

El futuro de la carne vacuna: ¿ Locos por el asado...o locos por los veganos?

Ing. Agr. M. Sc. Adrian Bifaretti
Magister en Marketing Internacional
Jefe Departamento Promoción Interna IPCVA

Jornada a campo IPCVA
Establecimiento El Piamonte
Jovita. Pcia de Córdoba
19 de septiembre de 2019

Del mismo modo que los camaleones transforman su color, los consumidores están variando su comportamiento de compra y consumo



¿Cuál camino están tomando los consumidores?...

Probablemente muchos están siguiendo el atajo de tierra

¿Qué implicancias tiene para cualquier empresa o sector estar en el camino equivocado?

Se está trabajando con estrategias de marketing ineficientes



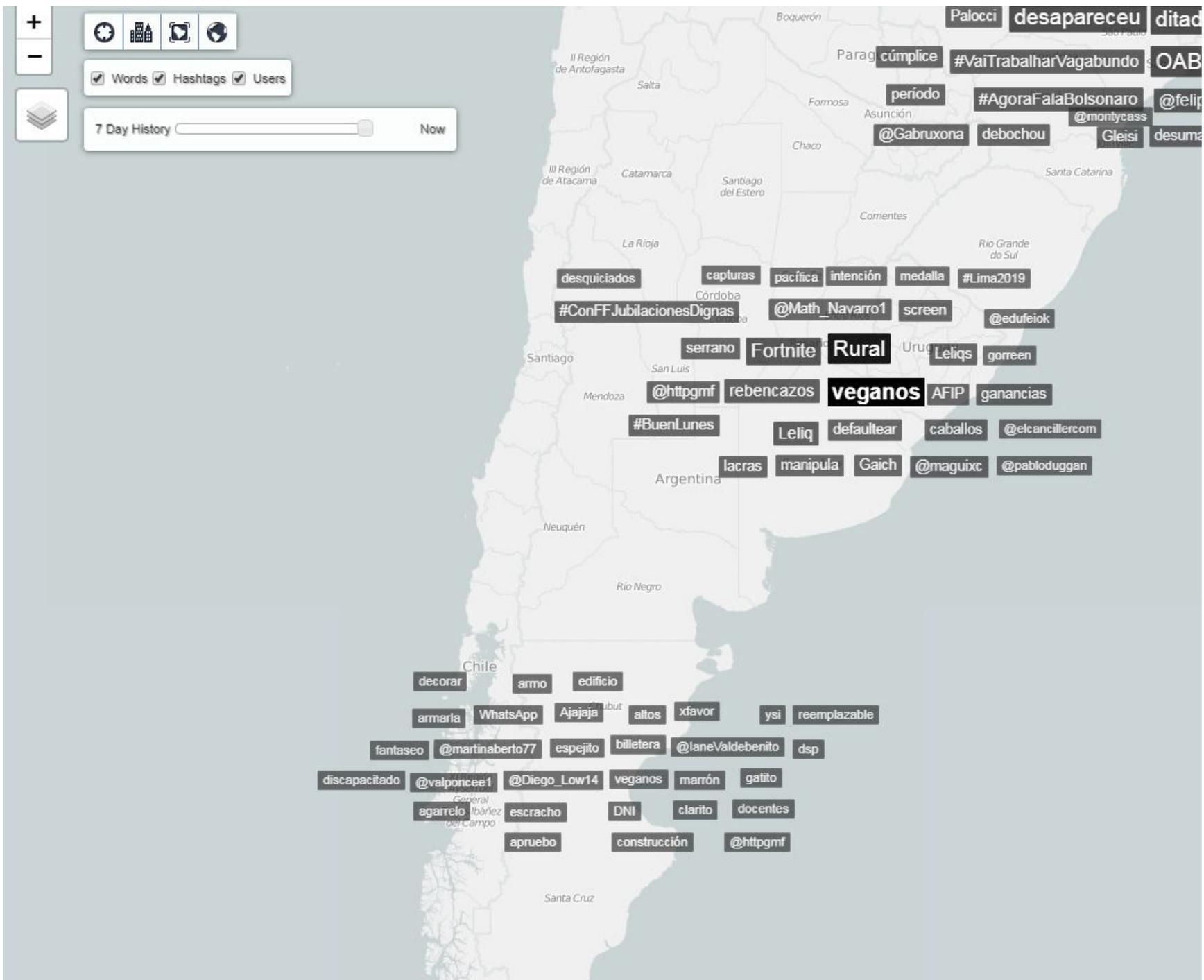


veganos



© Trendsmap.com, OSM.c







Marketing

21 marzo 2019

El I Estudio de Marketing Relacional analiza el comportamiento de los clientes respecto a las marcas

"El cliente es infiel por naturaleza": solo el 5,9% de los consumidores compra una única marca

Hoy se ha presentado el I Estudio de Marketing Relacional en España, realizado por Mediapost en colaboración con la Asociación de Marketing de España.



En el momento de la compra ¿cuál es la relación con las marcas?

