

Memoria

Año 2020

TABLA DE CONTENIDO

I. - Promover Mejoras en la Competitividad de toda la Cadena Cárnica.....	7
a) Actividades destinadas al mejoramiento de las condiciones de producción.	7
b) Actividades destinadas al agregado de valor de productos y subproductos.	7
c) Actividades de difusión de innovaciones en la cadena de ganados y carne vacuna.	7
1.a) Actividades destinadas al mejoramiento de las condiciones de producción.	7
1.a.1- Continuidad del proyecto Impacto de la estrategia de recría sobre la productividad y resultado económico de un sistema ganadero en el NEA.	7
Grupo de Investigación: Facultad de Ciencias Veterinarias – UNNE, Facultad de Ciencias Agrarias – UNNE, Instituto Línea Cuchilla – Ruiz de Montoya - Misiones".....	7
1.a.2 - Continuidad del Proyecto “Relevamiento de la susceptibilidad a los diferentes principios activos usados para el control de endo y ecto parásitos durante la recría bovina en la provincia de Corrientes”	7
1.a.3 -Continuidad del proyecto “Efecto de la edad materna sobre el desarrollo fetal y calidad de carcasa de la progenie”.	7
1.a.4 - Continuidad del proyecto “Sistemas Silvopastoriles de la Región del Delta de Río Paraná Pautas para incrementar la eficiencia de producción sustentable de la ganadería de Cría”	7
1.a.5 - Continuidad del proyecto Utilización del número de folículos antrales como herramienta de selección fenotípica a campo de las vaquillonas de alta fertilidad	8
1.a.6 - Continuidad del Proyecto internacional “Identificación y manejo de alelos letales que afectan la fertilidad de vaquillonas para optimizar el progreso genético de la raza Angus”	8
Grupo de Investigación: Asociación Argentina de Angus.....	8
En el marco de la generación de conocimiento y aplicación de tecnologías genómicas, el principal objetivo de este proyecto de investigación es identificar genes mutantes que causan muertes embrionarias, cuando dichos mutantes aparecen en estado homocigota en el embrión. La participación en este proyecto de carácter internacional posibilitará cuantificar parte de las pérdidas que ocurren en el porcentaje de preñez, generando una mayor respuesta a la selección y una mayor eficiencia en el progreso genético.	8
1.a.7- Finalización del Proyecto “Determinación de Residuos de Agentes Contaminantes en Carne Bovina para Consumo Humano”	8
1.a.8 - Finalización del Proyecto: Nutrición durante la gestación y su efecto de la calidad de carne en la descendencia.	8
1.a.9 - Finalización del Proyecto “Iniciativas de Agregado de Valor en la Cadena de Ganados y Carnes Vacuna en el Sudeste Bonaerense”.	8

1.a.10 - Finalización del Proyecto “Modelos productivos de novillos Holando Argentino para diferentes destinos comerciales”	9
1.a.11 - Continuidad del Proyecto: Calculo de la Huella de Carbono de la carne vacuna por corte y mercado destino a través del análisis de ciclo de vida.	9
1.a.12 - Continuidad del Proyecto: Indicadores para la evaluación de la resiliencia frente al cambio climático de sistemas ganaderos del semiárido cordobés.	9
1.a.13 - Continuidad del Proyecto “Reducción de la intensidad de emisiones de metano y su impacto sobre la calidad de carne vacuna de sistemas de producción de base pastoril”.	9
1.a.14 - Continuidad del Proyecto “Sistemas mixtos intensificados como estrategia para aumentar el secuestro de carbono y reducir la vulnerabilidad al cambio climático”	9
1.a.15 - Finalización del Proyecto “Desarrollo de protocolo para la evaluación del bienestar animal en la producción de carne bovina argentina”.	10
1.a.16 - Continuidad del Proyecto “Variantes génicas favorables para consumo residual en bovinos en pastoreo: Una herramienta para producir carne con mayor eficiencia y menos impacto ambiental”	10
1.a.17 - Continuidad del Proyecto “La ganadería vacuna en Argentina: Posibles impactos del cambio climático sobre la producción”.	10
1.b) Actividades destinadas al agregado de valor de productos y subproductos.	10
1.b.1 - Finalización del proyecto “Uso de spray chilling en frigoríficos: su efecto sobre la pérdida de agua y calidad sensorial y microbiológica en medias reses bovinas”	10
1.b.2 - Consolidación del Grupo de trabajo interdisciplinario para abordar la problemática de <i>Escherichia coli</i> en Argentina y en los procesos de exportación de carne vacuna.	10
1.b.3 - Finalización del proyecto Componente 11 “ <i>Escherichia Coli</i> de Toxina Shiga/Verotoxigénico en la producción e industria de la carne vacuna argentina”	11
1.b.4 - Inicio del Componente 12 “Evaluación cuantitativa de riesgo de SUH y diarrea sanguinolenta causada por STEC debido al consumo de carne Argentina en Israel”	11
1.b.5 - Inicio del Componente 13; “Evaluación de ozono en cámara fría”	11
1.b.6 - Finalización del Proyecto “Impacto del feedlot terminal con diferentes niveles de confort sobre eficiencia animal y la calidad de la carne”.	11
1.b.7 - Continuidad del Proyecto “Huella hídrica en cortes refrigerados de carne bovina argentina”	11
1. c) Actividades de difusión de innovaciones en la cadena de ganados y carne vacuna.	12
1.c.1 - Apoyo a Programas de capacitación de entidades agropecuarias	12
1.c.2 - Apoyo a Capacitación a Distancia de FAA	12
1.c.3 - Auspicios a diferentes actividades de capacitación:	12

1.c.4 - Apoyo a acciones de capacitación virtual de la Cámara Argentina de Feedlot.....	12
1.c.5 - Desarrollo del Programa de Capacitación Virtual del IPCVA.....	13
1.c.6 - Apoyo a eventos de capacitación relacionados con el abordaje de problemáticas de la cadena de ganados y carnes:	15
1.c.7 - Apoyo a programas de capacitación de la industria frigorífica.	18
1.c.8 - Videos con expertos.....	18
1.c.9 - Organización de Seminarios Regionales y Jornadas a campo. IPCVA Ganadería y Compromiso 2020.....	18
II - Contribuir al Crecimiento del Mercado Interno.....	19
2.c. - Seguimiento de los precios en el mercado interno	19
Se dio continuidad al relevamiento de precios en puntos de venta minorista.....	19
2.c.1 - Monitoreo del consumo interno	19
2.c.2 - Estudios sobre redes sociales e influencers	20
2.c.3 - Evaluación de estrategias comunicacionales para la promoción de la carne vacuna. ..	20
2. e. - Campañas para mejorar la productividad.....	20
2.e.1 - -Comunicación 360°.....	20
III – Contribuir al Aumento de las Exportaciones:.....	25
3.1 - Acciones de Promoción y Marketing.....	25
3.1.1 -Campaña de Promoción en China	25
3.1.2 - Análisis del posicionamiento de la carne vacuna en redes sociales China	32
3.1.3- Seminario Embajada Alemania	33
3.1.4 - Consejo Público Privado para la Promoción de Exportaciones	33
3.1.4 - Participación en Ferias Internacionales	35
3.1.5 - Acciones con Embajadas	36
3.1.5 - Registros de Marcas	38
IV - Potenciar Espacios de Articulación con Políticas Públicas.	39
4.1 -Interacción con Universidades.....	39
Apoyo institucional al Postgrado “Especialización en Logística y calidad de alimentos” y “Especialización en Logística y comercio internacional” UNTREF. Universidad Nacional de Tres de Febrero.	39
4.2 - Interacción con Asociaciones profesionales.	39
4.3 - Generación de conocimiento científico tecnológico como insumo para el diseño de políticas públicas.....	39

4.3.1- Acciones conjuntas IPCVA-SENASA	39
4.3.1 -Continuidad del Proyecto “Microcápsulas para liberación sincronizada de hormonas en el control del celo y ovulación de animales de producción. Desarrollo de materiales y tecnologías de microencapsulación”	40
4.3.2 -Finalización del Proyecto “Vaca Viva”	40
4.3.3 -Proyecto “Sustentabilidad Ambiental para la Cadena de Ganados y Carne Vacuna de Argentina”	40
4.3.4 - Puesta en marcha del proyecto “Análisis del Plan Nacional de Residuos e Higiene en Alimentos (CREHA)”	41

Introducción

Como todos sabemos, el 2020 fue un año muy particular, atravesado y modelado por la pandemia de Coronavirus que azotó al mundo. No obstante, desde el IPCVA nos adecuamos rápidamente a la nueva realidad y retomamos todas las actividades previstas en el plan operativo, además de sumar otras tantas específicas y necesarias ante el nuevo contexto.

Es importante destacar, asimismo, que toda la cadena de ganados y carnes se adaptó, con responsabilidad, a la nueva situación sanitaria, se mantuvo el abastecimiento normal de carne en el mercado interno y se reforzó la impronta exportadora, lo cual requirió de importantes inversiones y el compromiso histórico que nos caracteriza como sector.

En el mercado externo, obviamente no pudo darse la participación tradicional del Instituto en las grandes ferias de alimentación mundial, aunque sí pudimos estar presentes con mucho esfuerzo en la China International Import Expo (CIIE) de China en noviembre de 2020, sorteando todos los contratiempos sanitarios, aspecto que fue muy valorado por los importadores de ese país, el principal cliente internacional de nuestras carnes. También en ese destino pudimos continuar con las campañas de comunicación y marketing, adaptadas al formato digital, e incorporamos algunas referidas a los controles sanitarios que se llevan a cabo en nuestro país para garantizar un alimento inocuo y seguro. En definitiva, las ventas externas de carne argentina del 2020 se mantuvieron en un muy buen nivel, con volúmenes cercanos a las 897,5 mil toneladas equivalente res con hueso, por un valor cercano a 2.710 millones de dólares.

En el mercado interno también tuvimos un trabajo muy intenso, con campañas tendientes a revalorizar el consumo de carne vacuna, especialmente entre los millennials, los centennials y las madres jóvenes. Para ello se contrataron influencers digitales, se realizó un convenio de difusión con el médico Jorge Tartaglione (Presidente de la Sociedad Argentina de Cardiología) y se pusieron en marcha nuevas herramientas publicitarias en los principales portales informativos y redes sociales.

También continuamos con el ciclo de jornadas a campo y seminarios regionales, reconvertidos muy exitosamente al formato digital, con distintos eventos pensados para irradiar conocimientos y tecnologías hacia los distintos eslabones de la cadena. Dos de esos eventos merecen una mención especial: un seminario internacional de doble jornada, con panelistas de todo el mundo con quienes pudimos analizar el presente y el futuro de la carne vacuna en el contexto de la pandemia de Covid-19, y el encuentro, también de doble jornada, “La hora de los jóvenes en la carne argentina”, protagonizado por referentes jóvenes de la ganadería, la industria, la gastronomía y la comunicación.

Por lo demás, continuamos con los estudios de mercado y la confección de estadísticas e informes que desde hace años nos ubican como el referente nacional en la materia, y sostuvimos todas las actividades tendientes a dar cumplimiento al plan estratégico delineado por la cadena para el IPCVA.

