

Brief Concurso  
Campaña de Promoción de la Carne  
Vacuna Argentina en China 2019

**Campaña Abril 2019– Abril 2020**

# Objetivos Generales

- Generar conocimiento de la marca Carne Argentina a nivel del trade y de los consumidores.
- Posicionar la marca Carne Argentina en el mercado Chino, a nivel del trade y de los consumidores, como un producto de calidad, sano y natural.
- Promover y educar estratégicamente a los importadores y a la cadena de distribución acerca de los beneficios de la carne vacuna Argentina y la industria de la carne vacuna Argentina para mejorar el conocimiento y crear conciencia sobre la carne vacuna argentina
- Generar demanda de nuevos cortes y formas de presentación (carne enfriada y carne con hueso) y posicionar la carne vacuna en el segmento de mercado de mayor valor.
- Impulsar la penetración de la carne argentina en los segmentos de mercado de mayor valor, tanto en los modernos canales de comercialización (supermercados) como así también en el canal HORECA

# Creación y Posicionamiento de la Marca Carne Argentina

La marca de la carne vacuna Argentina debe comunicar el siguiente mensaje:

- País de origen (natural, libre de contaminación)
- Calidad (Sistema de producción, trazabilidad y controles de calidad transparentes y rigurosos)
- Beneficios para la salud (alimentado a pasto, libre de hormonas y promotores de crecimiento, satisface los requisitos de una alimentación saludable)
- Calidad Premium certificada para ser comercializada como carne vacuna Argentina de primera calidad, natural y producida bajo sistemas naturales de producción.

# Objetivos específicos mínimos

## Plataforma de Carne Argentina en Wechat

- Mantener , actualizar y desarrollar nuevas herramientas en la plataforma de Wechat de la Carne Vacuna Argentina con foco en acciones B2B y B2C
- Mantener y actualizar las bases de CRM de la Plataforma de Wechat: Base de Exportadores Argentinos, Base de Importadores/distribuidores Chinos, Puntos de Venta y de Consumo de la carne vacuna en China.
- Mantener y actualizar las secciones de noticias y novedades de la Plataforma de Wechat de la carne Argentina.
- Generar acciones de capacitación en el sitio de Wechat de la carne vacuna argentina
- Utilizar Wechat para dirigir a los consumidores a restaurants y puntos de ventas de servicios de comidas que sirven carne vacuna argentina.
- Utilizar Wechat como un listado de puntos de venta minoristas que ofrecen tanto la degustación de carne argentina como su venta
- Usar a los seguidores de WeChat como una base de datos y registrar a los concurrentes como seguidores de WeChat y mantener el contacto

## Redes Sociales y Medios de Comunicación

Usar las redes sociales para realizar campañas de promoción y captación de seguidores en las redes sociales

- Desarrollar relaciones fuertes de beneficio mutuo con los medios de comunicación chinos
- Examinar e identificar a los socios de medios de comunicación claves en alimentación y estilo de vida con quienes trabajar
- Identificar a los líderes de opinión (KOL) en alimentos gourmet desarrollar relaciones, compartir conocimientos, medios de comunicación e información sobre la carne vacuna argentina

## **Realizar Seminarios / Talleres para importadores, distribuidores, canal mayorista y minorista en ciudad del 1 y 2 TIER, 4 veces durante la Campaña Abril 2019 – Abril 2020**

- Instruirlos en el sistema de producción cárnica en Argentina
- Instruir a los importadores en habilidades para vender carne vacuna Argentina
- Promover el análisis sobre los beneficios de la carne Argentina
- Educar sobre procesos y manipuleo de la carne vacuna argentina.
- Introducir nuevos cortes y formas de presentación de la carne vacuna argentina ( carne refrigerada y carne con hueso)
- Realizar clases de cocina y degustaciones de platos chinos y occidentales con carne vacuna argentina , introduciendo distintos tipos de cortes y formas de cocción.
- Organizar mesas y conferencias de prensa con los medios de comunicación en simultaneo al desarrollo de los Seminarios / Talleres con el Trade.

## **Realizar Seminarios / Talleres para Chefs, Hoteles, Restaurantes y Escuelas de Gastronomía en ciudades del 1 y 2 TIER, 4 veces durante la Campaña Abril 2019 – Abril 2020**

- Aumentar el conocimiento de los nuevos cortes y cortes de calidad a través del sabor y experiencias personales
- Realizar clases de cocina, clases de cortes y promocionar la carne vacuna Argentina con chefs, restaurantes , hoteles y empresas de servicio de comidas
- Organizar mesas con chefs en ciudades de 1 y 2 TIER
- Organizar mesas con cadenas de restaurantes para demostrar cómo se puede utilizar la carne argentina para promocionar el valor y el sabor.
- Organizar demostraciones de cocina internas para chefs en cadenas seleccionadas de servicios de comidas
- Organizar mesas y conferencias de prensa con los medios de comunicación en simultaneo al desarrollo de los Seminarios / Talleres con los Chefs y Sector HORECA



## **RONDAS DE PRENSA**

CON MOTIVO DE LAS ACCIONES OFF LINE Y ON LINE DE PROMOCIÓN DE LA CARNE VACUNA ARGENTINA REALIZAR RONDAS DE PRENSA CON MEDIOS ON LINE , TV Y GRAFICOS PARA LA DIFUSIÓN EN CHINA DE LAS ACCIONES DE PROMOCIÓN DE LA CARNE VACUNA ARGENTINA Y GENERAR NOTORIEDAD DE MARCA.

REALIZAR UN SEGUIMIENTO DE LAS NOTICIAS, NOTAS Y ARTÍCULOS PUBLICADOS EN TODOS LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TANTO ON LINE COMO OFF LINE EN CHINA.

# **PERIODO DE EJECUCION DE LA CAMPAÑA:**

ABRIL 2019 – ABRIL 2020

# **PRESUPUESTO DE LA CAMPAÑA:**

U\$S 3.000.000

# Condiciones particulares de participación en la Compulsa de Propuestas y Precios

## Perfil y antecedentes de la Empresa

- Agencias de Marketing, Comunicación y / o Publicidad.
- Debe tener una antigüedad no menor a 5 (cinco) años en el mercado chino y con oficinas propias en por menos en 2 (dos) ciudades de China y capacidad de subcontratar en otras ciudades que no esté físicamente presente.
- Deberá presentar una carpeta de antecedentes en Campañas de Promoción y/o Comunicación tanto on line como off line. Se valorará la experiencia previa en campañas para el sector de la alimentación.
- Presentar antecedentes .de casos de éxito de promociones anteriores tanto on line como off line
- Presentar el equipo de profesionales que sería asignado para la atención de la cuenta con sus antecedentes profesionales.

