

Tabla de contenido

PROMOCIÓN EXTERNA.....	4
-Campaña de promoción en China.....	4
-Campaña UE	4
-Campaña de promoción en Estados Unidos	4
-Consejo público privado para la promoción de exportaciones	4
-Apertura del Mercado de México para carne vacuna.	4
-Reunión en IPCVA con integrantes del servicio sanitario Israelí y funcionarios del SENASA.....	5
-Ferias internacionales	5
-Gulfood Dubai	5
-SIAL America	5
-NRA	5
-SIAL París 2022	6
-Eventos en Paris: Embajada Argentina en Francia – IPCVA (Evento Exportadores e Importadores).....	6
-IMS Economic Workshop	6
-Feria CIIE	6
-Aportes a Embajadas	6
-Auspicio Eventos de polo.....	7
-US Open Polo – Palm Beach	7
-Campeonato de polo de Saint Tropez.....	7
-Agenda Acceso a Mercados.....	7
COMUNICACIÓN Y PRENSA.....	7
Punto de Encuentro para jóvenes.....	9
Comunicación institucional.....	9
Exposiciones sectoriales	10
Caminos y sabores.....	10
Abierto de Polo	10
Publicaciones y ciclos en video.....	10
Nueva página Carne Argentina.....	11
Sial París.....	11
Interacción con entidades de periodistas	11
Ley de productos cárnicos	11

PROMOCIÓN INTERNA, INVESTIGACIÓN y CAPACITACIÓN.....	12
-Promover Mejoras en la Competitividad de toda la Cadena Cárnica	12
-Continuidad del Programa de Capacitación Virtual del IPCVA	12
-Puesta en marcha de la IX Compulsa de Proyectos del IPCVA	12
Proyecto 1	13
Proyecto 2	13
Proyecto 3	13
Proyecto 4	13
Proyecto 5	13
Proyecto 6	14
Proyecto 7	14
Proyecto 8	14
Proyecto 9	14
Proyecto 10	15
Proyecto 11	15
Proyecto 12	15
Proyecto 13	16
Proyecto “Desarrollo de la declaración ambiental de producto de la carne bovina argentina “	16
-Auspicios a eventos científicos y académicos relacionados con el sector cárnico: .	16
1 Simposio Argentino de Escherichia Coli.....	16
15° Jornada de Actualización de Genética Bovina desarrollada el 21 de julio en el marco de la Exposición Ganadera de Palermo.	16
53 ° Reunión Anual de Economía Agraria. Organizada por la Asociación Argentina de Economía Agraria.	17
45 ° Congreso Argentino de Producción Animal Asociación Argentina de Producción Animal. Organizado por la Asociación Argentina de Producción Animal.	17
7°Jornada Ganadera “Nuevos horizontes para la cadena de carne bovina” organizada por la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Nacional de Córdoba.....	17
X Jornadas Inter-académicas Argentina –Uruguay realizadas el 8 de noviembre y organizadas por las Academias de Agronomía y Veterinaria; Medicina, Farmacia y Bioquímica de Argentina y las de Veterinaria, Medicina y Ciencias de Uruguay.....	17
Congreso Internacional de Maíz, desarrollado en Córdoba	17

-Capacitación destinada a la industria frigorífica:.....	17
-Interacción con la red de seguridad alimentaria del Conicet:	17
-Colaboración con la Asociación Argentina de Criadores de Limousin	17
-Interacción con Asociaciones Profesionales:	17
-Interacción con la Cámara Argentina de Feedlot.....	17
-Interacción con AACREA.....	18
-Interacción con AAPRESID	18
-Interacción con la Fundación Agropecuaria para el Desarrollo de Argentina -FADA-	18
-Interacción con ROSGAN.....	18
-Interacción con UNICA.....	18
__-Interacción con el Instituto Nacional de Tecnología Industrial- INTI.....	18
-Interacción con la Sociedad Argentina de Investigadores de Marketing y Opinión (SAIMO) y la Cámara de Empresas de Investigación de Mercado (CEIM).	18
-Elevación a la Cámara de Diputados del proyecto de ley para garantizar la autenticidad de los productos cárnicos argentinos	19
-Continuidad de la realización de estudios de mercado:	19
-Desarrollo de contenidos educativos para docentes y alumnos:	20
-Desarrollo de un videojuego educativo sobre la cadena de ganados y carne vacuna:	20
-Concurso “Pasión por la Carne Argentina”	21

PROMOCIÓN EXTERNA

-Campaña de promoción en China

Continuando las acciones de promoción de la carne vacuna argentina en China, el IPCVA llevó a cabo una campaña de comunicación durante el año 2022 en este mercado. Esta campaña estuvo integrada por acciones de comunicación on line (posteos y publicidades en redes sociales, acciones con formadores de opinión, campañas de ecommerce) y por acciones off line (publicidad en vía pública y ascensores, degustaciones en restaurantes, entre otras). A la cuenta oficial de Wechat se sumaron las cuentas en las redes sociales Weibo y Red

-Campaña UE

En Agosto 2022 se inició una Campaña de Promoción en Europa, como parte integrante del Auspicio del Torneo de Polo en Saint Tropez, Francia, asociando carne argentina y polo y la presencia de la Carne Vacuna Argentina en la Feria SIAL de Paris. La campaña, principalmente on line, tuvo acceso a los principales mercados de Europa para la carne vacuna argentina como Alemania, Países Bajos, Francia, Italia y España entre otros a través de la cuenta de Instagram del Argentine Beef, Facebook y la landing Page Argentinebeef.