En definitiva, a pesar de ser un año muy complicado, podemos asegurar con orgullo que pudimos trabajar intensamente para consolidar el mercado interno, impulsar la investigación y la difusión de innovaciones, establecer un centro de información útil, mejorar la calidad de las relaciones entre los actores de la cadena y la sociedad, y optimizar el posicionamiento de la carne argentina en el mundo.

Juan José Grigera Naón

Presidente del IPCVA

I. - Promover Mejoras en la Competitividad de toda la Cadena Cárnica.

- a) Actividades destinadas al mejoramiento de las condiciones de producción.
- b) Actividades destinadas al agregado de valor de productos y subproductos.
- c) Actividades de difusión de innovaciones en la cadena de ganados y carne vacuna.

1.a) Actividades destinadas al mejoramiento de las condiciones de producción.

1.a.1- Continuidad del proyecto Impacto de la estrategia de recría sobre la productividad y resultado económico de un sistema ganadero en el NEA.

Grupo de Investigación: Facultad de Ciencias Veterinarias – UNNE, Facultad de Ciencias Agrarias – UNNE, Instituto Línea Cuchilla – Ruiz de Montoya - Misiones"

El proyecto tiene como objetivo evaluar el impacto de la estrategia de recría de terneros sobre el sistema productivo y económico

1.a.2 - Continuidad del Proyecto “Relevamiento de la susceptibilidad a los diferentes principios activos usados para el control de endo y ecto parásitos durante la recría bovina en la provincia de Corrientes”

Grupo de Investigación: INTA Mercedes

El proyecto tiene como objetivo disminuir las pérdidas por parásitos internos y garrapata común de bovino.

1.a.3 -Continuidad del proyecto “Efecto de la edad materna sobre el desarrollo fetal y calidad de carcasa de la progenie”.

Grupo de Investigación: INTA Cuenca Salado

El objetivo del proyecto es evaluar el efecto de la madre sobre la performance de la progenie durante el destete, recría, terminación, calidad de res y calidad de carne

1.a.4 - Continuidad del proyecto “Sistemas Silvopastoriles de la Región del Delta de Río Paraná Pautas para incrementar la eficiencia de producción sustentable de la ganadería de Cría”.

Grupo de Investigación: FAUBA

El objetivo del proyecto es mejorar la eficiencia de la producción ganadera de cría en sistemas silvopastoriles en el bajo Delta del Paraná a través de la validación a campo de propuestas tecnológicas sustentables.

1.a.5 - Continuidad del proyecto Utilización del número de folículos antrales como herramienta de selección fenotípica a campo de las vaquillonas de alta fertilidad

Grupo de Investigación: Facultad de Ciencias Veterinarias de la Universidad Nacional de La Plata

El proyecto tiene como objetivo validar la utilización del número de folículos antrales como herramienta de selección dentro de un esquema de evaluación genética o directa a campo para vaquillonas de reemplazo con fertilidad superior.

1.a.6 - Continuidad del Proyecto internacional “Identificación y manejo de alelos letales que afectan la fertilidad de vaquillonas para optimizar el progreso genético de la raza Angus”

Grupo de Investigación: Asociación Argentina de Angus.

En el marco de la generación de conocimiento y aplicación de tecnologías genómicas, el principal objetivo de este proyecto de investigación es identificar genes mutantes que causan muertes embrionarias, cuando dichos mutantes aparecen en estado homocigota en el embrión. La participación en este proyecto de carácter internacional posibilitará cuantificar parte de las pérdidas que ocurren en el porcentaje de preñez, generando una mayor respuesta a la selección y una mayor eficiencia en el progreso genético.

1.a.7- Finalización del Proyecto “Determinación de Residuos de Agentes Contaminantes en Carne Bovina para Consumo Humano”.

Grupo de investigación: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires

El objetivo del proyecto fue caracterizar las alteraciones organolépticas y la calidad higiénico-sanitaria de la carne bovina luego de la administración de agentes químicos de uso veterinario empleados en la producción animal.

1.a.8 - Finalización del Proyecto: Nutrición durante la gestación y su efecto de la calidad de carne en la descendencia.

Grupo de investigación: INTA

El objetivo del proyecto fue evaluar el efecto de la restricción energética en el último tercio de la gestación sobre la performance de la progenie durante el destete, recría, terminación y calidad de la res.

1.a.9 - Finalización del Proyecto “Iniciativas de Agregado de Valor en la Cadena de Ganados y Carnes Vacuna en el Sudeste Bonaerense”.

Grupo de investigación: INTA

El objetivo fue identificar y evaluar la viabilidad socioeconómica de iniciativas de agregado de valor en la cadena de ganado y carne vacuna en el Sudeste Bonaerense.

1.a.10 - Finalización del Proyecto “Modelos productivos de novillos Holando Argentino para diferentes destinos comerciales”.

Grupo de investigación: INTA.

El objetivo fue desarrollar y caracterizar modelos productivos que permitan incorporar eficientemente al novillo Holando Argentino a la cadena de valor bovina, generando oportunidades para el crecimiento de diferentes eslabones de la misma.

1.a.11 - Continuidad del Proyecto: Calculo de la Huella de Carbono de la carne vacuna por corte y mercado destino a través del análisis de ciclo de vida.

Grupo de investigación: AACREA.

El objetivo es calcular a partir de casos reales la huella de carbono de la carne vacuna por corte y mercado de destino a través del análisis del ciclo de vida.

1.a.12 - Continuidad del Proyecto: Indicadores para la evaluación de la resiliencia frente al cambio climático de sistemas ganaderos del semiárido cordobés.

Grupo de investigación: INTA, MINAGRI Y Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Nacional de Córdoba

El objetivo es elaborar un índice de resiliencia de sistemas ganaderos del semiárido cordobés frente al cambio climático a partir de la identificación y evaluación de indicadores ambientales, sociales, agronómicos y económicos para establecer pautas de manejo sustentable.

1.a.13 - Continuidad del Proyecto “Reducción de la intensidad de emisiones de metano y su impacto sobre la calidad de carne vacuna de sistemas de producción de base pastoril”.

Grupo de investigación: INTA y Universidad Nacional del Centro de la Pcia. de Buenos Aires.

El objetivo es evaluar el potencial de reducción de la intensidad de emisiones de metano entérico y mejora de la eficiencia de producción mediante distintas estrategias de cría y su impacto sobre características de la res y la calidad de la carne en un sistema de base pastoril en el sudeste bonaerense y validación de métodos alternativos de estimación de emisiones de metano entérico en condiciones de producción en pastoreo.

1.a.14 - Continuidad del Proyecto “Sistemas mixtos intensificados como estrategia para aumentar el secuestro de carbono y reducir la vulnerabilidad al cambio climático”.

Grupo de investigación: INTA

El objetivo es promover el desarrollo y la adopción de sistemas productivos mixtos intensificados como herramienta para reducir la vulnerabilidad al cambio climático.

1.a.15 - Finalización del Proyecto “Desarrollo de protocolo para la evaluación del bienestar animal en la producción de carne bovina argentina”.

Grupo de investigación: INTA

El objetivo fue desarrollar un protocolo de evaluación del bienestar animal a nivel de campo en sistemas de producción de carne bovina definidos.

1.a.16 - Continuidad del Proyecto “Variantes génicas favorables para consumo residual en bovinos en pastoreo: Una herramienta para producir carne con mayor eficiencia y menos impacto ambiental”.

Grupo de investigación: Facultad de Ciencias Veterinarias. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.

El objetivo es identificar y evaluar variantes génicas favorables para consumo residual y eficiencia de retención de nutrientes en bovinos para producción de carne en sistemas de base pastoril. Se busca con esto incrementar la eficiencia de la producción de carne y reducir su impacto ambiental.

1.a.17 - Continuidad del Proyecto “La ganadería vacuna en Argentina: Posibles impactos del cambio climático sobre la producción”.

Grupo de investigación: Universidad Nacional del Litoral.

El objetivo es conocer los posibles impactos del cambio climático sobre la producción agropecuaria con especial énfasis en la ganadería argentina.

1.b) Actividades destinadas al agregado de valor de productos y subproductos.

1.b.1 - Finalización del proyecto “Uso de spray chilling en frigoríficos: su efecto sobre la pérdida de agua y calidad sensorial y microbiológica en medias reses bovinas”.

El proyecto, que fue elevado al IPCVA con el interés institucional del ABC, apuntó a una búsqueda sistemática y posterior meta – análisis sobre la utilización de esta tecnología, evaluó las alternativas de aplicación e identificó los países que permiten la aplicación de spray chilling, identificando los métodos aprobados, sus condiciones de uso y los aspectos regulatorios asociados.

1.b.2 - Consolidación del Grupo de trabajo interdisciplinario para abordar la problemática de *Escherichia coli* en Argentina y en los procesos de exportación de carne vacuna.

1.b.3 - Finalización del proyecto Componente 11 “*Escherichia Coli* de Toxina Shiga/Verotoxigénico en la producción e industria de la carne vacuna argentina”

Los resultados del proyecto permitieron evaluar el éxito de diferentes medidas de intervención implementadas en las plantas que participaron y establecer un ranking de eficacia de las intervenciones validadas.

1.b.4 - Inicio del Componente 12 “Evaluación cuantitativa de riesgo de SUH y diarrea sanguinolenta causada por STEC debido al consumo de carne Argentina en Israel”.

El proyecto tiene como objetivo Realizar una evaluación cuantitativa de riesgo de enfermedades causadas por *Escherichia coli* productor de toxina Shiga (SUH y diarreas) por consumo de carne bovina kosher producida en Argentina y consumida en Israel.

1.b.5 - Inicio del Componente 13; “Evaluación de ozono en cámara fría”.

EL proyecto tiene como objetivo evaluar el efecto de la aplicación de ozono sobre medias reses y ambiente en cámara fría de frigorífico.

1.b.6 - Finalización del Proyecto “Impacto del feedlot terminal con diferentes niveles de confort sobre eficiencia animal y la calidad de la carne”.

Este proyecto de investigación contó con el aval del Centro Regional Entre Ríos del INTA y de la Facultad de Ciencias de la Alimentación de la Universidad Nacional de Entre Ríos.

El propósito de esta investigación fue contribuir a la generación de conocimientos en bienestar animal mediante el estudio de sistemas productivos con distintos niveles de confort animal con la finalidad de disponer de herramientas productivas que permitan agregar valor a la producción de carne vacuna.

1.b.7 - Continuidad del Proyecto “Huella hídrica en cortes refrigerados de carne bovina argentina”

Grupo de Investigación: Instituto Nacional de Tecnología Industrial

El proyecto considera el cálculo de la huella hídrica en cortes cárnicos refrigerados con destino a exportación proveniente de animales nacidos, criados y procesados industrialmente en la Región Agroclimática Pampeana, dividida en 15 zonas y conformada por las provincias de Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba, La Pampa y Entre Ríos que constituyen un área total de 83 millones de has (Yanina Bellini Saibene, 2011) y concentran el 58% de la población bovina nacional según información del año 2014 del Sistema de Información Agropecuaria - INTA.

Los datos obtenidos y relevados permitirán el cálculo de la huella hídrica con las metodologías mayormente utilizadas y reconocidas mundialmente: la impulsada por la Red de Huella Hídrica “WaterFootprint Network” (WFN) y la Huella de Agua desarrollada por la Organización Internacional de Normalización (ISO 14.046).