# Condiciones particulares de participación en la Compulsa de Propuestas y Precios

## Propuesta y Cotización

- En función de cada uno de los Objetivos Específicos Mínimos planteados se deberá presentar una propuesta estratégica y creativa para la Campaña de Promoción de la Carne Vacuna Argentina Abril 2019- Abril 2020..
- Dicha propuesta deberá ser acompañada por un cronograma y calendario para el desarrollo de las actividades presentadas.
- Cada actividad debe contar con un presupuesto detallado de los honorarios y/o comisión de agencia, costos de creatividad, costos de producción y servicios contratados , costo de mantenimiento y actualización de la plataforma de Carne Argentina en Wechat, presentación de Métricas de Wechat y redes sociales, organización de Rondas de Prensa, Clipping de Prensa etc.
- La cotización deberá realizarse en dólares americanos .

## Fecha y Modalidad de Presentación de las Propuestas

- Las propuestas deben ser enviadas a [s.rey@ipcva.com.ar](mailto:s.rey@ipcva.com.ar) ; [a.bifaretti@ipcva.com.ar](mailto:a.bifaretti@ipcva.com.ar) y [a.scarano@ipcva.com.ar](mailto:a.scarano@ipcva.com.ar) antes del 07/03/2019.
- Las propuestas deberán ser presentadas en idioma español e inglés.
- Las empresas deben obligatoriamente presentar sus propuestas (obligatoriamente en español o inglés) en Buenos Aires, los días 11 y 12 de marzo (con armado de agenda previa), representadas por sus titulares o responsables debidamente autorizados, y sin costos para el IPCVA.
- **ES CONDICIÓN PARA PARTICIPAR DEL CONCURSO HACER LA PRESENTACIÓN EN BUENOS AIRES, ARGENTINA. POR DICHO MOTIVO, NECESITAREMOS QUE NOS CONFIRMEN SU PARTICIPACIÓN ANTES DEL 1 DE MARZO A FIN DE COORDINAR LA AGENDA DE PRESENTACIONES PARA LOS DÍAS 11 Y 12 DE MARZO DE 2019. POR FAVOR ESCRIBIR A [s.rey@ipcva.com.ar](mailto:s.rey@ipcva.com.ar); [a.bifaretti@ipcva.com.ar](mailto:a.bifaretti@ipcva.com.ar); [a.scarano@ipcva.com.ar](mailto:a.scarano@ipcva.com.ar); [ebrusca@ipcva.com.ar](mailto:ebrusca@ipcva.com.ar);**

## Consultas

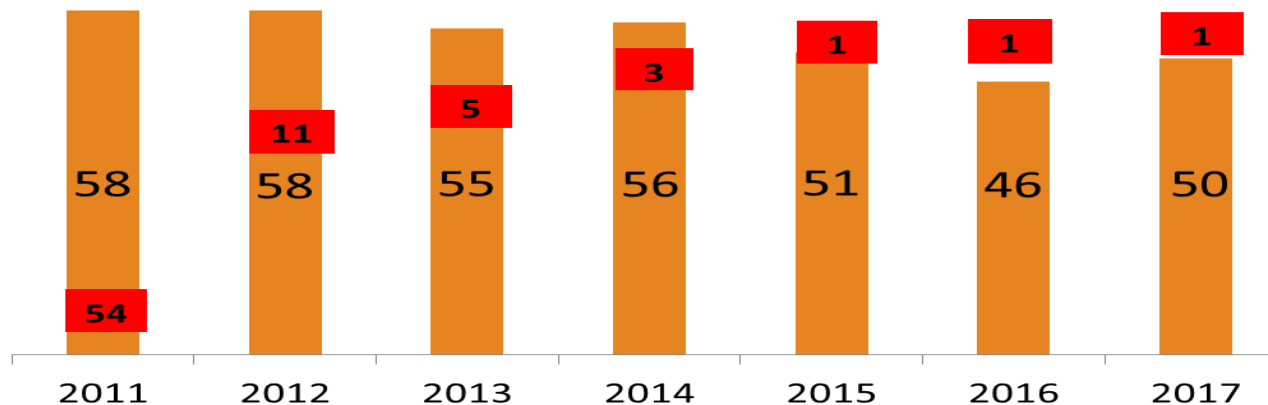
- Para mayores consultas los interesados deberán contactarse con Sergio Rey [s.rey@ipcva.com.ar](mailto:s.rey@ipcva.com.ar) y/o Agustina Scarano [a.scarano@ipcva.com.ar](mailto:a.scarano@ipcva.com.ar)