-Campaña de promoción en Estados Unidos

En 2022, el IPCVA inició una campaña de promoción en los Estados Unidos. Esta campaña 100 % digital tiene como objetivo la promoción de los cortes de la carne vacuna argentina en los segmentos de alto valor, tanto para el consumo en el hogar como así también en el sector HORECA. De este modo se diseñó una campaña al consumidor (B2C) y una campaña al sector profesional (B2). Se crearon cuentas específicas para la campaña en Instagram, Facebook y LinkedIn, y se creó una página web. ArgentinebeefUSA.

-Consejo público privado para la promoción de exportaciones

El IPCVA continuó con su participación en el Consejo Público Privado dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. En el marco del Consejo Público Privado el IPCVA mantuvo reuniones y rondas de negocios en EEUU y Europa.

-Apertura del Mercado de México para carne vacuna.

Se llevó a cabo en el IPCVA una reunión por la apertura del mercado de México para la carne argentina de la cual participaron la Embajadora de México en Argentina, Lilia Rossbach, la Encargada de los Asuntos Económicos, Galia Sandoval, el Dr. Jorge Paredes Pérez del Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (Senasica) del Gobierno de México, el Embajador de la Argentina en México Carlos Alfonso Tomada, la Ministra

Romina Bocache, Miguel Donatelli, Coordinador Relaciones Internacionales de SENASA y Fernando Urbani, Relaciones Agroindustriales Internacionales Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

El Presidente del IPCVA Juan José Grigera Naón y el Vicepresidente Mario Ravettino, manifestaron el total apoyo y compromiso del IPCVA para acompañar el proceso de apertura del mercado de México, el cual presenta claras oportunidades para posicionar los cortes de alto valor de la carne argentina.

-Reunión en IPCVA con integrantes del servicio sanitario Israelí y funcionarios del SENASA

Se llevó a cabo en el IPCVA una cena con funcionarios del SENASA y los funcionarios del servicio sanitario de Israel Marcelo Miculitzki y Mohamad Masabha.

-Ferias internacionales

-Gulfood Dubai

En febrero 2022, IPCVA participó de la feria Gulfood de Dubai, Emiratos Árabes Unidos. A tal fin se contrató un módulo de 72 metros cuadrados en el Hall Alimentos del Mundo, con un sector de degustación. La feria mostró un importante número de visitantes, con una destacada presencia de importadores de distintos países, como Arabia Saudita, Kuwait, Libia, Bahrein y Argelia, todos interesados en iniciar contacto con potenciales proveedores de carne halal.

-SIAL America

En el marco de las acciones de promoción previstas para el año 2022 en el mercado de Estados Unidos, el IPCVA participó en la primera edición de la feria SIAL América que se llevó a cabo entre el 21 y el 24 de marzo en la ciudad de Las Vegas. Las empresas que acompañaron al IPCVA en la primera feria Sial en Estados Unidos fueron las siguientes: FRIAR; Santa Giulia; Minerva Foods (Swift); Asociación Argentina de Angus; Frigolar; Ecocarnes; APEA, Frigorífico Rioplatense; Grupo Lequio; S.A. Import y Export de la Patagonia (La Anónima); Frigorífico Forbes-Beltrán; Black Bamboo Enterprises; Industrias Frigoríficas Sur; Logros y Arre Beef.

-NRA

El Argentine Beef consolidó su presencia en el mercado de Estados Unidos con la segunda participación en la National Restaurant Association Show de Chicago, una feria especializada en el sector HORECA (hoteles, restaurantes y

catering). Para la participación en la NRA, el IPCVA desarrolló un stand institucional, con un sector de degustación y mesas de trabajo para las empresas que acompañaron al Instituto: Frigorífico General Pico y Urien-Loza.

-SIAL París 2022

Para la participación en este evento de relevancia internacional, el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA) desarrolló un gran “Pabellón Argentine Beef” en el Hall 6 de la muestra, sobre una superficie de 1.000 metros cuadrados con espacios individuales para las empresas y un restaurante donde se realizaron degustaciones de carne argentina. La Sial París 2022 fue la primera gran muestra internacional sin restricciones sanitarias y esa situación motivó la participación de 33 empresas co expositoras y una gran asistencia de visitantes.

-Eventos en Paris: Embajada Argentina en Francia – IPCVA (Evento Exportadores e Importadores).

El 17 de octubre, el IPCVA realizó un evento para empresarios argentinos e importadores en la sede de la Embajada Argentina en París.

-IMS Economic Workshop

En paralelo a la feria de alimentación, el IPCVA también participó en el IMS Economic Workshop que se llevó a cabo en la capital de Francia en donde Agustina Scarano, del departamento de promoción externa del Instituto, presentó la ponencia "Argentine Beef Outlook 2022-2023"

-Feria CIIE

En Shanghai, se realizó una nueva edición de la China International Import Expo y el IPCVA participó del evento con un stand institucional de 54 m2.