1. c) Actividades de difusión de innovaciones en la cadena de ganados y carne vacuna.

1.c.1 - Apoyo a Programas de capacitación de entidades agropecuarias

- Federación Agraria Argentina.
- CONINAGRO
- Confederaciones Rurales Argentinas (CRA)
- Sociedad Rural Argentina (SRA)

1.c.2 - Apoyo a Capacitación a Distancia de FAA

Se apoyó el desarrollo de la Fundación Fortalecer de una plataforma exclusiva on line para capacitación a distancia y la misma se encuentra en pleno funcionamiento. Contó con la participación, como tutores, de prestigiosos especialistas del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

Se capacitaron más de 1500 alumnos y se trataron diferentes temas Manejo de la nutrición mineral de pasturas y verdes, Manejo de pasturas, Pautas para incrementar la eficiencia de las pasturas: Importancia del agua y la ambientación, Manejo de la Brucelosis Bovina. El laboratorio diagnóstico como herramienta en la toma de decisiones, Bienestar Animal, el cambio cultural que mejora las prácticas con los animales, entre otros.

1.c.3 - Auspicios a diferentes actividades de capacitación:

Auspicio 43º Congreso de la Asociación Argentina de Producción Animal. AAPA

Auspicio 51º Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Agraria AAEEA

Auspicio 5ta Jornada Nuevos Horizontes Córdoba. Universidad de Córdoba.

1.c.4 - Apoyo a acciones de capacitación virtual de la Cámara Argentina de Feedlot

Durante el 2020 se llevaron adelante diferentes jornadas feedloteras virtuales abordando problemáticas de diferentes zonas productoras del país y se ha llegado a capacitar con contenidos valiosos a más de 1300 asistentes.

1.c.5 - Desarrollo del Programa de Capacitación Virtual del IPCVA

El programa se llevó adelante con apoyo académico y logístico brindado por el Instituto Superior de Estudios Agropecuarios de la Sociedad Rural Argentina.

Se realizaron 13 cursos de capacitación virtuales destinados a productores ganaderos, profesionales del sector agropecuario (Ingenieros Agrónomos, Veterinarios, Zootecnistas, Licenciados en Administración Agropecuaria, etc.), y estudiantes avanzados de carreras afines interesados en las herramientas que permiten incrementar la productividad y rentabilidad ganadera.

La duración de cada uno de los cursos de capacitación virtual fue de entre dos y tres meses. Los interesados debieron disponer de al menos entre 4 y 5 horas semanales para poder llevar adelante la actividad con regularidad en la plataforma virtual.

En cada módulo se ofreció asesoría y acompañamiento permanente de parte del equipo de tutores y docentes a cargo.

Las comunicaciones se desarrollaron en forma regular por medio del correo electrónico, foros, y una sesión de chat semanal. Por otra parte el equipo de tutores estableció una serie de comunicaciones telefónicas con cada alumno para ayudar a la comprensión del curso desde el punto de vista técnico y didáctico.

Los cursos virtuales dictados y sus objetivos se detallan a continuación:

- Curso “Biotecnologías de la reproducción aplicadas al bovino”

Este curso de capacitación a distancia del IPCVA tuvo como objetivo brindar conocimientos sobre las distintas biotécnicas reproductivas aplicables en los sistemas ganaderos y su impacto productivo. A su vez, permitió que los participantes comprendan el aporte a la ganadería de cada una de las biotecnologías y favorecer la comprensión del binomio genética-reproducción.

- Curso “Gestión financiera y operativa en Excel para Empresas Ganaderas”

Este curso tuvo como objetivo profundizar los conocimientos en Excel creando un módulo de gestión financiera y operativa, totalmente aplicable a cualquier actividad agropecuaria.

- Curso “Plantas Tóxicas para el Ganado Vacuno”

Este curso de capacitación a distancia del IPCVA trató como temas la intoxicación por alcaloides, glucósidos cianógenicos, calcinogénicos (enteque), nitratos y nitritos, plantas contaminadas por hongos endófitos (festucosis y tembleque del Rye Grass), clasificación de acuerdo a su principio activo y medidas de manejo y prevención.

- Curso “Manejo de Campos Naturales”

Tuvo como objetivo entender las bases ecológicas que determinan la estructura y dinámica de los pastizales naturales para desarrollar modelos de utilización y manejo sustentable sobre sistemas ganaderos.

- *Curso “Instalaciones Rurales”*

Tuvo como objetivo reconocer los elementos que componen las instalaciones rurales y los principios fundamentales del diseño y aplicación en los sistemas ganaderos argentinos. Desarrollar hábitos de buenas prácticas en el uso de las instalaciones rurales como así también en los procesos productivos ganaderos vinculados a los mismos.

- *Curso “Bienestar animal”.*

Este curso de capacitación a distancia del IPCVA tuvo como objetivo que el estudiante pueda, a través del material brindado en el curso, comprender los beneficios productivos de respetar normas de Bienestar Animal y las expectativas a futuro relacionadas con el tema.

- *Curso “Reproducción del bovino”*

Tuvo como objetivo brindar conocimientos relevantes sobre anatomía y fisiología de la reproducción para la ganadería, permitir la comprensión de conceptos clave para el manejo reproductivo y aportar herramientas que mejoren la productividad ganadera.

- *Curso “Buenas Prácticas de Fertilización de Pasturas y Verdeos”.*

Este curso de capacitación a distancia del IPCVA tuvo como objetivo general ofrecer modelos conceptuales y herramientas prácticas para la aplicación de buenas prácticas de manejo de la fertilización de recursos forrajeros. Describir y analizar el impacto productivo y económico de la fertilización de pasturas, pastizales y verdeos en base a la información local disponible en diferentes zonas y condiciones edafo-climáticas de la región pampeana argentina.

- *Curso “Ganadería Subtropical”*

Este curso trató entre otros temas la caracterización de las razas de vacunos y búfalos, manejo de vacunos y búfalos en las zonas cálidas, alimentación de vacunos y búfalos en las zonas cálidas, sanidad y principales enfermedades de vacunos y búfalos.

- *Curso “Reservas Forrajeras: Concentrados y conservados como herramienta de suplementación en períodos críticos”.*

Este curso tuvo como objetivo definir y clasificar la alimentación suplementaria, reservas forrajeras, reservas en pie, rastrojos, y diferimiento de cultivos forrajeros y pastizales. Elección de método más conveniente por producción y zonas agroclimáticas. Henificación, definición, sistemas de henificación, pasos a seguir para una correcta henificación. Ensilaje definición, sistemas de ensilado, pasos a seguir para su correcta confección.

Almacenamiento y su conservación. Diferentes tipos de silos. Ventajas, desventajas y comparación entre cada método. Herramientas utilizadas para cada sistema de conservación y para su transporte y entrega. Ventajas y desventajas de cada método. Granos forrajeros y subproductos, características generales. Forma de suministro. Subproductos de la industria. Importancia en la alimentación animal.

- Curso “Empresa Familiar Ganadera”

Este curso de capacitación a distancia del IPCVA trató entre otros temas: Incorporación efectiva de nuevas generaciones; afectividad vs. Efectividad; delegación efectiva; trabajo en equipo familiar e inter generacional; resultado económico en la empresa familiar; etc.

- Curso “Administración Cabañera”

El curso estuvo orientado al productor, empleado, administrador de animales que desee iniciarse en la cría de ganado de pedigree o que recientemente haya comenzado, para que conozca los distintos tipos de selección y evaluación genética, y aprenda a utilizar esas herramientas.

Este curso permitió una mayor familiarización con las distintas razas bovinas que se crían en el país, según las zonas y necesidades de cada criador. A su vez, permitió conocer los principales conceptos de las evaluaciones genéticas que brindan las Asociaciones de Criadores y los Registros Genealógicos de la Sociedad Rural Argentina que llevan los registros de pedigree a nivel nacional.

1.c.6 - Apoyo a eventos de capacitación relacionados con el abordaje de problemáticas de la cadena de ganados y carnes:

1.c.6.1 - Disertaciones brindadas por el Departamento de Promoción Interna del IPCVA.

Disertaciones brindadas por Ing. Agr. M. Sc. Adrian Bifaretti

- “Ya nada será igual: ¿Cómo enfrentará la carne vacuna la nueva normalidad?” Ciclo de charlas virtuales “La hora de los jóvenes en la carne argentina” IPCVA. 24 Y 25 de noviembre de 2020.
- “El consumo de carne vacuna en los más jóvenes. Oportunidades y retos el día después de la pandemia”. Observatorio en gestión de la comunicación en organizaciones. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. 10 de noviembre de 2020.
- “Con la mirada cada vez más digital y enfocando en el ombligo del consumidor”. 51° Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Agraria.

“Pensando nuevos escenarios para los sistemas agrarios y agroindustriales”²⁹ y 30 de octubre de 2020.

- “El marketing de carnes y los desafíos de fidelizar a la gente en redes sociales”. AGROACTIVA VIRTUAL 2020. 27 al 30 de octubre de 2020.
- “Las redes sociales son conversaciones y la carne argentina tiene muchas historias por contar”. Jornada Ganadera Virtual IPCVA. “Ganadería de ciclo completo en Norpatagonia, claves del riego y el secano. Establecimiento Alsina. Carmen de Patagones. Buenos Aires. 16 de octubre de 2020.
- “¿Cómo compatibilizar la producción ganadera con la agenda del consumidor? Reunión Virtual Comisión de Ganadería CREA Litoral Sur. 31 de agosto de 2020.
- “Conversaciones en las redes sociales y su influencia en cómo comemos?” EXPOAGRO DIGITAL. EDICION YPF AGRO. 9 y 10 de septiembre de 2020.
- “Redes sociales y su impacto en la conducta carnívora de los argentinos” Presentación en el Consorcio de Exportadores de Carnes Argentinas. 25 de agosto de 2020.
- “El futuro llegó: ¿Cómo comeremos carne de aquí en adelante? 3ER. Congreso de Capacitación Técnico Agropecuario ACA+. Organizado por ACA JÓVENES. Asociación Argentina de Cooperativas Argentinas. 5 Y 6 de agosto de 2020.
- “Carnívoros argentinos al ritmo del covid. El desafío de acompañar a la gente que más extraña en asado”. Seminario Virtual Internacional “El desafío de la carne vacuna en el mundo post Covid”. Organizado por el IPCVA. 29 y 30 de julio de 2020.
- “Carnívoros consumiendo al ritmo del covid-19. Ciclo de charlas virtuales. 4To Encuentro: Percepción de la calidad y el consumo de carne. La respuesta del consumidor ante la pandemia. INTA. Centro de Investigación de Agroindustria. Centro de Investigación en Economía y Prospectiva. 22 de junio de 2020.
- “¿Cómo respondió el sector cárnico en un mundo en suspenso y cómo debe prepararse para cuando salgamos de la jaula? Seminario Virtual NEA. La región con un potencial ganadero imparable. IPCVA. 3 de junio de 2020.

- “¿Qué está pasando con la compra y el consumo de carnes? Charla virtual organizada por la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de la Ciudad de Buenos Aires. 27 de abril de 2020.