# ANTECEDENTES DE MERCADO

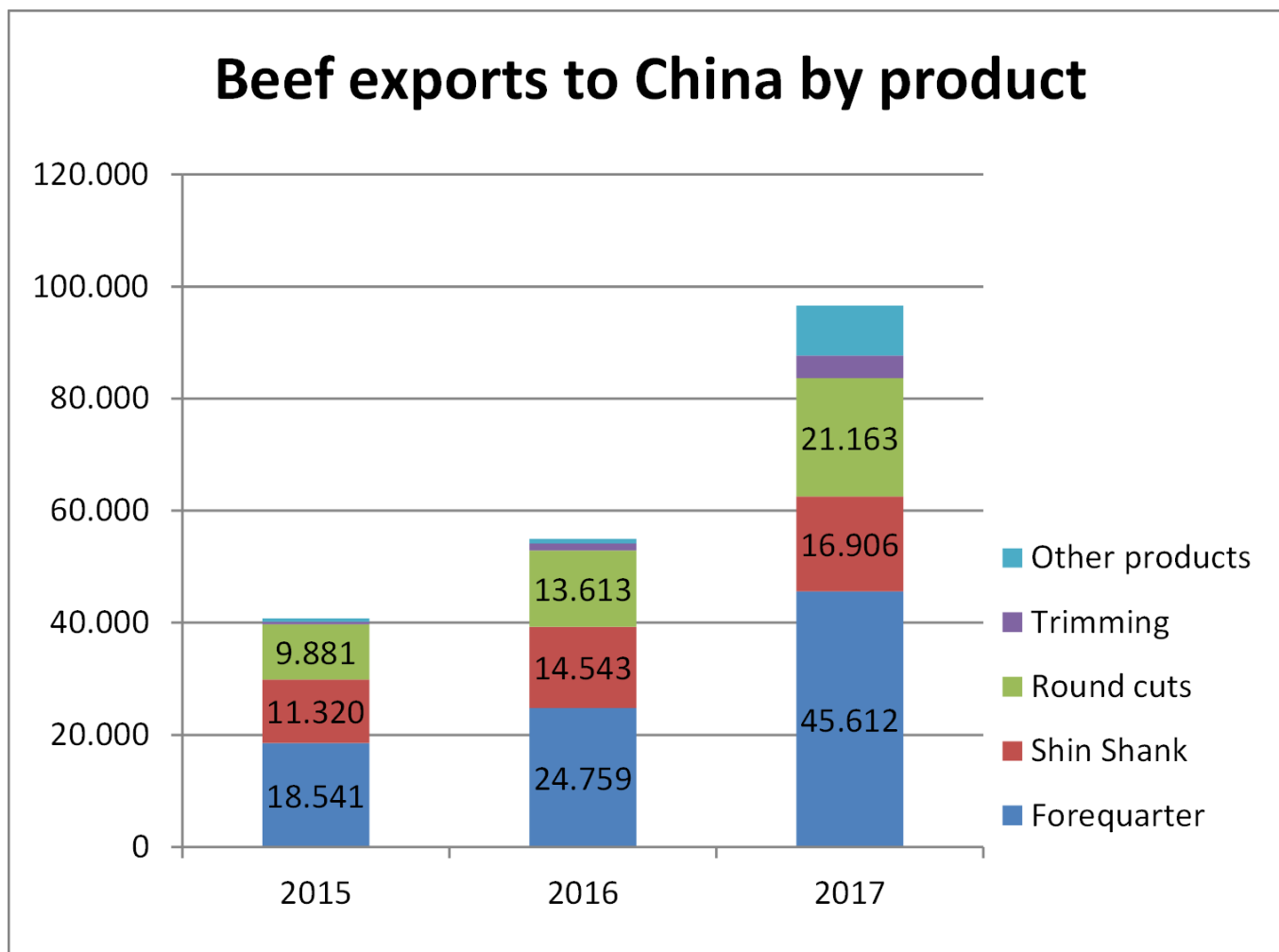
- En el año 2011, Argentina y China acuerdan un protocolo sanitario que habilita las exportaciones de carne congelada sin hueso hacia el mercado Chino.
- Desde ese año las exportaciones de Argentina hacia el mercado chino comienzan a crecer en forma continua, ubicándose rápidamente China como el principal mercado de destino , en volumen, de la exportaciones de carne vacuna Argentina

## Argentina's main markets 2017

MARKET	TONNES	USD (thousands)	% VOLUME
CHINA	95996	404984	46
CHILE	27798	159275	13
GERMANY	22345	269419	11
ISRAEL	20551	129192	10
NETHERLANDS	10320	121376	5



Las exportaciones de Argentina hacia China, están integradas por cortes vacunos congelados, destinados principalmente para uso en la industria procesadora y el food service de venta rápida

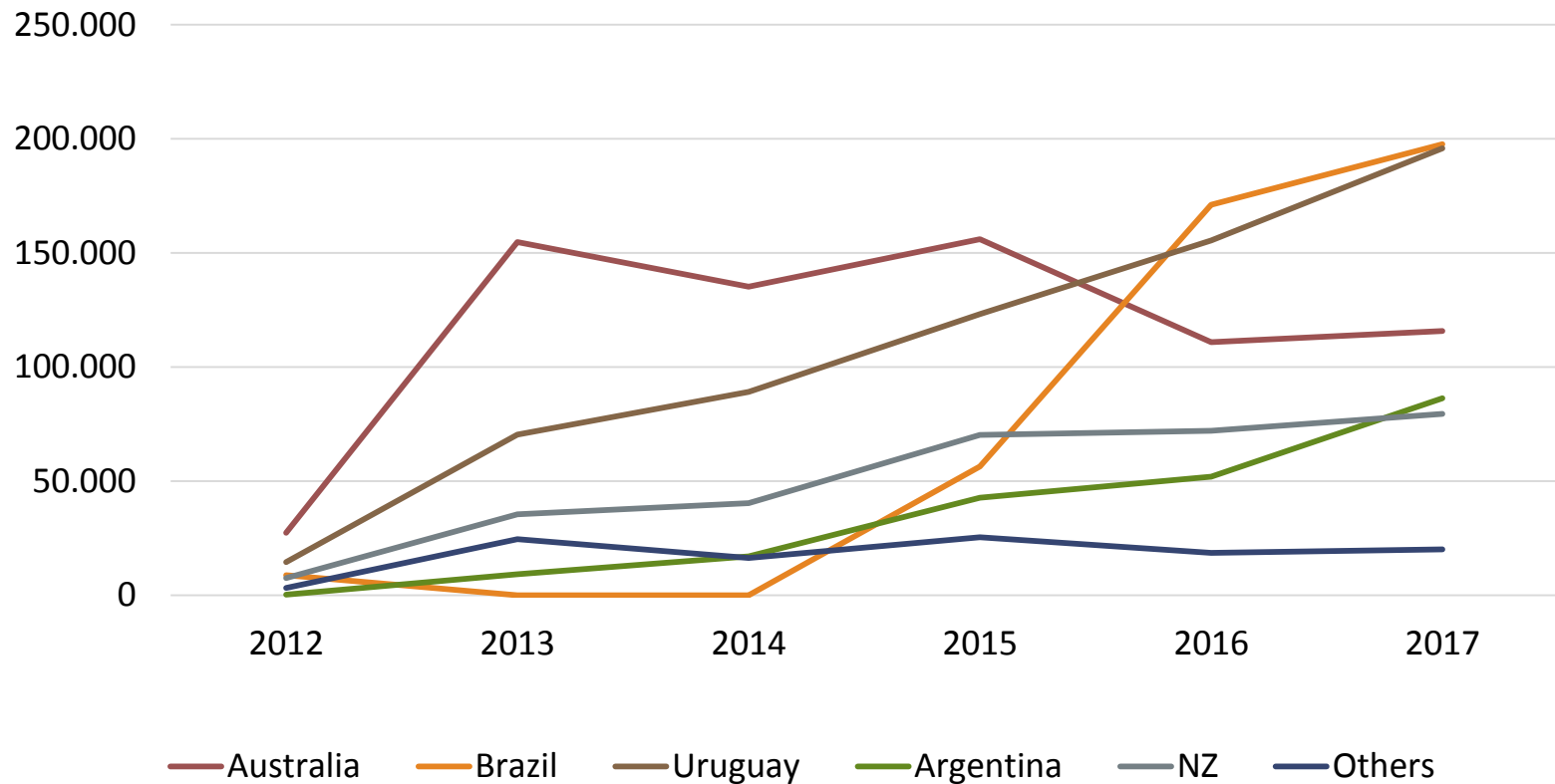




EN EL MISMO PERIODO LAS IMPORTACIONES DE CHINA DE CARNE VACUNA DESDE TODO ORIGEN SE INCREMENTAN DE FORMA SIGNIFICATIVA.