-Aportes a Embajadas

Se realizaron aportes de carne vacuna argentina para la realización de distintos eventos de promoción organizados por las siguientes sedes diplomáticas de Argentina en el exterior:

- *Embajada en Alemania*
- *Embajada en Arabia Saudita*
- *Embajada en Argelia*
- *Embajada en Bélgica*
- *Embajada en China*
- *Embajada en Cuba*
- *Embajada en España*

- *Embajada en Estados Unidos*
- *Embajada en Francia*
- *Embajada en Países Bajos*
- *Embajada en Reino Unido*
- *Embajada en Rumania*
- *Embajada en Rusia*
- *Embajada en Singapur*
- *Embajada en Suiza*
- *Embajada en Vietnam*

-Auspicio Eventos de polo

-US Open Polo – Palm Beach

El Argentine Beef fue sponsor oficial del **US Open Polo Championship**, el torneo más importante de Estados Unidos que se desarrolló entre el 29 de marzo y el 24 de abril en el International Polo Club de Palm Beach, Florida.

-Campeonato de polo de Saint Tropez

Entre el 4 y el 14 de agosto se llevó a cabo la copa “Cote d Azur Argentine Beef” en el Saint Tropez Polo Club. El evento fue organizado por el IPCVA, la Embajada de la República Argentina en Francia y el Polo Club Saint-Tropez. Después de la final del torneo, se realizó la “Noche Argentina” con la participación estelar del chef Mauro Colagreco, galardonado con 3 estrellas Michelin por el restaurante Mirazur, con el objetivo de promocionar los cortes de calidad de la carne argentina y abrir canales de comunicación con los consumidores directos del producto

-Agenda Acceso a Mercados

Respecto a la agenda de acceso a mercados, se mantuvo una reunión con el SENASA para realizar una actualización de dicha agenda. Se trabajó sobre la realización de una visita de Malasia y de México. Siguen en negociación el protocolo para menudencias con China, la apertura de la zona libre con vacunación para el acceso a Japón y la negociación de Corea del Sur.

COMUNICACIÓN Y PRENSA

Al igual que en los últimos años, desde el área se puso en marcha un plan de “Comunicación 360°” que incluyó, entre otros, los siguientes aspectos:

-Plan integral de trabajo en redes sociales (tanto institucionales como de producto), teniendo como target principal en el caso de las redes carne argentina a millennials, centennials y madres jóvenes. Se profesionalizaron los contenidos, adaptándolos a cada una de ellas. De esa forma, se incrementó considerablemente la cantidad de seguidores en Facebook, Twitter, TikTok, Youtube y muy especialmente Instagram (que superó los 70.000 seguidores), y se crearon los perfiles de TikTok y Youtube.

-Se realizaron convenios mensuales con influencers digitales (entre 10 y 20 influencers por mes), obteniendo muy buena repercusión, especialmente los vinculados a la gastronomía, a la nutrición y la buena vida.

-En la misma línea, se renovó el acuerdo con el programa Morfi, de Telefé (uno de los más vistos en TV abierta, según IBOPE) para la realización de dos bloques mensuales de “La carnicería de Santiago”, en los que el reconocido chef Santiago Giorgini presentó distintos cortes y recetas, muchas veces acompañado por celebridades. En la misma línea, se realizó un acuerdo con el programa Cocineros Argentinos, de la TV Pública, una señal de gran llegada al interior del país.

-Se realizaron “Home Events” (publicidad exclusiva por 24 horas) en los principales medios del país, con mensajes adaptados a los distintos momentos del año. Se denomina “Home Events” a un formato publicitario digital es el de más alto impacto y el que mejor alcance logra. A lo largo del período se realizaron cinco golpes de Home Events en los medios Infobae, Clarín, La Nación y Perfil. Adicionalmente, en julio y en diciembre de 2022 se llevaron a cabo Home Events en diez de los principales medios del interior del país, seleccionados por su tráfico. Esta acción publicitaria a lo largo del año impactó en más de 40 millones de personas. Además, en cada salida de los Home Event creció exponencialmente el tráfico hacia la página www.carneargentina.org.ar

-Seguimiento de acciones: se contrató a la empresa “Reputación Digital”, dedicada al análisis de big data, para evaluar el impacto de las acciones publicitarias del IPCVA y así poder adecuar los contenidos y los presupuestos en tiempo real. Esto permitió medir el impacto de los Home Events y el de los influencers digitales.

-Carne y salud: se continuó con la línea de comunicación sobre “carne y salud” conjuntamente con el Dr. Jorge Tartaglione, ex Presidente de la Fundación Cardiológica Argentina, y con el reconocido médico Alberto Cormillot. Ambos médicos, además de realizar columnas en sus medios y programas (como Radio Mitre, Radio con vos e Infobae) generaron materiales para las páginas del IPCVA, las redes sociales e informaciones de prensa.

-Publicidad No tradicional (PNT's): se continuó realizando una campaña mensual de PNT's en los principales medios radiales y televisivos, garantizando la masividad del mensaje (multitarget) a costos muy inferiores a los de la publicidad tradicional. El mensaje se adaptó a los distintos momentos del año.