1.c.6.2 - Disertaciones brindadas por Lic. Eugenia Ana Brusca:

- Nuevos desafíos para la cadena de ganados y carnes, 113° Expo Rural Rafaela. 12 de noviembre 2020.
- Los argentinos en cuarentena, ¿Qué está pasando con la compra y consumo de carnes? Asociación de periodistas agroalimentarios, 27 de abril 2020
- Oportunidades y retos para la promoción de carnes destinadas a los millennials y centennials. La hora de los jóvenes 25 de noviembre 2020
- Situación actual del negocio ganadero en época de Covid ´19. Huinca Renancó 07 de septiembre 2020.
- Patas produciendo, valorizándose y dándonos carne. Seminario Regional Rio negro IPCVA, 16 de septiembre 2020.
- ¿Cómo es el consumidor argentino de carnes? Seminario Virtual Rio IV IPCVA, 02 de julio 2020
- Moderadora de la Jornada Gestión sustentable en ganadería intensiva e industria, 01 de diciembre 2020.

1.c.6.3 - Disertaciones del Lic. Miguel Jairala sobre perspectivas de mercados.

- Sociedad Rural del Valle de Uco
- Sociedad Rural de Saliquelló
- Comisión de Ganadería de FAA Entre Ríos
- INTA de Chaco
- Conferencia anual MICA
- Webinar IMS

1.c.7 - Apoyo a programas de capacitación de la industria frigorífica.

Se continuó financiando durante 2020 acciones de formación de recursos humanos y actividades de actualización de las siguientes cámaras:

- CICCRA
- FIFRA
- ABC
- UNICA

1.c.8 - Videos con expertos

Se desarrolló en 2020 un nuevo formato de capacitación y transferencia de tecnología consistente en la realización de materiales audiovisuales donde se plantean problemas tecnológicos de parte de productores ganaderos de distintas zonas del país y son respondidos por parte de expertos en una manera parecida a lo que puede ser un consultorio técnico.

Se trabajó abordando temáticas y problemáticas relevantes en distintas provincias con peso ganadero y se recurrió al conocimiento y profesionalismo de técnicos del INTA con experiencia práctica en cada situación en particular.

1.c.9 - Organización de Seminarios Regionales y Jornadas a campo. IPCVA Ganadería y Compromiso 2020

En el año 2020 las Jornadas a Campo se realizaron con la modalidad virtual. Fueron en total tres Jornadas a Campo. Las mismas se realizaron en Salta, General Dorrego y Patagones. Por otro lado, los Seminarios regionales se llevaron de la misma forma virtual siendo estos dos en Rio Cuarto y el NEA.

A su vez se llevó adelante el Seminario Internacional: El desafío de la carne vacuna en el mundo post COVID-19. El cual se realizó el miércoles 29 y el jueves 30 de julio de 2020. Durante dos días se analizó la producción y comercialización de carne vacuna a nivel global y su posible impacto en los próximos años.

Por otro parte se inició un ciclo de Seminarios destinados principalmente a los jóvenes de la cadena de ganados y carnes. Llamado “La hora de los jóvenes en la Carne Argentina”. El mismo se realizó los días 24 y 25 de noviembre.

Jornada “Gestión sustentable en ganadería intensiva e industria”. Se llevó a cabo el 1° de diciembre, organizada por el IPCVA. El foco estuvo puesto en la gestión sustentable y efluentes de la industria frigorífica y el engorde a corral.

A partir del 2020 comenzó el IPCVA a llevar a cabo diferentes talleres entre los cuales se desarrollaron diferentes temas:

Taller “Buenas prácticas en la industria alimenticia”, llevado adelante el pasado 19 junio. Tuvo como objetivo analizar las medidas que se tomaron dentro de la cadena productiva ante la pandemia de coronavirus.

Taller de “Irradiación de productos y subproductos cárnicos bovinos” llevado a cabo el 22 de octubre. Del mismo participaron referentes de la Comisión Nacional de Energía Atómica (CNEA), el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA) y el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).

Taller virtual del IPCVA “Mitos y verdades sobre *Escherichia coli*, productor de toxina Shiga, y la carne vacuna”, llevado a cabo el 15 de diciembre 2020. Se llevó a cabo mediante una jornada matutina y una vespertina con la participación de destacados especialistas.

II - Contribuir al Crecimiento del Mercado Interno.

- a) Realización de estudios de mercado para conocer la segmentación de la demanda interna.
- b) Análisis de los canales de distribución y venta.
- c) Seguimiento de los precios en el mercado interno.
- e) Campañas para mejorar la productividad

2.c. - Seguimiento de los precios en el mercado interno

Se dio continuidad al relevamiento de precios en puntos de venta minorista. Durante el 2020, se dio continuidad a los estudios de mercado llevados adelante con la empresa Kantar-TNS desde el año 2006, consistentes en el relevamiento mensual de precios minoristas en 200 puntos de venta en Capital Federal y Gran Buenos Aires; 80 puntos de venta en Córdoba y 80 puntos de venta en Rosario. Esta metodología fue llevada adelante por el primer trimestre del año 2020. Luego del establecimiento de la cuarentena obligatoria a partir de la 2da quincena del mes de marzo el relevamiento de precios se llevó adelante a través de una nueva metodología. Se realizó un relevamiento telefónico a 60 puntos de venta en AMBA y 20 puntos de venta en Córdoba y Rosario respectivamente. El monitoreo se realizó en los mismos puntos de venta 3 veces al mes. A su vez se relevaron los precios de los supermercados a través de sus páginas web.

2.c.1 - Monitoreo del consumo interno

Durante el 2020 se monitoreó a los consumidores de carne vacuna argentinos a través de estudios representativos de los hábitos de compra y consumo con representatividad para todo el país. Los mismos fueron llevados adelante por la empresa OPINAIA.

2.c.2 - Estudios sobre redes sociales e influencers

Durante el año 2020 se han realizado estudios con la firma Reputación Digital que apuntan al seguimiento de las redes sociales para evaluar la dinámica de las mismas en temáticas relacionadas con el consumo de carne y aquellos factores que afectan positiva o negativamente al mismo. Se continuó evaluando al respecto las tendencias de nuevas conductas alimentarias (veganismo, vegetarianismo y flexitarianismo) y su incidencia en la demanda de carne. Se realizó un ejercicio de benchmarking analizando las estrategias de promoción y comunicación que llevan adelante organismos e instituciones de otros países que se dedican a la promoción de carne vacuna a nivel internacional.

Asimismo, se llevó adelante un seguimiento de las campañas de influencers puestas en marcha por el IPCVA, para evaluar su impacto y poder aportar elementos para mejorar las estrategias de comunicación apropiadas.

2.c.3 - Evaluación de estrategias comunicacionales para la promoción de la carne vacuna.

El estudio realizado por la empresa Voices tuvo como objetivo general medir la influencia de acciones promocionales de carne vacuna sobre distintos segmentos de consumidores en Argentina.

Se evaluó a través de focus groups el impacto y poder persuasivo de mensajes comunicacionales que resalten los beneficios funcionales y emocionales de consumir carne vacuna vs. mensajes que podrían entrar en conflicto directo con las conductas alimentarias que proponen abandonar o disminuir el consumo de carne. Se identificaron diferencias entre segmentos de consumidores y generaciones. Surgieron recomendaciones sobre los mejores mensajes para difundir, detallando las mejoras o ajustes necesarios. Y se generó un corpus de contenido con insights para el desarrollo de nuevas estrategias y discursos comunicacionales del IPCVA.

2. e. - Campañas para mejorar la productividad

2.e.1 - -Comunicación 360°

A principios de año se diseñó un plan de “Comunicación 360°”, incorporando todas las herramientas disponibles en materia de comunicación, marketing y publicidad, con el objetivo de revalorizar las propiedades del consumo de carne ante el avance sostenido de las tendencias vegetarianas, veganas, ambientales, etc.. Dada la irrupción de la pandemia de coronavirus, las acciones de dicho plan se reformularon rápidamente, profundizándose la comunicación digital y logrando, en definitiva, uno de los años más proactivos del IPCVA en materia de comunicación.

Como en años anteriores, la comunicación del IPCVA se dividió en dos grandes ejes: comunicación institucional/sectorial y comunicación de producto carne argentina. En

cuanto a esta segunda vertiente, más allá de que la carne es un producto transversal y multitarget, en 2020 se decidió profundizar las acciones entre millennials, centennials y madres jóvenes, dado que en esos grupos es donde más impactan las tendencias veganas, vegetarianas etc. y en donde la cadena de ganados y carnes está comenzando a perder territorio comercial. Con este mismo objetivo –sumado a las restricciones de la pandemia-, se intensificó y profesionalizó el trabajo en redes sociales y medios digitales.

Esquemáticamente, la comunicación del año se estructuró sobre los siguientes ejes:

A) Difusión de informaciones de interés (general, específico, institucional).

B) Trabajo en redes sociales y páginas web.

C) Publicidad y difusión de consumo en el mercado interno.

D) Comunicación institucional. Nuevas herramientas de comunicación técnica.

E) Nuevos productos de comunicación.

A) Difusión de Informaciones

A lo largo del año se enviaron informes y notas de opinión, obteniendo una gran repercusión periodística, no solamente en los medios agropecuarios sino también en los de información general, especialmente con los temas referidos a tendencias de consumo. Las informaciones fueron replicadas en los principales medios nacionales, regionales, locales y portales de noticias.

Además, durante el año, vía Zoom, se organizaron distintas conferencias de prensa, conjuntamente con distintas entidades de periodistas, como ABoPA, La Porteña o el CIPAG.

La repercusión obtenida por las informaciones difundidas por el IPCVA consolidó al Instituto como la voz más calificada dentro de la cadena de ganados y carnes.

B) Trabajo en redes sociales y páginas web

El IPCVA posee distintos perfiles en las redes sociales y páginas web, diferenciándose el trabajo institucional/sectorial y la información de producto. Si bien en todas esas páginas se continuó con el trabajo habitual y permanente de posteos, el foco estuvo puesto en el nuevo Instagram, logrando un importante incremento en los seguidores, superando los diez mil en menos de un año, con más de un millón de páginas vistas. Los posteos también abarcaron aspectos referidos a los aportes de la carne vacuna al sistema inmunológico y otros temas referidos al consumo en el marco de la pandemia de coronavirus. Por su parte, el Facebook de carne argentina continuó creciendo, con más de 58.000 seguidores, mucho más del doble que otras similares de carnes alternativas y el Twitter superó los 4.000 seguidores. Las

redes institucionales también tuvieron muy buen rendimiento, con más de 25.000 seguidores en Facebook, más de 3.000 en Instagram y casi 10.000 seguidores en Twitter. Además, dado el trabajo digital que se llevó a cabo en el marco de la pandemia, las páginas web alcanzaron un tráfico muy alto, ya sea la institucional (www.ipcva.com.ar), que registró casi 200.000 usuarios a lo largo del año, o la de carne argentina (www.carneargentina.org.ar), cuyo tráfico aumentó un 90% con respecto al año anterior, con medio millón de visitas y más de un millón de páginas vistas.