EN 2018, LAS IMPORTACIONES TOTALES ALCANZARON 1,2 MILLONES DE TONELADAS ( CARCASS WEIGHT), SIENDO BRASIL, URUGUAY, AUSTRALIA, NEW ZEALAND Y ARGENTINA LOS PRINCIPALES PAISES PROVEEDORES.

### Beef import growth



El 99% de las importaciones de carne de China, están integradas por carne congelada, siendo sólo el 1 % carne refrigerada, importada mayoritariamente de Australia

## Frozen beef import volumes 2017

Origin	Import volume (Tonne)	Import value (Million USD)	Average price (USD/Tonne)	Share (%)
Brazil	197,565	872	4,414	29
Uruguay	195,874	641	3,273	21
Australia	109,840	593	5,399	20
New Zealand	79,107	382	4,829	13
<b>Argentina</b>	<b>86,334</b>	<b>370</b>	<b>4,286</b>	<b>12</b>
Canada	8,977	79	8,800	2.64
U.S.	1,937	20	10,325	0.67
Costa Rica	3,754	14.9	3,969	0.50
Chile	4,113	14.6	3,550	0.49
South Africa	967	4.3	4,447	0.14
Mexico	33	0.2	6,061	0.01
Ukraine	27	0.13	4,815	0.004
Hungary	2	0.009	4,500	0.0003
<b>Total</b>	<b>688,530</b>	<b>2,991</b>		

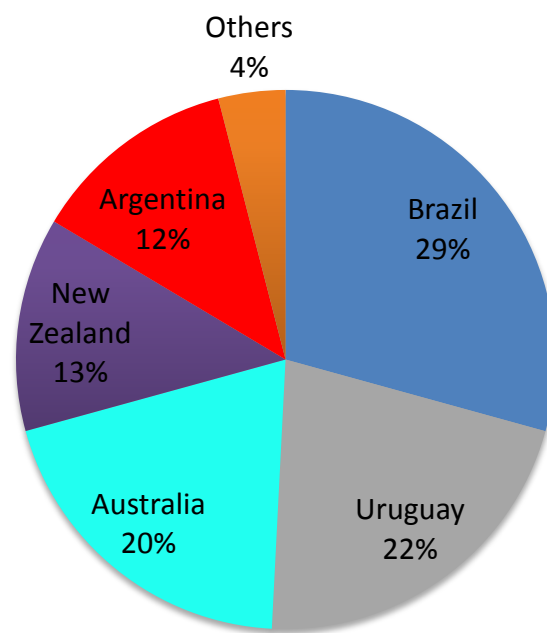
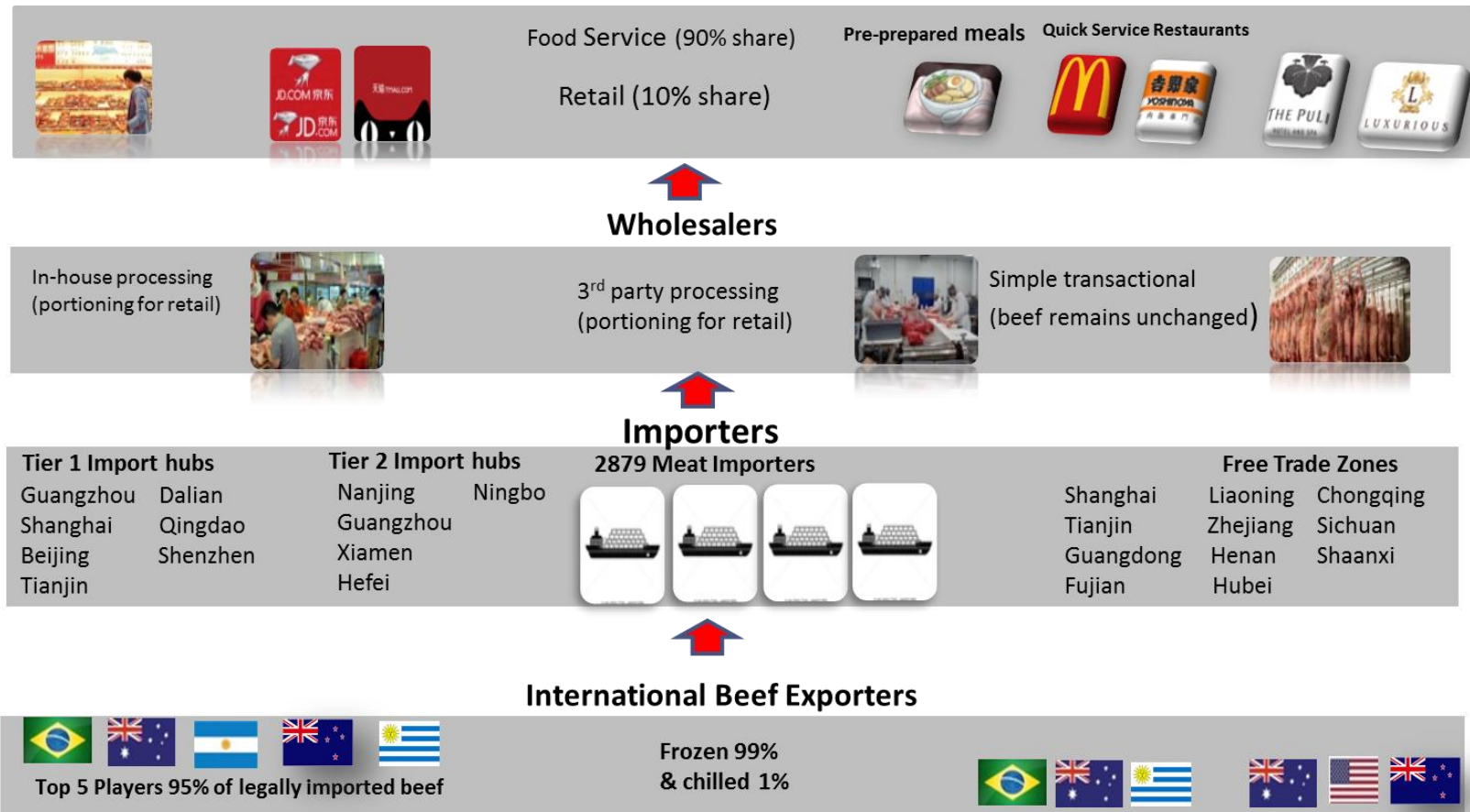


Figure: Frozen beef imports by origin

La carne importada por China tiene como principal destino el sector del food service ( casi el 90 %) en tanto que el resto se destina al sector de retail, supermercados y en menor medida el e-commerce.

