s 3.000 por tonelada res con hueso en enero de 2008 a u\$s 4.300 en agosto y septiembre, es decir, que las ventas al exterior de carne vacuna tuvieron una mejora promedio del 45%, el precio promedio de la carne de novillos de exportación que valía a principios del año u\$s 1,75 por kilogramo en gancho sólo mostró una suba del 20%, llegando en agosto a un valor máximo de u\$s 2,11 (ver gráfico 2).

En las últimas semanas, los precios promedio de los cortes de alto valor en los mercados de la Unión Europea han caído más de un 25%, mientras que el precio de la carne de novillos de exportación perdió en el mismo lapso aproximadamente un 20% de su valor. A lo largo de los primeros días

Gráfico 1

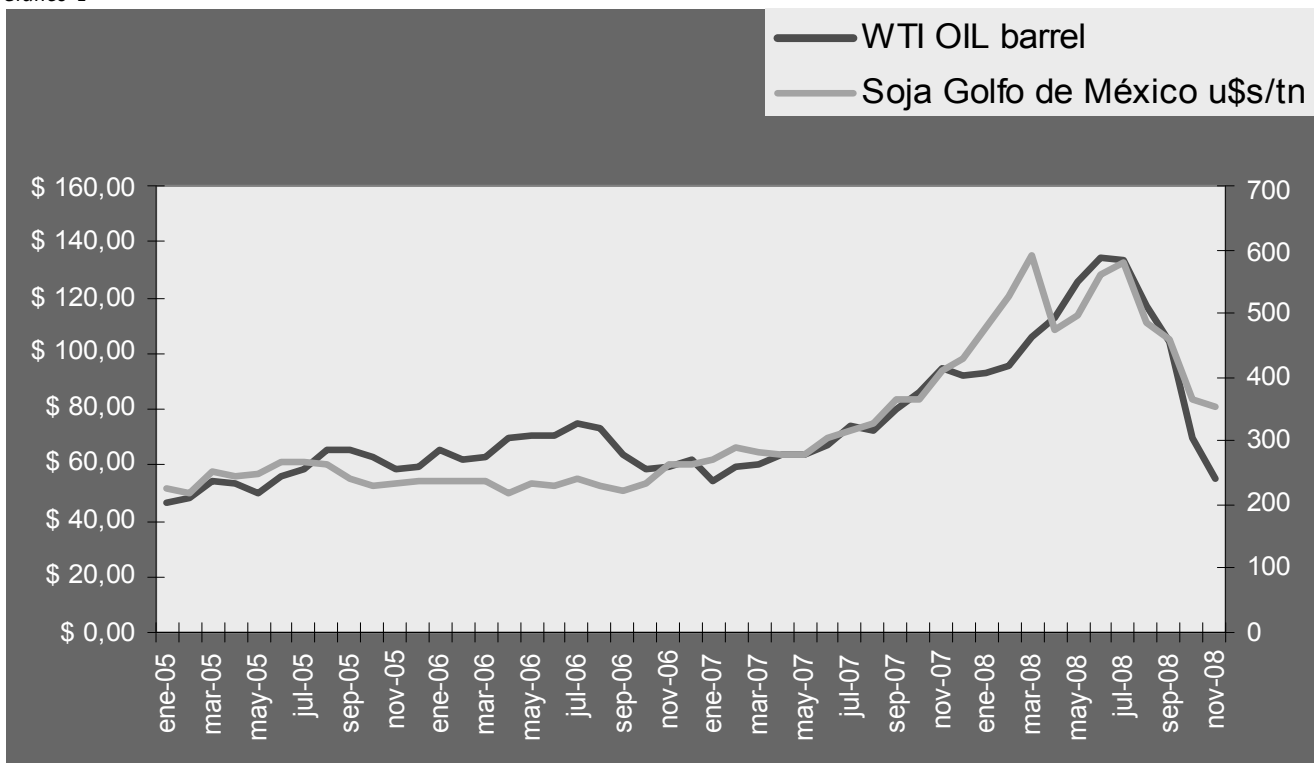
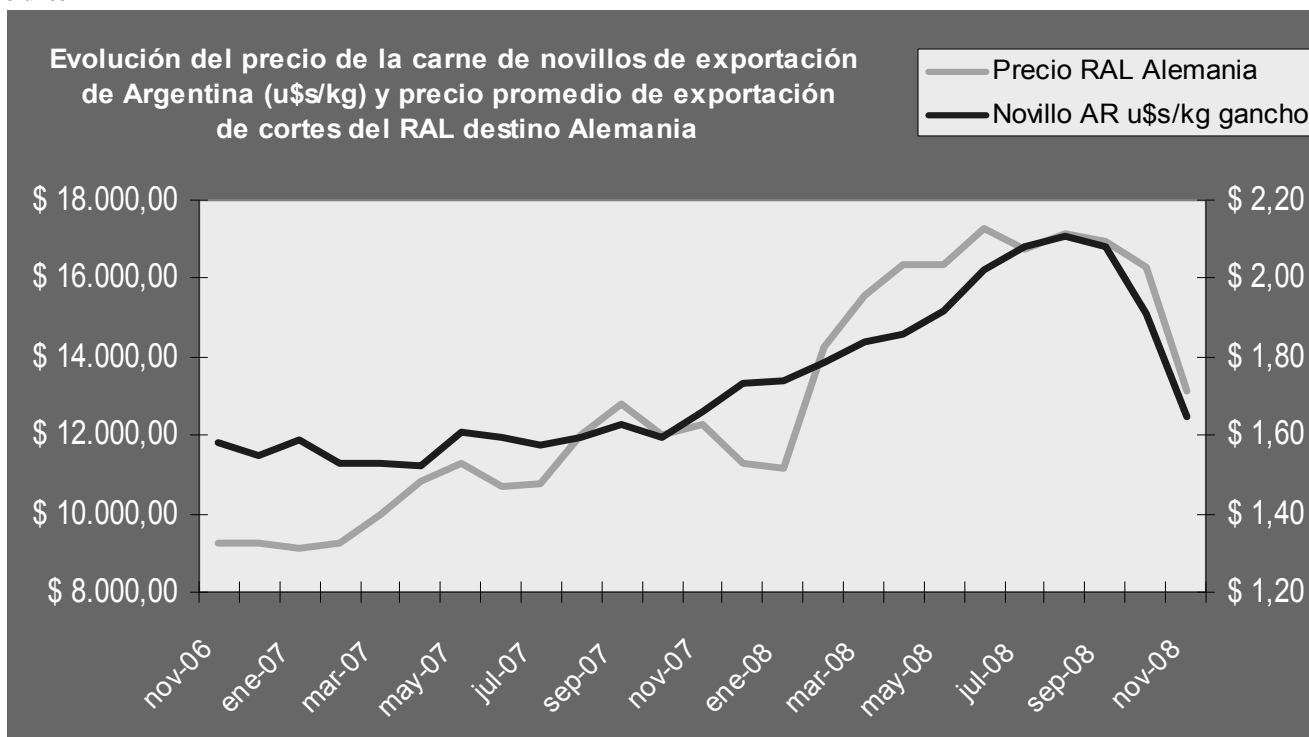