C) Publicidad de consumo en el Mercado Interno:

1-Home Events: Dada la irrupción de la pandemia y ante necesidad de adecuar la comunicación a la nueva realidad, se utilizó una nueva y potente herramienta publicitaria, denominada “Home Events”. Se trata de una de las herramientas más masivas que se encuentran disponibles en el mercado e implica que absolutamente todos quienes ingresen un determinado sitio de noticias sean impactados por la publicidad del Instituto en sus pantallas, sin poder eludirla. El contenido de la comunicación, estuvo referido en el primer momento de la pandemia a #QuedateEnCasa #CocináEnCasa, uno de los #hashtags más difundidos y que se están utilizando en todas las comunicaciones del Instituto, con un link de redireccionamiento a la página carne argentina. En los meses sucesivos, dicho mensaje se adaptó a los diferentes estadios de la pandemia (“La carne refuerza naturalmente tu sistema inmunológico. Cociná en casa con la mejor carne del mundo. Encontrá las mejores recetas en www.carneargentina.org.ar”) o los momentos del año. Es así como se realizaron Home Events en Clarín, La Nación, Infobae y Perfil, cuyos resultados demostraron que se trata de una de las herramientas publicitarias más importantes. La incorporación de Infobae, específicamente, le dio una enorme visibilidad al mensaje del IPCVA, con un total acumulado de casi 60 millones de impresiones acumuladas (personas que vieron el aviso del IPCVA). Hacia fin del 2020, también se realizaron Home Events en doce de los portales más importantes del interior del país. El impacto de los Home Events fue medido por la empresa Reputación Digital, contratada a tales fines para poder dimensionar la acción y hacer más eficiente la erogación de recursos.

-Influencers digitales: una de las nuevas acciones del año consistió en la contratación de “Influencers digitales”, con el objetivo de llegar en forma más eficiente a los targets seleccionados. Un “influencer digital” es una persona que tiene el poder de influir directamente sobre sus seguidores a través una o más redes sociales, tiene la capacidad de provocar reacción, generar conversaciones y/o construir opiniones y posee seguidores generalmente incondicionales que se suscribieron voluntariamente a sus canales o redes. Es así como a lo largo del año se contrataron entre 6 y 8 influencers por mes, quienes recomendaron a su manera el consumo de carne, divididos entre “macro influencers” (generalmente superan el medio millón de seguidores) y “micro influencers”, de acuerdo a la cantidad de seguidores. Todos obtuvieron muy buena repercusión, de acuerdo al análisis mensual que realizó la empresa Reputación Digital, contratada específicamente para medir

el impacto de las acciones. La mayoría estaban directa o indirectamente relacionados con la gastronomía y/o la nutrición.

-Locos x el Asado: se renovó el acuerdo con “Locos x el Asado”, la comunidad gastronómica digital más importante de habla hispana para el sponsoreo de dos capítulos mensuales y sus correspondientes posteos en redes sociales. A lo largo del año, los capítulos sponsoreados por el IPCVA acumularon más de 5.000.000 de visualizaciones en YouTube.

-Más recetas: a lo largo del año se realizaron nuevas recetas para la difusión en páginas web y redes sociales. En ese sentido, las acciones de comunicación de producto se complementaron con un acuerdo con NFCO/Revista Chacra para la amplificación de tres recetas mensuales en las páginas y redes de dicho grupo, obteniendo muy buenas métricas.

-PNT's: las acciones de publicidad y comunicación del IPCVA se complementaron con un esquema de PNTs (Publicidad No Tradicional) en programas de TV y radio de gran alcance, buscando la masividad del mensaje. Al inicio de la pandemia, por ejemplo, se utilizó el mensaje “El asado con amigos puede esperar. Ahora, es momento de cuidarnos. Por eso, quedate en casa y cociná en casa. Encontrá las mejores recetas en carneargentina.org.ar. Es un mensaje del Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina”. El mensaje fue variando a lo largo del año, como así también los medios pautados, obteniendo un gran alcance a nivel nacional. Algunos de los periodistas y medios pautados a lo largo del año fueron los siguientes: Maximiliano Montenegro -A24; Tití Chiabatoni-Radio popular -Cadena 3; Morfi-Telefé; Facundo Pastor -Radio La Red; Gustavo Sylvestre-Radio 10; Mariano Yezze-Fm Millenium; Cocineros Argentinos -La TV Pública; Nelson Castro-Radio Rivadavia; Fernando Carnota-Radio Rivadavia; Mariano Otarola-América 24; Gustavo López -Radio La Red; Fabián Doman -Radio La Red; Ernesto Tenenbaum; Santiago del Moro -La 100; Rotativos en Radio Metro; Morfi-Telefé

Pablo Duggan-Radio 10; Marcelo Longobardi-Radio Mitre; Daniel López -Radio Continental; Rotativos en Radio Con Vos; Radio Vórterix; Alfredo Leuco.

-Cartelería en ruta: La acción global de comunicación se complementó con la cartelería en ruta contratada previamente por el IPCVA (en 2019), con mensajes de consumo y buenas prácticas productivas.

-Acuerdo editorial: Durante el año se trabajó en un acuerdo de generación de contenidos con editorial Atlántida (Revista Gente, Revista Paparazzi, Revista Para Ti), con el objetivo de difundir informaciones específicas para mujeres (el target principal de dichos medios). Finalmente, hacia fines de año, se editaron dos notas en las revistas Gente y Paparazzi (las de mayor alcance) referidas a la importancia del consumo de carne, especialmente entre las

madres jóvenes, por el aporte de vitamina B12, que obtuvieron muy buenas métricas de alcance y lectura.

-Nueva línea de trabajo “Carne y Salud”: El IPCVA, conjuntamente con el reconocido médico Jorge Tartaglione (Presidente de la Fundación Cardiológica Argentina) incorporó una línea de comunicación especialmente referida al consumo de carne y la salud. Esto implicó el desarrollo de diferentes piezas comunicacionales (posteos, historias, videos) para las redes sociales y webs, tanto de Jorge Tartaglione como de Carne Argentina, y la difusión de un informe periodístico mensual. El primer aspecto a difundir fuera la importancia del consumo de carne vacuna en los primeros 1.000 días de vida de los niños, así como el aporte de vitamina B12 durante el embarazo y el desarrollo de los niños. Con esos mensajes se desarrollaron posteos específicos para redes, videos, historias interactivas (tanto en las redes del IPCVA como en las de Tartaglione) y una gacetillas de prensa.

-Convenio estratégico con el polo: en el marco de las acciones de revalorización de la carne vacuna, dentro y fuera del país, el IPCVA ratificó el acuerdo firmado el año anterior con la Asociación Argentina de Polo y volvió a ser sponsor oficial del Abierto Argentino de Polo con la marca “Argentine Beef”. Tanto la carne vacuna como el polo argentino tienen gran relevancia a nivel internacional, ganando mercados y reconocimiento por lo que ambos productos trabajarán conjuntamente en la promoción externa. El Abierto Argentino de Polo HSBC es el torneo más importante del mundo y fue televisado en destinos estratégicos para la carne argentina, como Estados Unidos, Europa y China.

D) Comunicación Institucional.

Nuevas herramientas de Comunicación: se continuó con la carga diaria de informaciones en la web www.ipcva.com.ar, las redes sociales, la edición semanal del newsletter y la publicación mensual de la revista Ganadería y Compromiso. Además se generaron, en promedio, unos 35 micros mensuales en video para su emisión a través de Canal Rural e Infolink.TV (sistema de envío de informaciones a los medios del interior). Por otra parte, se puso en marcha un “consultorio digital” en video, denominado “Conversaciones con expertos para ganar en ganadería”, que obtuvo muy buenas métricas a lo largo del año. Cada una de las jornadas a campo y seminarios que realizó el IPCVA tuvo un plan de comunicación específico, con el desarrollo de spots de TV, Radio y avisos de gráfica y redes sociales realizados especialmente para cada evento. Asimismo, se realizó una campaña de comunicación específica regional para cada uno. Dos grandes eventos tuvieron un desarrollo particular de comunicación, marketing y publicidad: el seminario internacional de doble jornada y el referido a los jóvenes en la cadena productiva (“La hora de los jóvenes en la carne argentina”). Ambos obtuvieron una altísima repercusión. Como parte de la comunicación institucional/sectorial, el IPCVA participó, como todos los años,

en las grandes exposiciones del sector que se reconvirtieron al formato digital, como Expoagro y Agroactiva. Este nuevo tipo de participación digital –que se sumó a otros eventos de la misma índole, como la Exposición Rural de Río Cuarto- demandó el desarrollo de un esquema específico de comunicación adaptado a la nueva realidad. A lo largo del año, el IPCVA mantuvo una pauta publicitaria institucional en los principales medios, programas y segmentos agropecuarios de todo el país.

E) Nuevos materiales de comunicación:

Más allá de las nuevas recetas, las campañas específicas para seminarios y jornadas, y los mensajes para los Home Events y los PNTs, mencionados anteriormente, se desarrolló una serie de spots específicos (en español, inglés y chino) sobre el trabajo de la cadena de ganados y carnes de la argentina en el marco de la pandemia de Coronavirus para su uso dentro y fuera del país (especialmente en China). También se desarrolló el cuadernillo técnico “Medidas de control y recomendaciones en la cadena de valor de la carne bovina contra el Covid-19”. Por otra parte, acompañando las distintas acciones de comunicación institucional y de producto, a lo largo del año se desarrollaron siete spots de radio y TV específicos con el objetivo de posicionar la carne vacuna argentina como un producto saludable y que refuerza naturalmente el sistema inmunológico.

III – Contribuir al Aumento de las Exportaciones:

3.1 - Acciones de Promoción y Marketing

3.1.1 -Campaña de Promoción en China

Durante los primeros cinco meses del año 2020, el IPCVA desarrolla tres campañas de Promoción en China.

3.1.1.1-Campaña Salud:

En el período 1 de Febrero- 31 de Marzo el IPCVA llevó a cabo la Campaña Salud, cuyo objetivo fue brindar información a los consumidores chinos respecto a los beneficios de la carne vacuna para el cuidado de la salud, con motivo de las celebraciones del Año Nuevo Chino.

A tal fin se implementaron las siguientes herramientas de comunicación:

- V-Log en página H-5: Plataforma de V-Log en H5 para el desarrollo de la Campaña Salud. En esta página, se brindó información sobre la carne vacuna argentina y los beneficios para la salud. También se difundió una serie de 4 videos en los cuales el Chef Jones de China, realiza un recorrido por Argentina destacando las cualidades de nuestro producto.

- Mensajes de KOLS en Wechat y Weibo: se contrataron formadores de opinión (KOLs) para difundir mensajes de la carne vacuna argentina en las plataformas de Wechat y Weibo, que vinculaban al V-LOG

- Banners publicitarios en APP, Meishi China, Migu Video, Toutiao: se contrataron banners publicitarios en distintas aplicaciones de China, vinculados a la temática de la campaña.

3.1.1.2 -Campaña Disfrute de la Carne Vacuna Argentina en Casa

Durante el mes de abril se realizó la Campaña “Disfrute de la Carne Vacuna Argentina en Casa”. Considerando las diversas restricciones impuestas por el COVID 19, el cierre de los restaurantes y servicios de comida, el incremento en el consumo de alimentos en los hogares, y el mayor uso de las compras on line, tanto de insumos como de comidas preparadas, se desarrolló una campaña para acompañar al consumidor Chino en el cambio de las modalidades de abastecimiento y consumo de los hogares.