La carne de Australia, EEUU, Canadá, tiene mayor penetración que la carne de Sudamérica ( Brasil, Uruguay, Argentina) a nivel de consumidor,.



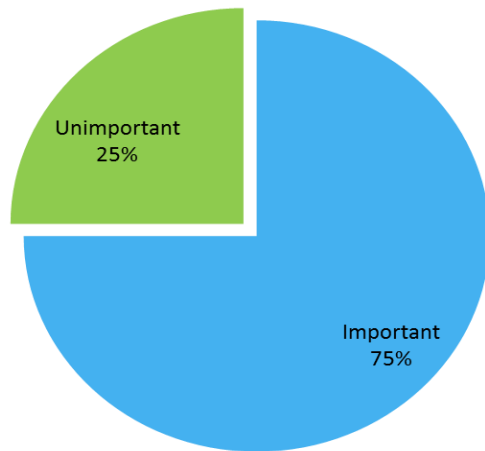
# ESTUDIO DEL MERCADO DE CARNE VACUNA EN CHINA

En 2018, en el marco de un Estudio de Mercado de la Carne Vacuna en China, el IPCVA realizó una Encuesta a compradores de carne vacuna. Las entrevistas face to face fueron realizadas en modernos canales de distribución (supermercados).

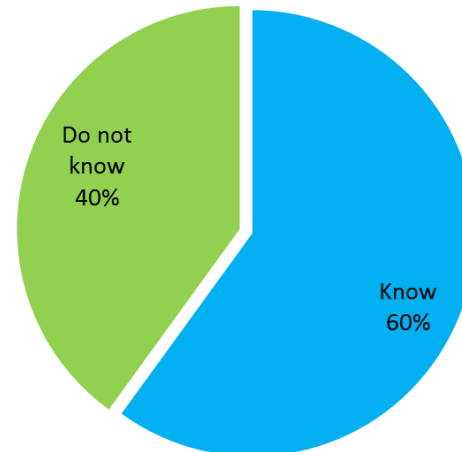
La encuesta señala la importancia que tiene para esta tipología de comprador la variable País de Origen de la carne vacuna, como así también el nivel de conocimiento que declaran los compradores respecto al origen de la carne que compran.

## Country of origin

Country of origin is important but still a large percent do not know

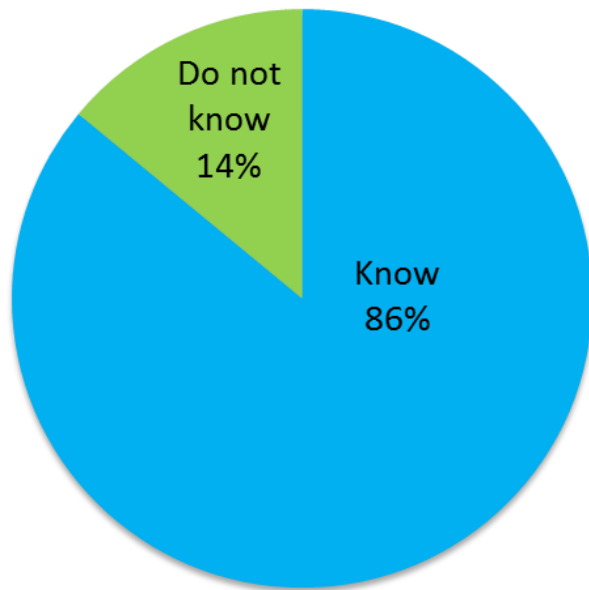


Important of country origin

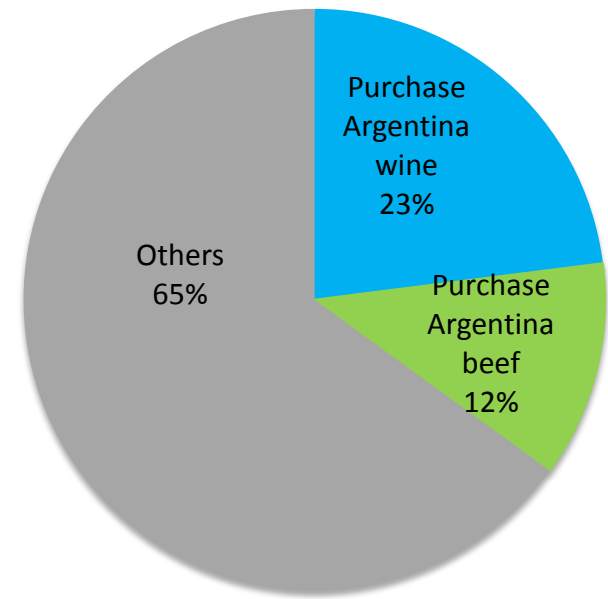


Awareness of country origin

Consultados en particular sobre la Argentina y la carne vacuna argentina, el 86% de los Encuestados dijo tener conocimiento sobre la Argentina, en tanto que sólo el 12% de los Encuestados manifiesta haber comprado alguna vez carne argentina



Awareness of Argentina



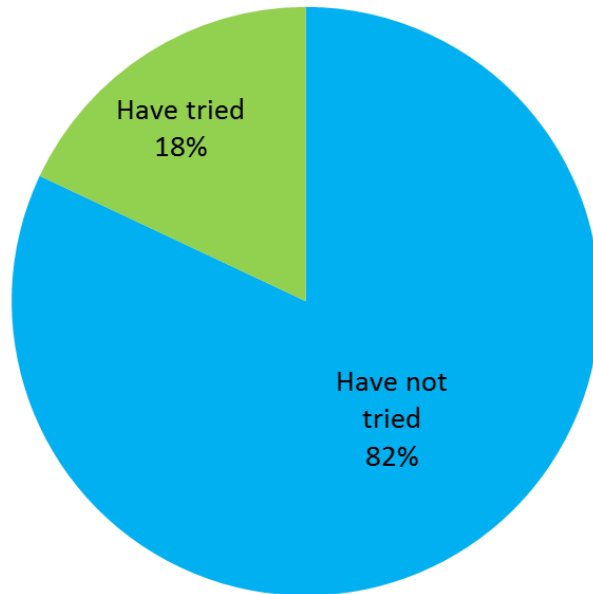
Association with Argentina

Consultados si habían probado alguna vez la carne vacuna argentina, solo el 18 % dice haber probado carne argentina, en tanto que un 64 % manifiesta estar interesado en probar carne argentina.