-Se continuó generando contenido específico para la difusión del producto carne argentina, por ejemplo con nuevos videos de recetas que fueron ampliados en otras plataformas digitales, más allá de las del IPCVA.

-Convenio con Editorial Atlántida. Se renovó el convenio con las principales revistas de Editorial Atlántida (Gente, Paparazzi, Para Ti) con el objetivo de difundir informaciones sobre las propiedades el consumo de carne vacuna. Todas las publicaciones registraron muy buenas métricas.

-Se renovó el convenio de trabajo con Locos x el Asado, la comunidad gastronómica digital más importante de habla hispana. Desde 2015, el IPCVA sponsorea un capítulo mensual, con sus correspondientes posteos en Facebook, Instagram y TikTok.

-Se realizaron nuevos materiales multimedia y diseños, ya sea institucionales o de producto, adaptándolos a los distintos momentos del año.

-Con motivo del mundial de fútbol Qatar 2022, se desarrolló una exitosa campaña de comunicación digital bajo el slogan “Carne Argentina, sponsor de la pasión nacional” con contratación influencers específicos, como periodistas que cubrían el evento y celebridades del fútbol argentino, como el ex arquero de la selección, Sergio Goycochea. La campaña tuvo muy amplia repercusión en redes sociales, impactando en más de medio millón de usuarios.

- Punto de Encuentro para jóvenes

En 2022, desde el área de comunicación se propuso un nuevo formato de evento de capacitación del IPCVA, denominado “Punto de Encuentro para jóvenes de la cadena de ganados y carnes”. Se trata de eventos totalmente distintos y disruptivos en comparación a las jornadas a campo o seminarios, específicamente pensados para chicos de entre 16 y 30 años vinculados de forma directa o indirecta a la producción de carne (estudiantes de escuelas agrotécnicas, estudiantes universitarios, ateneístas, jóvenes cooperativistas, etc.). Estos encuentros requirieron acciones diferenciadas de comunicación y el desarrollo de una nueva identidad visual y estética que acompañaran la presentación de contenidos seleccionados por los propios jóvenes de cada región. Durante el 2022 se realizaron Puntos de Encuentro en Posadas (Misiones), Río Cuarto (Córdoba), Pilar (Santa Fe) y Rauch (Provincia de Buenos Aires) en los que participaron más de tres mil jóvenes. Además, en noviembre se llevó a cabo un gran cierre de ciclo con un Punto de Encuentro Nacional, en el predio de la Universidad Nacional de Córdoba, en el que participaron casi mil jóvenes.

- Comunicación institucional

-Se renovaron los convenios de publicidad y difusión en grandes medios del sector, como Grupo Chacra, Canal Rural e Infocampo.

-Campaña institucional. Se continuó pautando en los principales medios y programas agropecuarios del país.

-Campañas regionales. Se realizaron campañas regionales con el objetivo de difundir las diferentes jornadas a campo y seminarios del IPCVA.

-Campañas digitales. Se pusieron en marcha campañas digitales específicas para difundir los “Punto de Encuentro” para jóvenes de la cadena de ganados y carnes.

-Exposiciones sectoriales

Durante el 2022 se participó en las exposiciones sectoriales más importantes, como Expoagro y Agroactiva. También, después de la pandemia, el Instituto volvió a tener una destacada presencia en la Exposición Rural de Palermo. Fue así como por primera vez se desarrollaron dos stands diferenciados en la muestra: el institucional, del IPCVA, y “La boutique de la carne argentina”, un espacio en el que se presentaron a los visitantes distintos cortes y sus formas de preparación. Los stands del Instituto, ubicados en el Pabellón Verde de La Rural, tuvieron una gran repercusión entre el público que visitó la muestra. Por otra parte, a través de las entidades agropecuarias se tuvo participación en más de 30 exposiciones rurales de todo el país. En noviembre de 2022, el IPCVA también participó en ArgenCarne Patagonia que se llevó a cabo en Viedma (Río Negro).

- Caminos y sabores

Como en ediciones anteriores, el IPCVA auspició el concurso de recetas “Pasión por la Carne Vacuna” que se realizó en el marco de la exposición “Caminos y Sabores” (Predio de La Rural, julio de 2022). La propuesta consistió en crear una receta innovadora con los cortes matambre, bola de lomo o paleta. Un jurado coordinado por el chef Guillermo Vanucci evaluó las recetas presentadas y la ganadora fue “Tikka Masala”, presentada por el santafesino Juan Lanzillotta, que pudo cocinar con Madame Papín su plato durante la muestra.

- Abierto de Polo

En diciembre de 2022 se auspició por cuarta vez el Abierto de Polo de Palermo con gran repercusión mediática dentro y fuera del país, teniendo en cuenta de que se trata de un evento deportivo que se televisa hacia todo el mundo. También se renovó el acuerdo de cooperación con la Asociación Argentina de Polo.

- Publicaciones y ciclos en video

-Se editaron doce números de la revista “Ganadería y Compromiso” conjuntamente con el grupo Chacra.

-Se realizaron mensualmente, en promedio, 20 micros en video para su emisión rotativa en Canal Rural. También se realizaron videos informativos específicos para su difusión en medios del interior del país.