Para esta Campaña se identificaron los principales canales (e-commerce, food delivery, servicios de comidas y restaurantes) que comercializaban carne vacuna argentina y se confeccionó una plataforma en H5 con un sistema de búsqueda de acuerdo a la necesidad y requerimiento de cada consumidor.

Las herramientas de comunicación desarrolladas para esta Campaña son:

- Página H5: para el desarrollo de la lista de canales de comercialización de carne vacuna argentina

- Live Show (PUGC): se desarrolló un Show en Vivo en el cual un chef cocinó distintos platos con carne vacuna argentina, en interacción con los usuarios de la red YI ZHI BO. El show fue retransmitido en la plataforma de e-commerce JD.com

- Contratación de formadores de opinión (KOLs) en la plataforma de marketing boca a boca (WOM) DIANPING para difusión de mensajes de la carne vacuna argentina

- Contratación de formadores de opinión (KOLs) en las plataformas de Wechat y Weibo

- Banners publicitarios en las aplicaciones SUNPIG, RRTV y MGTV

3.1.1.3- Campaña El Sabor del Amor de Mamá

En el mes de mayo, tuvo lugar la Campaña El Sabor del Amor de Mamá. Con motivo de la celebración del día de la Madre, la campaña busca generar un vínculo emocional entre los consumidores y la carne vacuna argentina, recordando las comidas preparadas por las madres. En esta nueva celebración del día de las madres se recordaron las recetas de las madres, incorporando un producto nuevo y diferenciado como la carne vacuna argentina. Se utilizó una receta tradicional China, fácil de realizar en los hogares.

Las herramientas de comunicación desarrolladas para esta Campaña fueron:

- Página H5 para desarrollo de mensajes de Campaña e interacción con usuarios
- Video Viral: Producción de Video (PGC) en el cual Madre e Hija comparten receta tradicional china con Carne Argentina
- 5 Videos de recetas con carne argentina, protagonizados por un formador de opinión gourmet reconocido (KOL) para su publicación en el H5.
- Contratación de formadores de opinión (KOLs) en la plataforma de marketing boca a boca (WOM) DIANPING para difusión de mensajes de la carne vacuna argentina
- Contratación de formadores de opinión (KOLs) en las plataformas de Wechat y Weibo
- Banners publicitarios en las aplicaciones: MA MA BANG / Meishi China / KDTV

3.1.1.4- Acciones en redes sociales:

Durante el año 2020, se mantuvo la comunicación en la cuenta de oficial del Argentine Beef en Wechat. A tal fin de suplicaron 4 artículos por mes, abordando temáticas vinculadas a las propiedades de la carne vacuna argentina, su sistema de producción, el proceso en las plantas frigoríficas, tips y recetas para cocinar carne vacuna argentina, entre otros temas.

A partir del avance de la pandemia por COVID-19, el IPCVA publicó diversos artículos, informes y videos vinculados a las medidas y protocolos aplicados en Argentina para garantizar a los consumidores la seguridad de la carne vacuna Argentina.

En los meses de julio y agosto de 2020 se publicaron 8 artículos en la cuenta de WeChat del Argentine Beef. Los primeros artículos estuvieron acompañados de cuatro videos producidos en la Argentina relativos al COVID-19 y los protocolos que se han implementado en la Argentina en el sector de la carne.

Los artículos publicados fueron los siguientes:

- “El consumo de carne vacuna no transmite enfermedades respiratorias como Covid -19”
- “La cadena de producción de la carne vacuna argentina cumple con requisitos sanitarios muy exigentes”

- “La cadena productiva de la argentina implementó nuevas medidas y protocolos sanitarios”
- “Evita manipular al mismo tiempo alimentos crudos con cocidos. No utilices los mismos utensilios para cortar y apoyar”
- “La Carne Argentina te invita a una cita gourmet online” (avance sobre el show en vivo del 8 de agosto)
- Artículo sobre “Informe Técnico COVID-19 y SARS-CoV-2 RSA – CONICET” www.rsa.conicet.gob.ar

(Primera parte)

- “Ver con tus propios ojos como hacer deliciosas recetas con Carne Argentina”(avance sobre el show en vivo del 22 de agosto)
- Artículo sobre “Informe Técnico COVID-19 y SARS-CoV-2 RSA – CONICET” www.rsa.conicet.gob.ar

(Segunda parte)

Asimismo, durante este período se desarrollaron 2 shows en vivo del Argentine Beef en redes sociales chinas.

Los shows realizados el 8 y 22 de agosto bajo el lema “Explore el sabor de Argentina, disfrute de la deliciosa Carne Argentina en forma segura” se transmitieron en la plataforma YiZhiBo, una de las aplicaciones de live streaming más populares en China.

En ambos shows, el anfitrión Mr. CAO Zhixin estuvo a cargo de la presentación y Jones Chan, chef de Le Cordon Bleu, cocinó platos típicos de la cocina china, siendo la carne argentina el ingrediente estrella. En cada show se contó con la presencia de una líder de opinión especializada en gastronomía.

A su vez, durante la transmisión de los shows en vivo, la carne vacuna argentina fue promocionada en las plataformas de E-Commerce de HUAWEI MOSSEL en el caso del primer show; y en el segundo, en JD.COM

En ambos shows, el anfitrión, la influencer y el chef resaltaron las ventajas de la carne argentina, compartieron mensajes sobre la calidad y seguridad de la misma, proyectaron los videos Covid 19 elaborados por el IPCVA y conversaron sobre los protocolos aplicados en la cadena de producción. Asimismo, en estos eventos se compartió un Código QR permitiendo el enlace a la plataforma de e-commerce e incentivando la compra de carne argentina.

Repitiendo esquema del bimestre anterior, durante septiembre y octubre también se publicaron 8 artículos en WeChat y se realizaron 2 shows en vivo con transmisión en la plataforma Yizhibo y promoción en las plataformas de E-commerce Huawei Mossel y Bears Ranch, con pico de seguidores de 186.000 y 175.000 respectivamente.

Los artículos publicados en la cuenta de WeChat del IPCVA fueron los siguientes:

- “Come de forma segura y saludable, clase de cocina en vivo de Carne Argentina” (revisión del show en vivo)
- “Diferentes combinaciones de recetas de Carne Argentina” (3 recetas)
- “El show de la clase de cocina en vivo está volviendo, en ocasión del Festival de mediados de Otoño, te enseñan cómo hacer un plato con carne más delicioso” (avance del show en vivo 27 de septiembre)
- “Revisión del programa en vivo: buena opción para una cena de reunión, ofreciendo salud y seguridad”, compartiendo conocimientos acerca de la Carne Argentina y relacionándolos con recetas.
- “Delicioso plato de carne para el Rocío Blanco”, introduce los beneficios de la Carne Argentina en la salud durante otoño e invierno.
- “Día Mundial de la Alimentación”, ocasión para compartir recetas con Carne Vacuna Argentina
- “No juegues a truco o trato en Haloween, te invito a ver el Show en Vivo de la Carne Argentina”

(Avance del show en vivo del 24 de octubre)

- “Revisión del programa en vivo, Fiesta de Haloween, Banquete de Carne Argentina e invitación a visitar el stand del IPCVA en CIIE 2020”

El primer show en vivo del mencionado bimestre tuvo lugar el 27 de septiembre.

En esa oportunidad participaron como invitados el chef profesional de Le Cordon Bleu Jones Chang y la influencer gastronómica Deng Tian y CAO Zhixin quien estuvo a cargo de la presentación del Live Show

Esa presentación se realizó en el marco del LIVE SHOW & ECOMMERCE que el Argentine Beef llevó a cabo en la plataforma YiZhiBo.

Con motivo de la celebración del Festival de Medio Otoño, una tradicional fiesta que reúne todos los años a las familias en China, el Chef Jones desarrolló distintos platos tradicionales de la cocina China, incorporando carne vacuna argentina.

Además de compartir sus secretos de cocina, el chef Jones y el influencer Deng Tian, compartieron información sobre la carne vacuna argentina, sus propiedades gastronómicas y sus beneficios para una dieta equilibrada, respondiendo así a las consultas on line hechas por los seguidores del Show en Vivo, que en esta oportunidad superaron los 180.000 seguidores en vivo y alcanzaron más de 1 millón de interacciones durante el show y con posterioridad a la emisión del 27 de septiembre.

Se presentaron también los protocolos y normas que se aplican en Argentina para la prevención del COVID tanto en la producción ganadera como así también en la industria frigorífica

En cooperación con la plataforma MOSSEL de HUAWEI, se promocionó también la carne argentina en la plataforma de E-commerce, uno de los canales más utilizado en China para las compras de los consumidores.

El 24 de octubre se desarrolló el segundo show en vivo, y en ese caso el presentador Cao Zhixin y el chef Jones Chang estuvieron acompañados por la influencer Tina 荣誉.

Durante el programa el Chef Jones elaboró 3 recetas con carne vacuna argentina, un plato al estilo chino, otro al estilo japonés y otro al estilo italiano.

Se utilizó la plataforma de E-Commerce Bears Ranch JD Online Shop para la promoción de la carne argentina y los anfitriones del show instruyeron a los espectadores sobre cómo acceder a la tienda on line para realizar sus compras.

También en el programa de octubre se continuó con la reproducción de los videos producidos por el IPCVA sobre los protocolos aplicados para la prevención de Covid 19.

Resumiendo las acciones de promoción realizadas durante el mes de noviembre en redes sociales chinas, se numeran los artículos publicados en la cuenta oficial de Wechat y se destaca el Show en Vivo realizado el día 26 de noviembre en la plataforma YiZhibo.

Los cuatro artículos publicados en la cuenta de WeChat del Argentine Beef fueron:

- “Fiesta de Haloween, banquete de la Carne Argentina”, revisión del show en vivo del 24 de octubre.
- “El Argentine Beef es la estrella en CIIIE 2020”, resumen de la presencia del IPCVA en la China International Import Exhibition.

- “Cuando el Día de Acción de Gracias se encuentra con la Carne Argentina, pruebe sus beneficios” avance de show en vivo del 26 de noviembre.
- “La primera receta nutritiva en invierno”, plato chino estacional de carne vacuna.

Como en los meses anteriores, y en el marco del LIVE SHOW & ECOMMERCE que el IPCVA estuvo llevando a cabo en la plataforma YiZhiBo, el 26 de noviembre tuvo lugar un nuevo show en vivo.

Con motivo del Día de Acción de Gracias, el Chef Jones Chang y la influencer gourmet 小田 brindaron consejos de cocina profesional y se prepararon recetas a base de carne vacuna argentina y mostraron que cocinar plato de comida casera puede ser una muestra de gratitud y agradecimiento para con las personas queridas.

Durante el show, también se entregaron mensajes sobre las bondades de la carne vacuna argentina y los aspectos nutricionales que este alimento confiere, y sobre los protocolos que se adoptaron en toda la cadena para brindar un alimento seguro.

En cada sección del espectáculo, se guiaron a los espectadores a escanear el código QR para visitar la plataforma de comercio electrónico "Chun He Qiu Mu" en JD y conocer las promociones sobre carne argentina.

Asimismo, durante el programa, se respondieron las preguntas planteadas por la audiencia.