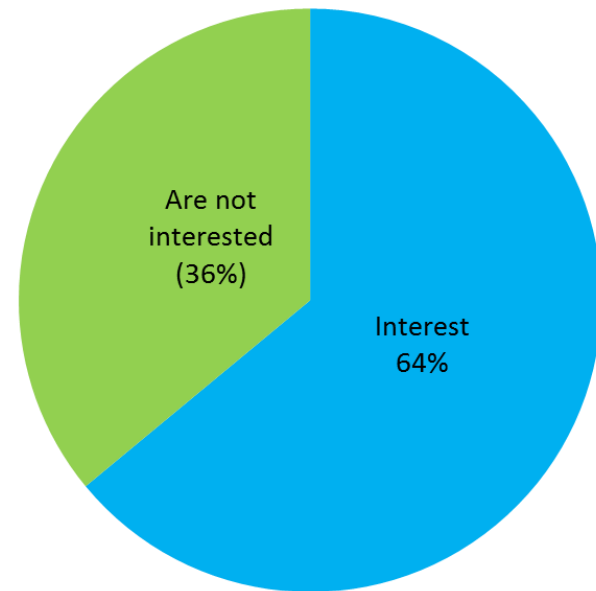
### Experience with Argentine beef

#### Have consumers tried Argentina beef and are consumers interested in trying Argentina beef?

- 18% of respondents have tried Argentine beef
- There is a good interest to try Argentine beef as 64% of respondents would like to try
- Some of the respondents mentioned that they may have tried Argentina at restaurants without their knowledge, since some of the restaurants only said it is imported beef



Experience with eating Argentina beef



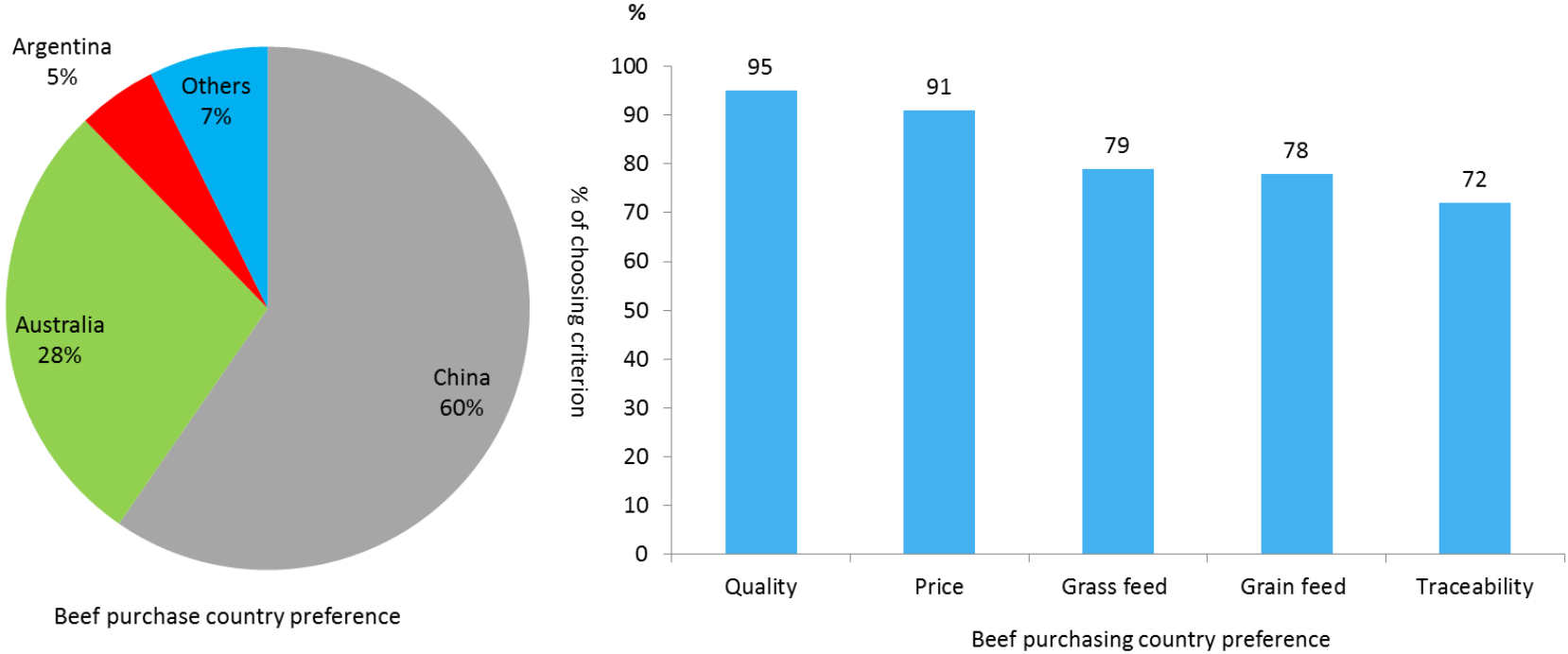
Interest in Argentina beef

Consultados sobre cual es el país de origen preferido al momento de comprar carne vacuna se observa una alta preferencia por la carne local ( 60 % de los encuestados) seguido por Australia ( 28 %) y solo un 5% menciona la carne vacuna argentina

Con respecto a las variables por las cuales eligen determinado origen en primer lugar mencionan la calidad, luego el precio, el sistema de producción ( grass / grain ) y la trazabilidad.