Gráfico 2



del mes de noviembre, las cotizaciones de las oleaginosas y de los bovinos para faena parecen haberse estabilizado en un nuevo nivel de precios que es significativamente inferior al vigente unos meses atrás.

La tendencia es que estos sean los precios a los cuales se venderán los productos agropecuarios en los próximos meses y en consecuencia deberán corregir su precio a la baja varios insumos derivados del petróleo, el gas y el acero, ya sea a corto plazo por una cuestión de menores costos de producción como a mediano y largo plazo por una menor demanda en caso de no resultar ventajosa la relación costo/beneficio de su utilización.

En el próximo año, los mercados estarán dominados por la demanda, que ya no adquirirá carne vacuna y otros alimentos a cualquier precio, sino que los compradores serán muy selectivos a la hora de fijar precios; premiando cuestiones como la calidad, las condiciones de abastecimiento, y volviendo a imponer barreras no arancelarias como aquellas amparadas en el concepto de seguridad alimentaria como el bienestar animal, la trazabilidad, el control de enfermedades animales, etc.

Por lo tanto, 2009 será un año de desafíos para los países productores de alimentos como la Argentina, ya que deberá volver a imponer el concepto de calidad y seguridad de sus productos en un mercado donde el precio será el que estén dispuestos a pagar los compradores de los países desarrollados, los más afectados por las restricciones de liquidez impuestas por la crisis financiera internacional.

A largo plazo, las perspectivas del mercado europeo son alen-

tadoras. De acuerdo a un informe reciente de Rabobank, los crecientes costos de producción hacen que la producción de carne vacuna en Europa no sea rentable. El precio promedio de un novillo estaba alrededor de €3/kg, pero este precio no cubría los costos de producción, particularmente los de aquellos sistemas que utilizan ensilado o directamente feedlot, lo que implica que varios productores no se llegan a llevar a si quiera lo que han invertido.