-Se dio continuidad al ciclo en video “Conversaciones con expertos para ganar en ganadería”, con tres capítulos mensuales.

-Se editaron nuevos capítulos del ciclo digital, “Nuevas voces, nuevas visiones”, que refleja las opiniones de los jóvenes de la cadena de ganados y carnes.

-Se desarrollaron nuevos materiales gráficos.

-Se realizaron nuevos calendarios de escritorio, de pared y marítimos, para su envío a entidades, exportadores y carnicerías.

- Nueva página Carne Argentina

En 2022 se puso en marcha la nueva página www.carneargentina.org.ar con un diseño renovado y moderno que se adapta automáticamente a todos los formatos de navegación. La página presenta un profuso recetario, dividido por tipo de recetas, noticias, secciones específicas como “Carne y Salud” o “Carne Sustentable”, encuestas y herramientas como el nomenclador argentino de cortes.

- Sial París

Más allá del envío sistemático de informaciones que se realiza durante todo el año y que tienen muy buena repercusión en casi todos los medios de comunicación, con motivo de la Sial París 2022 se organizó un operativo de prensa y comunicación especial, con generación de contenidos multimedia que obtuvo una enorme repercusión en medios nacionales, provinciales, locales y redes sociales (con correlato en importantes medios de comunicación de Europa), alcanzando las principales audiencias del país.

- Interacción con entidades de periodistas

Desde el área se mantuvo una interacción constante con las entidades que nuclean a los periodistas agropecuarios del país, como ABoPA, La Porteña, CAPA, el CIPAG o los círculos de periodistas del Norte del país y Entre Ríos. En ese marco, el jefe del área, Luis Fontoira, disertó en el COMAG 2022, Primer Foro de Comunicación Agropecuaria de Córdoba.

- Ley de productos cárnicos

Con motivo de la presentación del Proyecto de Ley de denominación de productos cárnicos realizada por el IPCVA en el Congreso de la Nación, se realizó un envío postal y digital a todos los Diputados de la Nación.

PROMOCIÓN INTERNA, INVESTIGACIÓN y CAPACITACIÓN

-Promover Mejoras en la Competitividad de toda la Cadena Cárnica
Retorno a la presencialidad de las jornadas a campo del IPCVA en distintas regiones del país.

Se llevaron a cabo 5 jornadas a campo en:

Villa Mercedes (San Luis)

Venado Tuerto (Santa Fe)

Tres Arroyos (Bs. As.)

Magdalena (Bs. As.)

Villaguay (Entre Ríos)

-Continuidad del Programa de Capacitación Virtual del IPCVA

Durante el año 2022, se realizaron los siguientes cursos de Capacitación por internet dentro del Programa de Capacitación Virtual del Instituto. Se interactuó con el ISEA de la Sociedad Rural Argentina quien brindó el apoyo logístico y académico para implementar el Programa.

Los cursos dictados durante el corriente año fueron los siguientes:

Biotecnologías de la reproducción aplicadas al bovino.

Gestión financiera y operativa en Excel.

Plantas tóxicas para el ganado vacuno.

Manejo de campos naturales

Instalaciones rurales funcionales

Bienestar animal

El Bovino: Reproducción.

Buenas prácticas de fertilización de pasturas y verdeos.

Ganadería subtropical.

Reservas forrajeras: Concentrados y conservados como herramienta de suplementación en períodos críticos.

Empresa familiar ganadera.

Administración cabañera.

Buenas prácticas sanitarias.

-Puesta en marcha de la IX Compulsa de Proyectos del IPCVA

Luego de la convocatoria pública realizada en el marco de la IX Compulsa de propuestas de Investigación, el Instituto evaluó 26 postulaciones y aprobó los siguientes proyectos de investigación:

Proyecto 1

Título: Alternativas de tratamientos de inducción y sincronización de celo y ovulación a base de gonadotrofinas para programas de inseminación artificial a tiempo fijo en ganado de carne prescindiendo del uso de estrógenos.

Objetivo general: Optimizar una estrategia farmacológica para sincronizar celo y ovulación, utilizando protocolos con presincronización en base a gonadotrofinas, para inseminación artificial a tiempo fijo en ganado de carne.

Unidad Ejecutora: INTA Barrow.

Duración: 2 años

Proyecto 2

Título: Caracterización de las comunidades microbianas (microbioma) presentes en una planta frigorífica elaboradora de carne picada, carne feteada y embutidos frescos mediante herramientas de secuenciación de nueva generación (NGS).

Objetivo general: Caracterizar las principales comunidades bacterianas (microbioma) presentes en las líneas de elaboración de carne picada, carne feteada y embutidos frescos de una planta frigorífica de Argentina.

Unidad Ejecutora: Laboratorio de Microbiología de los Alimentos del Centro de Investigación y Asistencia Técnica a la Industria (CIATI). Neuquén. CONICET.

Duración: 1 año

Proyecto 3

Título: Relaciones entre la eficiencia individual, el rendimiento y la calidad de la carne de novillos de consumo residual (RFI) divergente terminados a corral.

Objetivo general: Explorar las relaciones entre índices de eficiencia animal para la producción de carne bovina maximizando el uso de los recursos alimenticios.