### Country preference

Preferred country origin when purchase beef and the reason to choose that country



Results taken from 517 face to face interviews and online survey completed in BJ, SH, GZ, CD, Central, North East, Huadong and Huanan

# ANTECEDENTES ACCIONES DE PROMOCION



# ACCIONES DE PROMOCION DE LA CARNE VACUNA ARGENTINA EN CHINA

## **Presencia Institucional:**

El IPCVA ha participado de diversas Misiones Comerciales y Presidenciales a China organizadas por el Estado Argentino y ha auspiciado el Pabellón Argentino en la EXPO SHANGHAI

Ha desarrollado y desarrolla acciones de promoción junto con la Embajada Argentina y la Agregaduría Agrícola en Beijing y los Consulados de Shanghai y Guangzhou.

## **A firmado Convenios de Cooperación con las siguientes entidades:**

CHINA MEAT ASSOCIATION

CHINA CHAMBER OF COMMERCE OF FOODSTUFF AND NATIVE PRODUCE ( CFNA)

CHINA CUISINE ASSOCIATION (CCA)

## **Conferencias y Seminarios:**

El IPCVA ha participado en varias ediciones de la China International Meat Conference,

## **Ferias Internacionales :**

El IPCVA participó por primera vez en la Feria SIAL CHINA en el año 2005. Desde entonces y en especial desde el año 2011 ( cuando se abre el mercado) crece la presencia de las empresas argentinas en esta feria alcanzándose un total de 26 empresas en 2018 y una superficie total de 800 m2

También ha participado en las ediciones 2015, 2016 y 2017 de la Feria ANUFOOD y en 2018 participó de la primera edición de la Feria CIIE.

Acciones de Promoción: reuniones de negocios entre empresas argentinas y compradores chinos, sector de degustación de carne vacuna argentina, agenda de reuniones entre IPCVA con funcionarios Argentinos, Cámaras Chinas y Prensa local

**CAMPAÑA ABRIL 2018-ABRIL 2019**

# Período Mayo 2018

Con motivo de la participación en SIAL China 2018, el IPCVA desarrolló acciones de Promoción en la Ciudad de Shanghai y en Redes Sociales

## OFF LINE

- BILLBOARD
- LED
- BUSES
- AURORA BUILDING
- SIAL CHINA:

## ON LINE

- DOUYIN VIDEO
- WECHAT APP
- WEIBO MEDIA
- KOL: SOCIAL MEDIA AND TV

# Billboard

1 Billboard  
Xintiandi, in Taicang Road



# 3 LED SCREENS



10 buses in main business/shopping area  
8 single layer, and two double decks



# Redes Sociales

- RECIPES & TIPS SHARING VIA WECHAT & WEIBO
- KOL LIVE-STREAM BROADCASTING AT TRADE SHOWS (SIAL CHINA 2018)
- VIDEOS ( ARGENTINE BEEF & RECIPES)
- CREATIVE H5 DESIGN / INTERACTIVE
- KOL ADVERTISEMENT VIA WECHAT, WEIBO & OTHER SOCIAL MEDIA (MAINLY COMBINED WITH OFFLINE CAMPAIGN)

# SOCIAL MEDIA: VIDEOS IN DOUYIN

投放截图

Screen shot



抖音开屏



抖音信息流



# SOCIAL MEDIA: WEIBO

## Live show in SIAL China 2018



## 直播展示 / Display of Live Show



饭饭  

5月17日 10:08 来自 一直播

西式牛肉中式做法，饭饭带你领略阿根廷牛肉的魅力，干货满满，送牛肉！快上车！  饭饭的一直播 (下载App->  网页链接)  上海



☆ 收藏

 5

 462

 71



一直播入口截图

直播回放地址 / Link:

<https://www.yizhibo.com/67e73aec-3562-453b-8211-b697b4437b1c>

# Plataforma en Wechat

- El IPCVA desarrolló su Plataforma en Wechat para la promoción de la Carne Vacuna Argentina.
- En su primera etapa se trató de una plataforma básicamente de carácter informativa sobre la Carne Vacuna Argentina.
- En la segunda etapa buscó brindar mayores herramientas para acciones de B2B & B2C, incorporando sectores que permitieran la interacción B2B & B2C.

# Argentina beef WeChat platform

## Emphasis on education and production systems

### Home



- Has 3 sections under it: brand story, recipe and contact us

### Brand



- Talks about the environment and beef producing and processing systems to present the image of high quality and safe beef

### Recipe



- Provides different recipes

### Recommendation



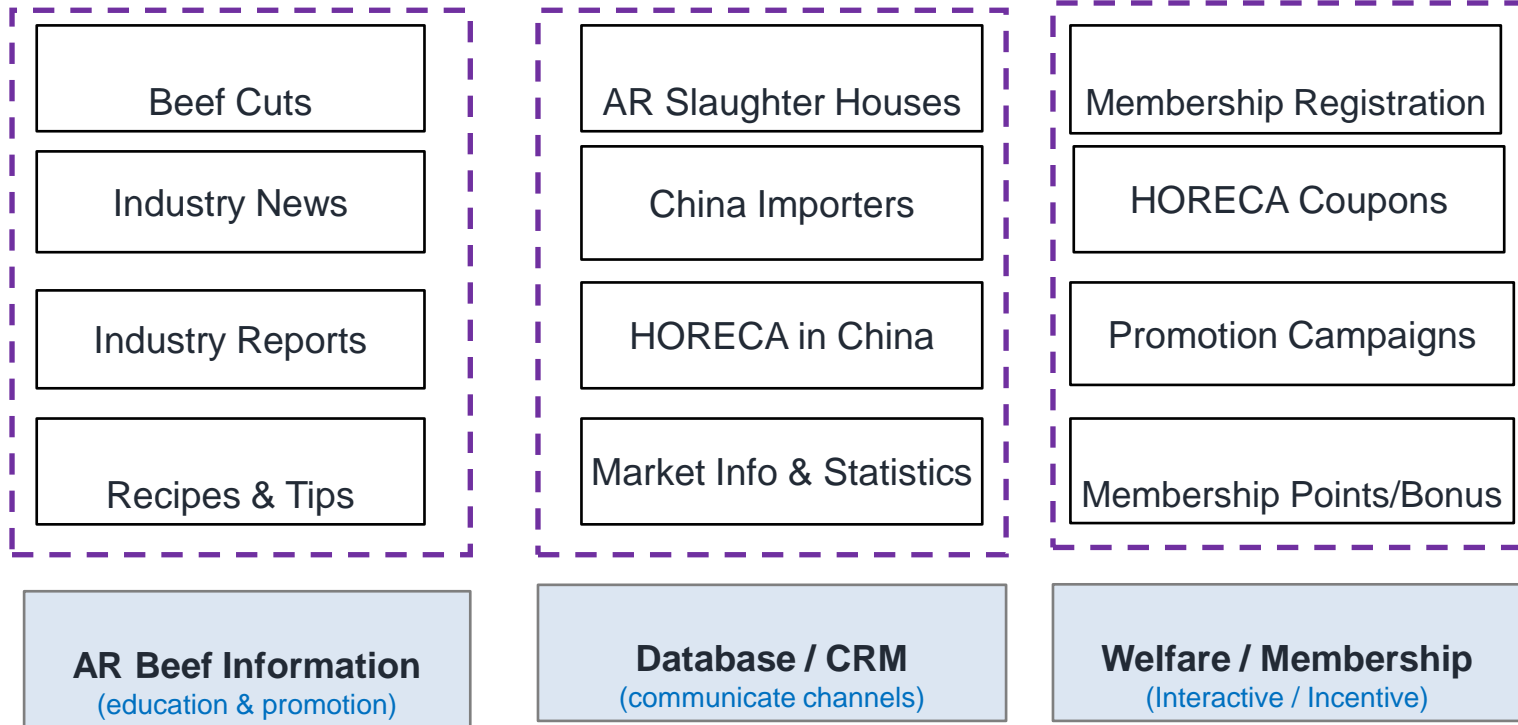
- Recommendation video of different beef dishes