Como consecuencia de la veda a la carne brasileña, los precios alcanzaron por primera vez en cinco años el nivel de €3,20, pero estos precios son solo sostenibles mediante este tipo de medidas sumadas al sistema de aranceles de importación y cuotas que sostienen los precios dentro de la UE en estos niveles. Sólo algunos pocos productores que basan su producción en pasturas extensivas se están beneficiando de los altos precios de la carne bovina. Actualmente el costo de producción por kilogramo se estima en €3,6 en sistemas pastoriles, €4,6 en sistemas con terminación con silaje de granos, y €4,1 en los feedlots.

En el futuro, los productores menos eficientes que utilizan ensilado o feedlot se verán forzados a dejar el mercado, disminuyendo la producción de carne vacuna en la Unión Europea durante los próximos años.

En los últimos siete años, las importaciones de carne vacuna provenientes de Sudamérica crecieron un 50%, siendo la región responsable del 94% de las importaciones europeas, y serán los únicos países en condiciones de abastecer las 300 mil toneladas adicionales de carne vacuna que requerirá la UE en la próxima década.

Presidencia
Dardo Chiesa
d.chiesa@ipcva.com.ar

Asesor Legal
Dr. Guillermo E. Matta y Trejo

Gerencia General
Carlos Vuegen
gerencia@ipcva.com.ar

Secretaría Institucional
Isabel López
i.lopez@ipcva.com.ar

Comunicación y Prensa
Luis Fontoira
l.fontoira@ipcva.com.ar

Promoción Externa
Sergio Rey
s.rey@ipcva.com.ar

Promoción Interna
Adrián Bifaretti
a.bifaretti@ipcva.com.ar

Administración y Finanzas
Héctor Borelli
h.borelli@ipcva.com.ar

Información Estadística
Miguel Jairala
m.jairala@ipcva.com.ar

Asist. Comunicación y Prensa
Claudia Tacone
c.tacone@ipcva.com.ar

Asist. Promoción Externa
Agustina Scarano
a.scarano@ipcva.com.ar

Asist. Promoción Interna
Andrea Millauro
a.millauro@ipcva.com.ar

Asist. Administrativa
Graciela Portilla
g.portilla@ipcva.com.ar

Recepcionista/Telefonista
Mercedes Brescia
recepcion@ipcva.com.ar

COMISIONES DE TRABAJO DEL IPCVA

Desarrollo, Investigación y Capacitación

Coordinador titular: Arturo Llavallol
Coordinador alterno: Jorge Torelli
Integrantes: Ricardo Rodríguez, Martín Vivot, Juan José Grigera Naón, Segundo Acuña, Jorge Peñalba, Germán Manzano

Sanidad y Calidad Agroalimentaria

Coordinador titular: Dardo Chiesa
Coordinador alterno: Jorge Torelli
Integrantes: Héctor Salamanca, Daniel Urcia, Silvia Fabbro, Luis María Firpo Brenta, Norma Pensel, Germán Manzano, Juan Chiozza, Fernando Selasco

Promoción Interna

Coordinador titular: Ulises Forte
Coordinador alterno: Angel Vitale
Integrantes: Germán Manzano, Angel Girardi, Rodrigo Troncoso, Fernando Brizzolara, Luis Rodríguez Abinzano, Miguel Schiariti, Teresa Pilar García, Alberto Guil, Antonio D'Angelo, Gonzalo Olavarría

Comunicación y Prensa

Coordinador titular: Fernando Gioino
Coordinador alterno: Dardo Chiesa
Integrantes: Fernando Santamarina, Jorge Peñalba, Daniel Asseff, Miguel Schiariti, Ulises Forte, Carlos Garetto, Tomás Moro, Jorge Romero, Jorge Torelli

Promoción Externa

Coordinador titular: Miguel Schiariti
Coordinador alterno: Jorge Torelli
Integrantes: Juan Agustín Caballero, Eugenia Usellini, Javier Martínez del Valle, Sebastián Rodríguez Larreta, Ernesto Urien, Marcelo Pittner, Ricardo Goldaracena, Ariel Vidal, Eduardo Althabe, Alberto Gorleri, Alfredo Barbagallo, Hugo Carassai, Luis Gaviglio, Luis Viera, Martín González, Sergio Grasso, Stanley Hogg, Esteban Berisso, Carlos Fangmann, Federico Guerrico

PARA RECIBIR EL BOLETIN DEL IPCVA O SUSCRIBIRSE AL NEWSLETTER

Si desea recibir el boletín del IPCVA o el newsletter electrónico, complete los siguientes datos y envíelos por correo o e-mail a Esmeralda 130 - Piso 22 (C1035ABD) Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, o boletin@ipcva.com.ar

Nombre y apellido
Dirección y localidad C.P.:
Teléfono
E-mail
Ocupación
Empresa
Tipo de información que le gustaría recibir
Cómo llegó a sus manos el boletín del IPCVA



**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