Unidad Ejecutora: EEA INTA Anguil

Duración: 2 años.

Proyecto 4

Título: Índice de competitividad para la cadena bovina argentina. Comparación Internacional.

Objetivo: Elaborar un índice de competitividad para la cadena bovina Argentina.

Unidad Ejecutora: FADA.

Duración: 6 meses.

Proyecto 5

Título: Valoración económica de atributos de genética bovina en la producción de ganado bovino – Acceso a información sobre Diferencias Esperadas de Progenie (DEPs) y su relación con la demanda por atributos vinculados a la adaptación al cambio climático.

Objetivo: El objetivo del proyecto es caracterizar y valorar económicamente atributos de la demanda por genética del ganado bovino. Estudiar la demanda por atributos genéticos podría contribuir al diseño de estrategias comerciales que mejoren la adaptabilidad.

Unidad Ejecutora: INTA. UCEMA y CIEP-INTA.

Duración: 1 año

Proyecto 6

Título: Monitoreo de la calidad nutricional y sensorial de la carne en el plato.

Objetivo: Estudiar la calidad nutricional y sensorial de la carne en condiciones típicas de consumo en cortes de exportación (cuota Hilton y cuota 481) y consumo interno.

Unidad Ejecutora: INTA y CONICET - ITA - ICyTESAS

Duración: 3 años.

Proyecto 7

Título: Incremento de la producción de la cría bovina en la Cuenca del Salado. Análisis de la sustentabilidad de distintos sistemas de intensificación.

Objetivo: Evaluar la sustentabilidad de sistemas de cría bovina con distinto grado de intensificación en la Cuenca del Salado.

Unidad Ejecutora: INTA EEA Cuenca del Salado

Duración: 3 años.

Proyecto 8

Título: Suplementación estratégica con grano de avena en sistemas de terminación pastoril.

Objetivo: El objetivo general es explorar estrategias de suplementación energética que no alteren las características nutricionales de la carne producida en sistemas pastoriles. Dada las características de ciertos componentes nutricionales del grano de avena, se plantea evaluar su utilización en silo autoconsumo, con el fin de obtener un producto diferenciado (alimento funcional), que preserve los beneficios de la carne a pasto y a la vez mejore la relación entre deposición de músculo y grasa en novillos que son terminados a base de forrajes.

Unidad Ejecutora: EEA INTA Bordenave

Duración: 2 años.

Proyecto 9

Título: Efecto del balance nutricional sobre la fertilidad de vacas sincronizadas a base de GnRH.

Objetivo: Evaluar el balance nutricional sobre el porcentaje de preñez y la pérdida de preñez, en vacas multíparas bajo un protocolo de sincronización del estro e IATF a base de GnRH (7 días CoSynch).

Unidad Ejecutora: INTA- EEA Cuenca del Salado

Duración. 1 año.

Proyecto 10

Título: Vigilancia epidemiológica de tuberculosis bovina en sistemas de engorde a corral.

Objetivo: Evaluar una propuesta de vigilancia epidemiológica de tuberculosis bovina (TBB) aplicable en sistemas de engorde a corral (EC) que permita cuantificar su impacto y los factores que determinan su ocurrencia.

Unidad Ejecutora: IP – IPVET –INTA –CONICET

Duración: 3 años.

Proyecto 11

Título: Calidad físico-química y sensorial de cinco cortes destinados al mercado interno argentino provenientes de bovinos con distinto peso y momento de faena.

Objetivo: Determinar la relación entre el peso de faena y la calidad sensorial y físico-química de cinco cortes populares de carne vacuna destinados al mercado interno a lo largo del año.

Unidad Ejecutora: INTA, EEA Balcarce – UNMdP, FCA

Duración: 3 años.

Proyecto 12

Título: Nutrición durante la lactancia temprana y efectos en el crecimiento, eficiencia de alimentación y calidad de carne de la descendencia.

Objetivo: Evaluar el impacto de la mejora del estatus nutricional de la vaca durante los primeros meses de lactancia y su efecto en el desarrollo y la calidad de carne de la descendencia.

Unidad Ejecutora: EEA Cuenca del Salado - Duración: 3 años.

Proyecto 13

Título: Producción de embriones a partir de ovarios pos faena y generación de preñeces dobles para mejorar la eficiencia productiva y disminuir el impacto ambiental.

Objetivo: La presente propuesta tiene por objeto desarrollar una estrategia reproductiva y productiva que genere un aumento sustancial de la eficiencia de producción de carne de alta calidad, en un marco de producción sustentable y economía circular.

Unidad Ejecutora: IRAC CONICET

Duración: 42 meses.

Proyecto “Desarrollo de la declaración ambiental de producto de la carne bovina argentina “

El IPCVA financia la declaración ambiental de producto de la carne argentina. Esto se concretó a través de la firma de un convenio entre el IPCVA, INTI e INTA para llevar adelante el proyecto “Determinación de impactos ambientales de la carne bovina conforme al sistema de Declaración Ambiental de Producto”.