Como en los shows anteriores, se utilizaron las plataformas WeChat y Weibo para promocionar el espectáculo en vivo.

En el mes de diciembre, y dando continuidad a la campaña de promoción de la carne vacuna llevada a cabo los meses anteriores, se publicaron cuatro artículos en Wechat y el 17 de diciembre se realizó el último Show en Vivo & E-Commerce del año.

Los artículos publicados fueron:

- “¿ Ha visto las recetas de Acción de Gracias?”, revisión del show del 26 de noviembre.
- “Una sabrosa comida imprescindible para Nochebuena, ¡tan deliciosa!”, avance del show en vivo
- “Tips para las compras de año nuevo, ¿cómo seleccionar la carne?”, las medidas de seguridad adoptadas convierten a la carne argentina en una opción sana y segura para las fiestas.
- “¡Feliz Navidad con el banquete de la Carne Argentina!”, reseña del show en vivo

El show online en vivo con clase de cocina que se celebró el 17 de diciembre se tituló “Carne Argentina, regalo de Navidad”. Con la integración de las culturas china y occidental, la influencia de la Navidad en China, especialmente entre las generaciones más jóvenes, ha aumentado gradualmente.

El anfitrión del show, XiaoZhi, estuvo acompañado por la líder de opinión del rubro Gourmet, Sunny y el chef Jones Chang quien preparó recetas para la celebración de Navidad.

Este show también se llevó a cabo en la plataforma YiZhibo, se promocionó la compra online de carne vacuna en la plataforma de E-Commerce Kate & Kimi, se brindaron consejos para cocinar la carne vacuna y se reprodujeron los videos Covid 19 producidos por el IPCVA.

El show superó los 170.000 seguidores.

Durante el período julio – diciembre, se dio continuidad a la temática COVID 19 en las acciones de promoción que el IPCVA realizó:

- Publicación de una serie de 6 artículos en la cuenta oficial de Wechat del Argentine Beef sobre COVID 19, elaborados en conjunto con investigadores de Conicet y Médicos infectólogos.

- Traducción al idioma inglés y chino y publicación de los informes del RSA- CONICET y SENASA sobre COVID-19 y SARS-CoV-2 en la cuenta oficial de WeChat y difusión en el Show en Vivo.

- Difusión de VIDEOS COVID´19 realizados por el IPCVA ,traducidos y subtitulados en idioma chino, publicados en la cuenta oficial de WeChat y emitidos en los 6 Shows en Vivos realizados en redes sociales chinas por el IPCVA

3.1.2 - Análisis del posicionamiento de la carne vacuna en redes sociales China

Con el objetivo de analizar el posicionamiento de la carne vacuna en general y de la carne vacuna argentina en particular en el mercado de China, durante el año 2020 se llevó a cabo un monitoreo y estudio de las principales redes sociales chinas, identificando los distintos mensajes generados tanto por los usuarios como por los profesionales sobre este producto.

A partir de este análisis realizado por la Consultora Asian Agribusiness Consulting, se obtuvo un mayor conocimiento respecto a la imagen que los consumidores tienen sobre la carne vacuna en general y especialmente sobre la carne vacuna argentina, sus preferencias e intereses, permitiendo de esta forma optimizar las acciones de comunicación y promoción de la carne vacuna argentina de acuerdo a los diferentes segmentos del mercado.

3.1.3- Seminario Embajada Alemania

El 16 de septiembre se llevó a cabo el seminario online "Tendencias del Consumo de la Carne Bovina en Alemania post COVID 19 y Oportunidades para la Carne Premium Argentina", organizado por el Consulado Argentino en Bonn junto a la Embajada Argentina y el IPCVA.

El Embajador de la República Argentina en la República Federal de Alemania Pedro Raúl Villagra Delgado inauguró el seminario y luego hicieron sus exposiciones.

- Tobias Fier, de la Asociación de la Industria Cárnica Alemana (VDF): "Fortalezas y oportunidades de la carne vacuna argentina en Alemania y posibles problemas para la imagen del producto"
- Juan José Grigera Naón, Consejero del IPCVA: "Caracterización de la producción ganadera en Argentina"
- Carlos Riusech, CEO de Frigorífico Gorina, representante del Sector Exportador Argentino: "Desafíos para el sector exportador post COVID-19""Tendencias del Consumo de la Carne Bovina en Alemania post COVID 19 y Oportunidades para la Carne Premium

3.1.4 - Consejo Público Privado para la Promoción de Exportaciones

El 22 de julio, el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto de la República Argentina lanzó el Consejo Público Privado para la Promoción de Exportaciones, un espacio institucional que tuvo como fin articular el diálogo entre el gobierno y las empresas para formular una política nacional exportadora.

La Secretaría de Relaciones Económicas Internacionales de Cancillería realizó una división de catorce sectores (economías regionales, pesca, cereales y oleaginosas, industria de la transformación, cárnico, bienes de capital, frutícola, industria química, minería y petróleo, industrias culturales, industrias alimenticias, nuevas tecnologías y servicios, sector automotriz, indumentaria) y el IPCVA fue invitado a integrar la Mesa de las Carnes.

En el mencionado marco se realizaron 6 reuniones, cada una con un objetivo específico:

Primera Reunión: Presentación de objetivos del Consejo, método y cronograma de trabajo.

Segunda Reunión: Caracterizar el comercio internacional (establecer composición y dinámica) perspectiva y situación de Argentina (posición y atributos para competir).

Tercera Reunión: Analizar situación actual de los bienes y servicios y variables de la competitividad, proponer medidas y estimar su impacto (para nutrir al consejo interministerial). Estimar la capacidad exportadora argentina a tres años

Cuarta Reunión: Establecer mercados objetivo, analizar dinámica y describir condiciones de acceso y fijar meta de exportaciones a 2023.

Quinta Reunión: Definir gestiones y proponer acciones de promoción para alcanzar las metas en los mercados objetivo.

Sexta Reunión: Definir agenda y acciones de promoción

Entre los aspectos más destacados se puede mencionar que se trabajó sobre las problemáticas que afectan a la competitividad de la cadena de ganados y carnes. De allí surgieron un grupo de propuestas generales de todos los complejos y luego se requirió enviar las propuestas concretas para ser elevadas a las autoridades nacionales. El Complejo Bovino, a través del IPCVA envió las siguientes 3 propuestas:

1. Reducción progresiva, hasta su eliminación, de los Derechos de Exportación para productos y subproductos vacunos.
2. Mercados externos - acuerdos comerciales: avance en las negociaciones bilaterales y multilaterales con Japón, Corea del Sur, Canadá, Brexit y Estados Unidos.
3. Creación de una CUENTA TRIBUTARIA ÚNICA (cuenta tributaria única que permita, por ejemplo, la compensación automática de impuestos, con reintegros, o saldos de IVA; a fin de brindar alivio financiero a los exportadores)

Asimismo se establecieron prioridades respecto aquellos mercados que se encuentran en proceso de apertura y/o posicionamiento de la carne vacuna argentina, a fin de definir acciones conjuntas entre los distintos sectores y el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto.

Los mercados definidos fueron:

- Japón: apertura de Patagonia Norte
- Corea del Sur: apertura del mercado
- Reino Unido: negociaciones de acuerdos comerciales a partir del 1 de enero de 2021 (Brexit)
- Ampliaciones de cuotas de Estados Unidos y Canadá

3.1.4 - Participación en Ferias Internacionales

3.1.4.1-Prodexpo Moscú y Gulfood Dubai: febrero 2020

Durante el año 2020, el IPCVA participó en las ferias Prodexpo de Moscú y Gulfood de Dubai. Como consecuencia de la aparición de los primeros casos de COVID'19, tanto la presencia de empresas expositoras como la participación de visitantes en la feria se vio seriamente afectada. No obstante ello, el Argentine Beef estuvo presente en estos eventos contando con el acompañamiento de las empresas argentinas, promocionando nuestro producto y generando nuevas oportunidades comerciales.

Asimismo, y en el marco de la feria Prodexpo, en Moscú, los Consejeros Martin Spada y Sebastián Bendayán mantuvieron distintas reuniones con el Embajador Argentino en Rusia y el Consejero Agrícola.

Como hecho destacable de la presencia en Dubai, cabe señalar las degustaciones de carne en el stand del Argentine Beef que generaron, como en cada ocasión, una interesante presencia de visitantes al stand para degustar carne argentina.

3.1.4.2- Feria CIIE, Shanghai China: noviembre 2020

La China International Import Expo tuvo lugar del 5 al 10 de noviembre en la ciudad de Shanghai. Por parte del IPCVA participaron el Consejero Sebastián Bendayán y el jefe de Promoción Externa Sergio Rey.

Se destaca que el público visitante fue, en su mayoría, de origen local. Asimismo, las empresas expositoras extranjeras estuvieron presentes a través de sus representantes locales.

Argentina fue uno de los pocos pabellones con presencia de funcionarios y empresarios que viajaron con motivo de la realización de la mencionada feria. Varios importadores de carne vacuna argentina mostraron gratitud y apreciaron la presencia de representantes argentinos en el stand.

Las empresas co expositoras Compañía Central Pampeana y Frigorífico Visom manifestaron haber obtenido contactos comerciales y declararon haber mejorado el precio de exportación respecto del negociado desde Argentina.

3.1.4.3 -Ferias SIAL CHINA, NATIONAL RESTAURANT ASSOCIATION, SIAL PARIS

Con motivo de la pandemia de COVID 19, las mencionadas ferias fueron canceladas o suspendidas por los organizadores.

3.1.5 - Acciones con Embajadas

3.1.5.1 - Embajada Argentina en Italia

A fines de septiembre y a principio de octubre, la Embajada Argentina en Italia, con motivo de promover la Marca País, los productos turísticos y enogastronómicos en el mercado italiano, realizó dos eventos de promoción:

- Final Copa de Polo Embajada Argentina: 20 de Septiembre
- Copa de Golf Embajada Argentina y Malbec Day: 3 de Octubre

El IPCVA realizó un aporte de 50 kilos de carne que se degustaron en los mencionados eventos de promoción.

3.1.5.2- Ucrania: degustaciones de carne argentina

EL 1 de septiembre de 2020, se firmó el Certificado Internacional homologado que ampara la exportación de la carne bovina de origen argentino a Ucrania suspendida durante años.

Con motivo de la apertura del mercado y por iniciativa de la Embajadora Elena Mikusinski, la Embajada Argentina en Ucrania con el apoyo del IPCVA organizó una serie de eventos donde de degustación y promoción la carne vacuna argentina.

Las actividades estuvieron enfocadas principalmente a importadores de carne, distribuidores, jefes de compras de alimentos y carne de los supermercados locales, representantes de prensa especializada. Se realizaron degustaciones a 10-15 personas por vez y por sectores, a raíz de las restricciones impuestas por COVID-19.

Actividades realizadas:

EL 5 de noviembre la Embajada Argentina en Ucrania organizó la primera degustación de carne y vinos argentinos en la sede de la prestigiosa tienda GOOD WINE.

La actividad fue organizada en coordinación con el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA) y Wines of Argentina (WofA), y con el aporte de carne realizado por el IPCVA.