# Período Setiembre-Diciembre 2018

- Durante la Segunda Etapa de la Campaña, se definieron acciones on line y off line:
- **Promociones on line :**
  - Redes Sociales: Wechat, Argentine Beef Website y redes sociales
  - Marketing Digital: CRM Data Base, E-News, et
- **Promociones off line:**
  - Seminarios con el trade : Importadores y Distribuidores
  - Seminarios con Chefs y Escuelas de Gastronomía

# WeChat Platform B2B & B2C

Redefinición de la Plataforma de Wechat de la Carne Argentina con foco en Comunicación B2B y B2C, incorporándose las siguientes secciones:



# (CRM / Database)



Producer/Exporter List Page

Importer List Page

HORECA List Page



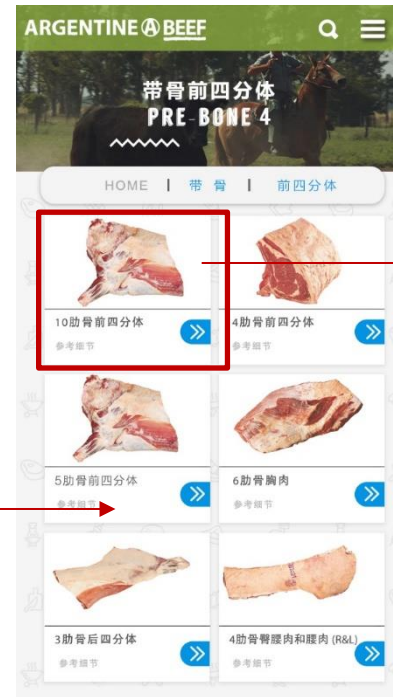
# (Beef Cuts)



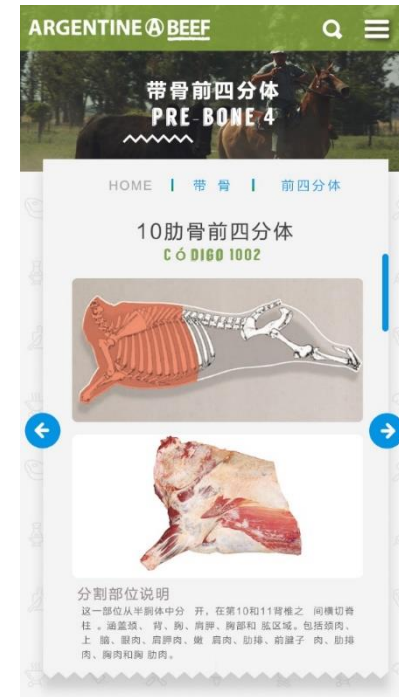
Beef Cuts Home Page



Beef Cuts List Page



Beef Cuts Detail Page





# Trade Seminars

## Guangzhou , Beijing, Shanghai

Se organizaron 3 Seminarios para Importadores y Distribuidores en las siguientes Ciudades:

Guangzhou: 11 de Octubre 2018.

Hotel Hilton

Beijing : 15 de Octubre 2018

Hotel Peninsula

Shanghai: 6 de Noviembre

Restaurante POP

# Trade Seminars

## Guangzhou, Beijing, Shanghai

- ▶ Importers, distributors, supermarkets.
- ▶ Training and Tasting Event.
- ▶ Introduction of Argentine Beef : production system, breeds of cattle, sanitary conditions, beef industry, export to China, etc.
- ▶ Introduction of Argentine Beef cuts: Handbook of Argentine Beef, classification system, presentation & packaging, labelling, etc
- ▶ Official Launch : CRM / We Chat Platform
- ▶ Brand Video Launch

# Chef Trainee

## Guangzhou, Beijing and Shanghai

**Guangzhou:** 12 de Octubre 2018.

GEEKITCHEN

**Beijing:** 16 de Octubre 2018

Beijing Industry and Trade Technician College

**Shanghai:** 31 de Octubre 2018

EFUN Culinary Arts School

# Chef Trainee

## Guangzhou, Beijing and Shanghai

Chef seminar: 3-4 hours:

Introduction of Argentina Beef: production system, breeds of cattle, sanitary conditions, beef industry etc.

Introduction of Argentine Beef cuts. Different ways of cooking: western dishes, chinese dishes

Cooking Practice + Tasting of different cuts, Dinner

# PRESS AND MEDIA

**Durante la SIAL China , la Feria CIIE y los Seminarios con el trade y los Trainee con los chefs, se desarrollaron rondas de prensa, con medios on line, gráficos y TV , tales como para generar notoriedad y difusión en en los medios de comunicación locales.**

**LINK DESCARGA CLIPPING DE PRENSA**

# ACUERDOS DE COOPERACION

**EI IPCVA HA FIRMADO ACUERDOS DE COOPERACION  
CON LAS SIGUIENTES CAMARAS DE CHINA:**

**-CHINA MEAT ASSOCIATION ( CMA)**

**-CHINA CHAMBER OF COMMERCE OF FOODSTUFF  
AND NATIVE PRODUCE ( CFNA)**

**-CHINA CUISINE ASSOCIATION (CCA)**