La investigación que se está llevando adelante considera la evaluación de diferentes indicadores ambientales, la modelización y el análisis de los sistemas productivos primario, industrial y de consumo, incluyendo la logística de transporte. Se implementa focalizando el estudio en el producto “carne bovina sin hueso refrigerada y envasada al vacío”, con el enfoque de análisis de ciclo de vida “de la cuna a la tumba”.

El objetivo del trabajo es generar información sectorial sobre distintos indicadores relacionados con el impacto ambiental de sus actividades: calentamiento global potencial, acidificación potencial, eutroficación potencial, formación fotoquímica de ozono, agotamiento de recursos abióticos materiales, agotamiento de recursos abióticos combustibles y escasez de agua o water scarcity.

El conocimiento de los parámetros descriptos previamente permitirá a la cadena de ganado y carne vacuna diseñar y ejecutar acciones orientadas a reducir impactos ambientales negativos y fortalecer el manejo sustentable de los recursos naturales con la finalidad de que las generaciones futuras dispongan de ellos y posean las mismas oportunidades que actualmente están a nuestro alcance.

-Auspicios a eventos científicos y académicos relacionados con el sector cárnico:

1 Simposio Argentino de Escherichia Coli.

15° Jornada de Actualización de Genética Bovina desarrollada el 21 de julio en el marco de la Exposición Ganadera de Palermo.

53 ° Reunión Anual de Economía Agraria. Organizada por la Asociación Argentina de Economía Agraria.

45 ° Congreso Argentino de Producción Animal Asociación Argentina de Producción Animal. Organizado por la Asociación Argentina de Producción Animal.

7°Jornada Ganadera “Nuevos horizontes para la cadena de carne bovina” organizada por la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Nacional de Córdoba.

X Jornadas Inter-académicas Argentina –Uruguay realizadas el 8 de noviembre y organizadas por las Academias de Agronomía y Veterinaria; Medicina, Farmacia y Bioquímica de Argentina y las de Veterinaria, Medicina y Ciencias de Uruguay.

Congreso Internacional de Maíz, desarrollado en Córdoba

-Capacitación destinada a la industria frigorífica:

Dictado del Curso Inmersivo denominado “Estudios de mercado para fortalecer la estrategia de marketing de la industria frigorífica y los productos cárnicos ante los nuevos estilos de vida”. Docentes responsables: Adrian Bifaretti y Eugenia Brusca.

-Interacción con la red de seguridad alimentaria del Conicet:

Con esta institución se llevó adelante el trabajo de análisis del Plan Nacional de Control de Residuos e Higiene en Alimentos (CREHA) del SENASA.

-Colaboración con la Asociación Argentina de Criadores de Limousin

Se contribuyó a la difusión de los resultados de un trabajo científico relacionado por la Asociación con intención de evaluar y estudiar los efectos comparados de la raza Limousin y su cruzamiento LimFlex con la raza Angus sobre parámetros de crecimiento y engorde, y características de la res y de la carne.

-Interacción con Asociaciones Profesionales:

Se dio continuidad al vínculo como Socio Institucional de la Asociación Argentina de Producción Animal, de la Asociación Argentina de Economía Agraria, de la Sociedad Argentina de Medicina Veterinaria y de la Asociación Argentina de Tecnólogos Alimentarios.

-Interacción con la Cámara Argentina de Feedlot.

Se colaboró con la Cámara Argentina de Feedlot apoyando sus acciones de capacitación que durante el año 2022 han retornado a la presencialidad. La actividad se concretó a través de jornadas a campo destinadas a personal de campo y a dueños de establecimientos.

-Interacción con AACREA.

Se auspició el congreso anual de AACREA 2022.

-Interacción con AAPRESID

Se auspició el Congreso anual de esta entidad realizado en la ciudad de Rosario y se financió parcialmente la disertación de Diana Rogers, que es coautora del libro "Sacred Cow" y es una importante influencer norteamericana que defiende a la carne en aspectos relacionados con sustentabilidad y calidad nutricional.

-Interacción con la Fundación Agropecuaria para el Desarrollo de Argentina -FADA-

El IPCVA renovó el auspicio al estudio denominado "Monitor de Exportaciones Agroindustriales" que es publicado por esta fundación de manera semestral.

-Interacción con ROSGAN.

Auspició del 1er Congreso Federal Ganadero organizado por esta entidad y desarrollado en Rosario entre el 7 y 8 de noviembre.

-Interacción con UNICA

Se ha financiado la realización del proyecto de investigación denominado "Nivel de productividad e inocuidad de la industria frigorífica argentina". El trabajo permitió evaluar el grado de cumplimiento de los requisitos de inocuidad y seguridad alimentaria en los diferentes tipos de plantas frigoríficas que existen en nuestro país y establecer el nivel de productividad media por segmento de la industria.

-Interacción con el Instituto Nacional de Tecnología Industrial- INTI.

Se interactuó con el INTI coorganizando el Seminario "Sustentabilidad y Declaraciones ambientales de producto". El evento se realizó el 25 de noviembre en la Bolsa de Cereales de Buenos Aires.

-Interacción con la Sociedad Argentina de Investigadores de Marketing y Opinión (SAIMO) y la Cámara de Empresas de Investigación de Mercado (CEIM).