★ Está basada en la infidelidad:



Solo el 5,9% compra una única marca y no la cambia por ninguna otra

★ Se cambia de marca por:

58,7% una oferta atractiva en el punto de venta

56,4% un mejor precio en otra marca

54,0% el placer de probar algo nuevo



**Estamos ante una necesidad:
Generar procesos de agregado de valor
para salir de la competencia por bajos precios**

**Segmentación según
fidelidad hacia la carne vacuna**



Piensan que
la carne vacuna
es cara
o demasiado cara...

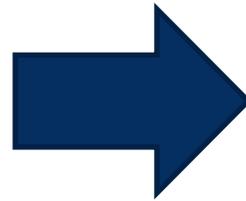
Fuente: IPCVA Monitor On line 2017.

**Estamos ante un desafío:
La complejidad de los segmentos de
mercado más jóvenes se incrementa
día a día...**

Doña Rosa



Ama de casa



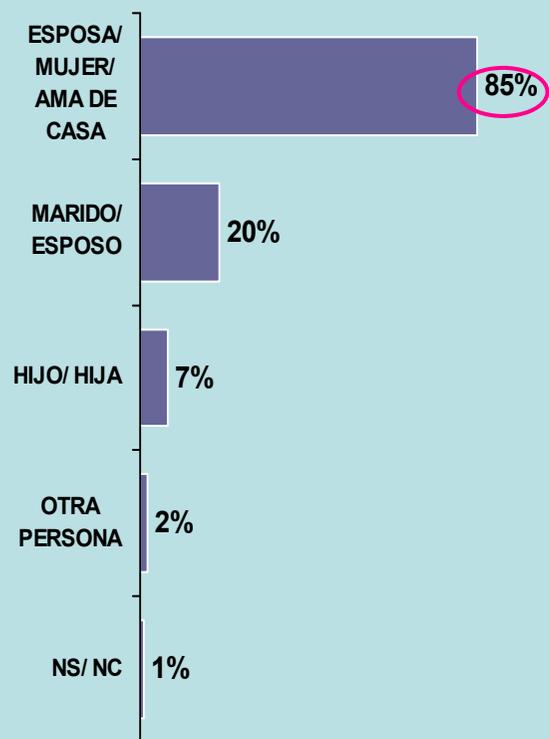
El "mapa genético" de la mujer millennial



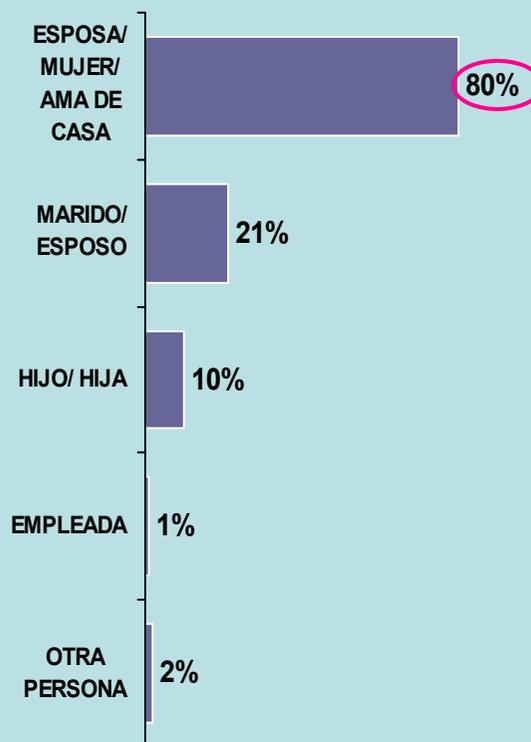
Ama de casa
Abogada
Adicta a Facebook e Instagram
Apasionada por la música
Foodie
Senderista
Fanática de Netflix
Y la lista sigue...

El rol del ama de casa en el año 2005

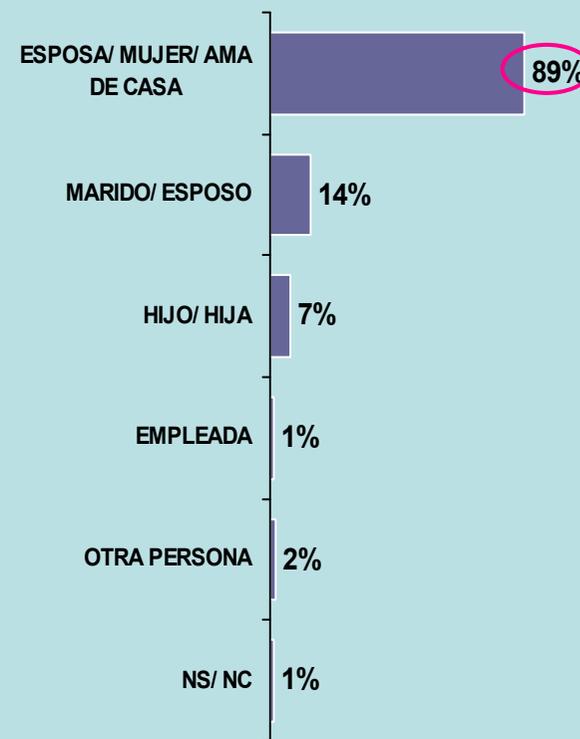
¿Quién **decide** qué carne comprar en su hogar? (MULTIPLE)