Por parte del Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA) participaron, mediante videoconferencia, los Consejeros Jorge Grimberg y Daniel Urcía, el Sr. Carlos Riusech (h), representante del Frigorífico Gorina, el Sr. Santiago Escales, representante de Frigorífico Alberdi, y los señores Alan Lowenstein y Nicolás Lotrecchiano por el Frigorífico General Pico.

Por la parte ucraniana participaron el Viceministro de Desarrollo Económico, Comercio y Agricultura de Ucrania y Presidente de la Comisión Mixta Argentina Ucrania, Lic. Dmytro Romanovych y representantes de restaurantes y hoteles y también prensa especializada.

El 12 de noviembre de 2020 se realizó una nueva degustación de carne argentina en el elegante y recientemente inaugurado restaurante "Chalet Equides". Al evento asistieron importadores de carne, propietarios y chefs de los principales restaurantes de Kyiv, representantes de la Cámara de Comercio e Industria de Ucrania, el Club de Mujeres Empresarias de Ucrania y la Dirección General de Prestación de Servicios a las Misiones Diplomáticas de Ucrania.

El 19 de noviembre tuvo lugar la primera degustación de cortes de carne argentina y vinos argentinos en "Gastro Market", ubicado en el mercado "Stolichniy" de la ciudad de Kyiv.

La degustación fue organizada por la Embajada Argentina en Ucrania, en coordinación con el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA) y Wines of Argentina (WofA), y las autoridades del mercado Stolichniy: Rustem Abdukadirov, Dmitri Dolgushevskiy, Alexander Stelmaj y Ekaterina Mikhno.

Por la parte ucraniana participaron importadores y distribuidores de carnes, expertos, chefs de restaurantes de la ciudad de Kyiv tales como Veranda, Alaska y Fiji, así como representantes del sector HoReCa y de la prensa especializada.

Se degustaron cortes de carne Premium Bife Angosto, Bife Ancho y Lomo, acompañados por los vinos argentinos Cabernet Sauvignon "Andeluna Altitud" (2015), distribuidos en Ucrania por "Wine Time", y presentados por el sommelier Denis Bey.

El 26 de noviembre de 2020 la Embajada Argentina en Ucrania organizó una ronda de negocios virtual dedicada a la carne bovina en colaboración con el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA), con negociaciones B2B con frigoríficos argentinos.

En dicha actividad, por invitación del IPCVA, participaron los siguientes frigoríficos argentinos: Carnes Pampeanas, Friar, Frigolar, Frigorífico General Pico, Frimsa, Frigorífico Gorina, Madeka y Offal Exp.

Por la parte ucraniana participó el Sr. Rulav Oddr, propietario un grupo empresario con representación internacional en el que se encuentra la plataforma online del sector agropecuario "A-HUB". A través de las empresas del grupo se comercializaron 78.000 toneladas de carne vacuna en 2019, importando principalmente desde Estados Unidos.

Con fecha 29 de diciembre tuvo lugar la primera degustación de carne y vinos argentinos en la ciudad de Lviv, oeste de Ucrania, en el restaurante del prestigioso hotel "Kavalier Boutique", el cual se encuentra ubicado en el centro histórico de mencionada ciudad y cuenta con una parrilla argentina dentro de sus instalaciones.

La actividad fue organizada por la Embajada de la República Argentina en Ucrania a cargo de la Embajadora Elena Mikusinski, en coordinación con el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA) y Wines of Argentina (WofA), el importador ucraniano de carne argentina "Triada Corporation" y el hotel "Kavalier Boutique" de la ciudad de Lviv.

Se degustaron cortes de carne argentina como lomo, tapa de cuadril y bife ancho, preparados por el chef ucraniano Svyatoslav Turchyn, acompañados por vinos argentinos Malbec Andeluna Altitud 2018.

La Embajadora Elena Mikusinski destacó que la apertura del mercado ucraniano para la carne bovina argentina ha generado importantes oportunidades de negocios en dicho sector, indicando que, se inaugurará en dos cadenas de supermercados el espacio de carne argentina.

3.1.5 - Registros de Marcas

3.1.5.1- China

Durante el año 2020 se continuó con el registro de marcas en China. Dado que China no autoriza el registro de nombre de países, como Argentina (Argentine), ni genéricos como carne (Beef), fue rechazado por el organismo chino el registro de las marcas Carne Argentina y Argentine Beef.

Por tal motivo se ha procedido al pedido de registro de derivaciones de ambos logos, como así también del IPCVA y se han apelado los rechazos aportando documentación que respalda la titularidad de las marcas y antecedentes de promoción en China del IPCVA. También se ha iniciado el registro los caracteres 碧芙 bi fu que es muy similar al sonido de "beef", aplicado a los distintos logos del IPCVA.

3.1.5.2 - Estados Unidos

En Estados Unidos se realizó el proceso de búsqueda de las Marcas IPCVA, Carne Argentina y Argentine Beef y como ello arrojó un resultado favorable, se inició el registro de las marcas mencionadas. Estados Unidos no permite el registro de palabras genéricas, las mismas deben estar intervenidas con un diseño, por lo tanto se ha iniciado el registro de los logos habitualmente usados por el IPCVA.

IV - Potenciar Espacios de Articulación con Políticas Públicas.

4.1 -Interacción con Universidades.

Apoyo institucional al Postgrado “Especialización en Logística y calidad de alimentos” y “Especialización en Logística y comercio internacional” UNTREF. Universidad Nacional de Tres de Febrero.

4.2 - Interacción con Asociaciones profesionales.

Interacción del IPCVA como socio institucional

- Socio Empresarial de la Asociación Argentina de Tecnólogos Alimentarios.
- Socio Benefactor de la Asociación Argentina de Producción Animal.
- Socio Benefactor de la Asociación Argentina de Economía Agraria.
- Socio Protector de la Sociedad de Medicina Veterinaria

Entrega del Premio IPCVA en la Asociación Argentina de Economía Agraria 2020

En el marco de la 51ª Reunión Anual de Economía Agraria (AAEA), el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna (IPCVA) entregó el “Premio al mejor trabajo para mejorar la competitividad de la cadena cárnica”. El trabajo ganador se tituló “Evaluación de alternativas de manejo ganadero frente a escenarios de sequía severa en sistemas de alta tecnología de la empresa agropecuaria de Bahía Blanca”.

El objetivo de este trabajo fue realizar un estudio comparativo modelando los índices físico-productivos y económicos de un sistema de cría bovina de alta tecnología probado en la región. El mismo fue evaluado frente a cuatro decisiones de manejo ganadero en un año de extrema sequía.

4.3 - Generación de conocimiento científico tecnológico como insumo para el diseño de políticas públicas.

4.3.1- Acciones conjuntas IPCVA-SENASA

Firma de la Renovación de la Carta Acuerdo SENASA-IPCVA para dar continuidad a la apoyatura del IPCVA para el desarrollo de la tarea de generación de indicadores y la información necesaria para el monitoreo sanitario-productivo de la ganadería argentina así como a la difusión de la misma. El IPCVA contribuyó además a la definición de objetivos y a la realización de actividades entre el SENASA y organismos internacionales de interés

para la cadena de ganados y carne vacuna.

Asimismo, el IPCVA aprobó en 2020 la colaboración con el SENASA para la compra de 770.000 dosis de la vacuna para aftosa a aplicarse en la campaña de vacunación antiaftosa para reforzar el control sanitario en el norte del país.

4.3.2 -Continuidad del Proyecto “Microcápsulas para liberación sincronizada de hormonas en el control del celo y ovulación de animales de producción. Desarrollo de materiales y tecnologías de microencapsulación”.

Grupo de Investigación: Universidad del Litoral y Conicet.

El objetivo del proyecto de investigación es aumentar la eficiencia de la producción ganadera mediante el control del celo y ovulación de animales de producción permitiendo el uso masivo de técnicas de inseminación artificial a bajo costo mediante el desarrollo de la tecnología para fabricar microcápsulas para la liberación sincronizada de hormonas en animales de producción.

Durante el año 2020 se dio continuidad a las actividades contempladas en el marco de la carta oferta de licencia de la tecnología firmada oportunamente entre el CONICET, la Universidad Nacional del Litoral, el Dr. Ignacio Rintoul, el IPCVA, en conjunto licenciantes y la Asociación de Cooperativas Argentinas Coop. Ltda.

4.3.3 -Finalización del Proyecto “Vaca Viva”

El trabajo impulsado por UNICA definió una matriz competitiva de la cadena de ganados y carnes determinando las variables de inversión más adecuadas para incrementar la producción vacuna. El proyecto se desarrolló por profesionales del Programa de Bioeconomía de la FAUBA y por profesionales de UNICA.

4.3.4 -Proyecto “Sustentabilidad Ambiental para la Cadena de Ganados y Carne Vacuna de Argentina”

El IPCVA ha acudido a la Red de Seguridad Alimentaria del Conicet para buscar asesoría científica en el tema de sustentabilidad de la cadena de ganados y carne vacuna. Se llevó adelante durante el mes de setiembre 2020 una convocatoria abierta desde la plataforma web de CONICET. Se inscribieron 88 candidatos de los cuales fueron seleccionados 42.

Se espera que el trabajo de la red de por resultado un documento que detalle el estado de situación sobre el tema, recopilando, sistematizando y analizando toda la información

disponible sobre la sustentabilidad del sector cárnico.

Como resultado de esta investigación se espera elaborar un documento con recomendaciones de un grupo de cuarenta expertos en la temática pertenecientes al sistema científico tecnológico para contribuir en el desarrollo de políticas público-privadas que permitan fortalecer la competitividad de la cadena de ganados y carne argentina.

4.3.5 - Puesta en marcha del proyecto “Análisis del Plan Nacional de Residuos e Higiene en Alimentos (CREHA)”.

El objetivo del mismo es Identificar los analitos y matrices alimentarias con mayor riesgo de exposición por parte de los consumidores. A partir de las bases de datos generadas por el SENASA a lo largo de los años en que se ejecuta el Plan CREHA, el proyecto busca analizar desde el punto de vista estadístico la presencia de todos los residuos y contaminantes evaluados. Con base en lo anterior, se evaluará la presión y difusión del muestreo realizado para los diferentes analitos y matrices alimentarias consideradas.

Se está realizando un análisis de la evolución témporo-espacial de la presencia de analitos en las matrices objeto del Plan CREHA. Los planes de muestreo deben considerar tanto la probabilidad de que los residuos y contaminantes sean hallados en las diferentes matrices alimentarias, como la de que existan áreas o regiones con mayor posibilidad de identificarlos.

Con base en los resultados obtenidos en las dos etapas iniciales, se realizará una priorización de los peligros a partir del riesgo de exposición por parte de los consumidores o de su impacto en el comercio internacional de materias primas y alimentos. Se resumirá la información correspondiente a la presencia de los diferentes residuos y contaminantes y sus niveles, la severidad derivada de la exposición aguda o crónica, la difusión de su presencia en todo el Territorio Nacional, la importancia de los alimentos para el consumidor argentino o su relevancia en el comercio internacional, y se establecerá un ranking de peligros.

Luego del análisis de la información generada en las actividades anteriores, se brindará la información al área de competencia del SENASA para que la misma considere la necesidad de realizar evaluaciones cuantitativas de riesgo del impacto de la exposición a residuos y contaminantes sobre la salud pública y sobre el comercio internacional de dichos productos.