El IPCVA participó del Congreso Anual organizado por estas instituciones con un trabajo elaborado por Adrian Bifaretti y Eugenia Brusca mostrando la experiencia de 18 años abordando el comportamiento del consumidor con un enfoque de estudios de mercado 360 °. El trabajo fue seleccionado para ser presentado oralmente y se expuso con éxito y muy buena repercusión en el Congreso a la par de los casos de YPF, Mastellone, Unilever, entre otros.

Entrega del Premio IPCVA en el marco de la 53 ° Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Agraria

El Premio IPCVA al mejor trabajo científico relacionado con la cadena de ganados y carne vacuna presentado en la reunión de AAEEA correspondió este año para la investigación titulada “Una aproximación a los tipos sociales ganaderos bovinos del Alto Valle de Neuquén y Río Negro, Valle Medio y Río Colorado de Río Negro” cuyos autores son Marcelo Pérez Centeno, Patricia Villarreal y Fernanda Menni.

El trabajo tiene por finalidad entender las prácticas y estrategias desarrolladas por los productores ganaderos bovinos en esta región patagónica a partir de las siguientes preguntas de investigación ¿Qué nivel de homogeneidad/heterogeneidad presentan los productores ganaderos bovinos de la zona? y ¿cómo incidieron en sus prácticas de manejo y gestión de la producción los cambios acontecidos en la región a partir de la modificación de la barrera sanitaria?

-Elevación a la Cámara de Diputados del proyecto de ley para garantizar la autenticidad de los productos cárnicos argentinos

El IPCVA ha elevado formalmente a la Cámara de Diputados de La Nación el “proyecto de Ley para garantizar la autenticidad de productos cárnicos argentinos y evitar estrategias de marketing engañosas para el consumidor”.

El proyecto tiene por objetivo evitar fraudes alimentarios relacionados con el mal uso del término carne y derivados cárnicos por parte de cualquier persona, empresa u organización que emplee técnicas de marketing engañosas en relación a las carnes auténticas, originales y naturales que se producen en nuestro país.

-Continuidad de la realización de estudios de mercado:

El IPCVA lleva adelante un abordaje de investigación de mercados 360 ° dando a conocer los resultados derivados de la complementación de estudios cuali y cuantitativos, aprovechando el seguimiento y la experiencia acumulada a través de 18 años de trabajo con distintas técnicas e instrumentos de investigación.

En este proceso de abordaje del consumidor los estudios de mercado van evolucionando con el uso de distintas herramientas, con un crecimiento en el aprovechamiento de las tecnologías online, no solo por la mayor flexibilidad, y versatilidad de las mismas para llevar adelante determinados estudios sino también por la necesidad de explorar en el mismo entorno virtual nuevos problemas de marketing y comunicación a los que se enfrenta actualmente la carne vacuna.

El IPCVA ha dado continuidad durante el corriente año al Monitor de Consumo de Carnes del IPCVA, investigación que se fundamenta en el relevamiento de una encuesta online bimestral de 1000 casos representativos de la población argentina. De la misma manera se continúa realizando el tracking de precios que realiza el IPCVA en AMBA, Córdoba y Rosario. Se desarrolló focus groups virtuales destinados específicamente a público de la generación millennial y centennial y segmentando en función de conductas alimentarias vegetariana, vegana, flexitariana y carnívora tradicional.

El trabajo se complementa con el Social listening que se viene realizando para caracterizar la relevancia que adquieren actualmente algunos temas de interés y cuestionamientos al producto carne vacuna.

La complementación de estos estudios posibilita un abordaje 360 ° del consumidor y conocimiento más profundo de los diferentes segmentos del mercado. Esto sienta las bases para recomendar con criterio aquellas acciones estratégicas y tácticas de marketing de la carne vacuna que en principio muestran mayores posibilidades de éxito en los actuales escenarios de consumo.

-Desarrollo de contenidos educativos para docentes y alumnos:

Se desarrollaron materiales educativos para difundir contenidos positivos sobre el sector de ganados y carne vacuna entre los docentes y los alumnos de nivel primario y secundario.

Esta acción se fundamenta en la necesidad de contrarrestar los cuestionamientos que se hacen a la carne respecto a temas ambientales, de salud y trato animal y la desinformación existente sobre estas cuestiones en estas instancias de educación.

-Desarrollo de un videojuego educativo sobre la cadena de ganados y carne vacuna:

Se ha desarrollado una aplicación educativa con un fuerte componente lúdico para que resulte atractiva para los más chicos. Más allá de buscar un instrumento de promoción con fuerte base en entretenimiento el objetivo es aprovechar la captación de atención para hacer llegar a los más chicos contenidos vinculados a los aspectos nutricionales y de sustentabilidad de la cadena de ganados y carne vacuna.

-Concurso “Pasión por la Carne Argentina”

Se han preparado las bases y condiciones para implementar durante el primer semestre de 2023 el Concurso “Pasión por la Carne Argentina” que tendrá por objetivo promover la difusión y utilización de los materiales para alumnos del último tramo educativo de las escuelas primarias y el primer año de las escuelas secundarias. Las bases del concurso y los materiales educativos ya están alojados en la web de Carne Argentina y ya se ha iniciado una campaña de difusión entre las escuelas para que tomen conocimiento de esta iniciativa.