¿Quién **compra** la carne vacuna en su hogar? (MULTIPLE)



¿Quién **cocina** la carne vacuna en su hogar? (MULTIPLE)



Base: TNS- Gallup Total Hogares Consumidores de Carne Vacuna.
Primer Mapa del Consumo de carne. IPCVA. Año 2005

En su hogar, ¿quién suele realizar principalmente las siguientes tareas?

ENTRE COMPRADORES DE CARNE VACUNA

	DECIDE QUÉ CARNE VACUNA COMPRAR	COMPRA LA CARNE VACUNA	COCINA LA CARNE VACUNA
Ud. mismo-Hombre	29%	30%	23%
Ud. mismo-Mujer	31%	32%	35%
Su novio, esposo, pareja	9%	9%	8%
Su novia, esposa, pareja	7%	7%	10%
Su padre	5%	5%	3%
Su madre	10%	8%	9%
Su/s hijo/a/s	1%	1%	2%
Su/s hermano/a/s	2%	2%	2%
Otro/s	4%	5%	6%
Servicio doméstico	1%	1%	2%
TOTAL Hombre	43%	44%	34%
TOTAL Mujer	48%	47%	54%



Fuente: IPCVA. Monitor on line 2019.

¿ Qué valoran más los millennials ? ¿ Productos...o...Experiencias?



Los millennials valorarán cada vez más nuevas experiencias en torno a la carne



EL OBSERVADOR

Hereford de Brasil posiciona su carne en los principales centro de consumo paulista

November 25th, 2013 by Tardaguila Agromercados

Leave a reply »

Like +1 Tweet Pin it Share

[A+] [A-]

La Asociación Brasileira de Hereford y Braford sigue trabajando en la introducción de sus carnes en los principales centros de consumo del país. La diferenciación de la marca Carne Hereford, por su calidad de genética británica en el caso de animales puros y de alto porcentaje de estas sangres en las sintéticas, es valorada a nivel de los consumidores más exigentes. La sociedad de criadores está trabajando en un programa de certificación de la carne Hereford que el año pasado registró un crecimiento cercano al 50%.

Recientemente, la asociación suscribió un acuerdo de colaboración con la empresa Beef & Veal Consultoria, por la cual se promoverá la distribución de la Carne Hereford a nivel de consumidores que valorizan la calidad. La propuesta es proveer a boutiques de carnes en ciudades claves como Sao Paulo, Ribeirao Preto y Botucatu, informó el director de la consultora, Roberto Barcelo. "Trabajamos con productos de alta calidad para atender clientes extremadamente exigentes y percibimos que necesitamos el sello Hereford que llevan las reses certificadas por la sociedad de criadores. La carne proveniente de animales



Gabriela Pallares

MINISTERIO DE DISEÑO - RETAIL

Víctor Churchill: lo premium llevado al último detalle.

Víctor Churchill es carnicero, pero su tienda venció a Hermes y Vuitton en un concurso internacional de diseño de interiores. Su local ya pasó a ser atracción turística y rareza mundial



Archivo

- 2014
 - Octubre (7)
 - Noviembre (4)
 - Diciembre (9)
 - Febrero (8)
 - Abril (5)
 - Mayo (6)
 - Marzo (8)
 - Agosto (7)
 - Septiembre (4)
 - Junio (6)
 - Julio (10)
- 2015
 - Octubre (13)
 - Diciembre (10)
 - Marzo (6)
 - Febrero (6)
 - Abril (6)
 - Mayo (5)
 - Junio (8)

Los millennials valorarán cada vez más nuevas experiencias en torno a la carne



79 Me gusta

beefclubconcepcion En el maridaje, podemos buscar equilibrio como también contraste. Con hamburguesas con salsas fuertes recomendamos cervezas negras y oscuras. 🍷 En caso de incluir salsas picantes o sabores como el bacon, recomendamos las cervezas tipo Lager. 😊

A screenshot of a website article from 'PLANETA JOY'. The article title is 'Burgermanía Vol.1: tres días de locura para los amantes de las hamburguesas'. The text below the title says: 'Del 10 al 12 de diciembre, 9 hamburgueseros de la ciudad prepararán una hamburguesa de edición limitada y la ofrecerán a precio promocional; lee la nota y entérate cuáles son.' Below the text is a photo of hands holding a burger. At the bottom of the screenshot, there are social media sharing icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn, along with the text 'Me gusta 27'.

EMPRENDEDORES

Creadores de Pampa BBQ llevan asado argentino a domicilio en Silicon Valley

La firma avanza ahora con un proyecto para montar su primer restaurante en California.

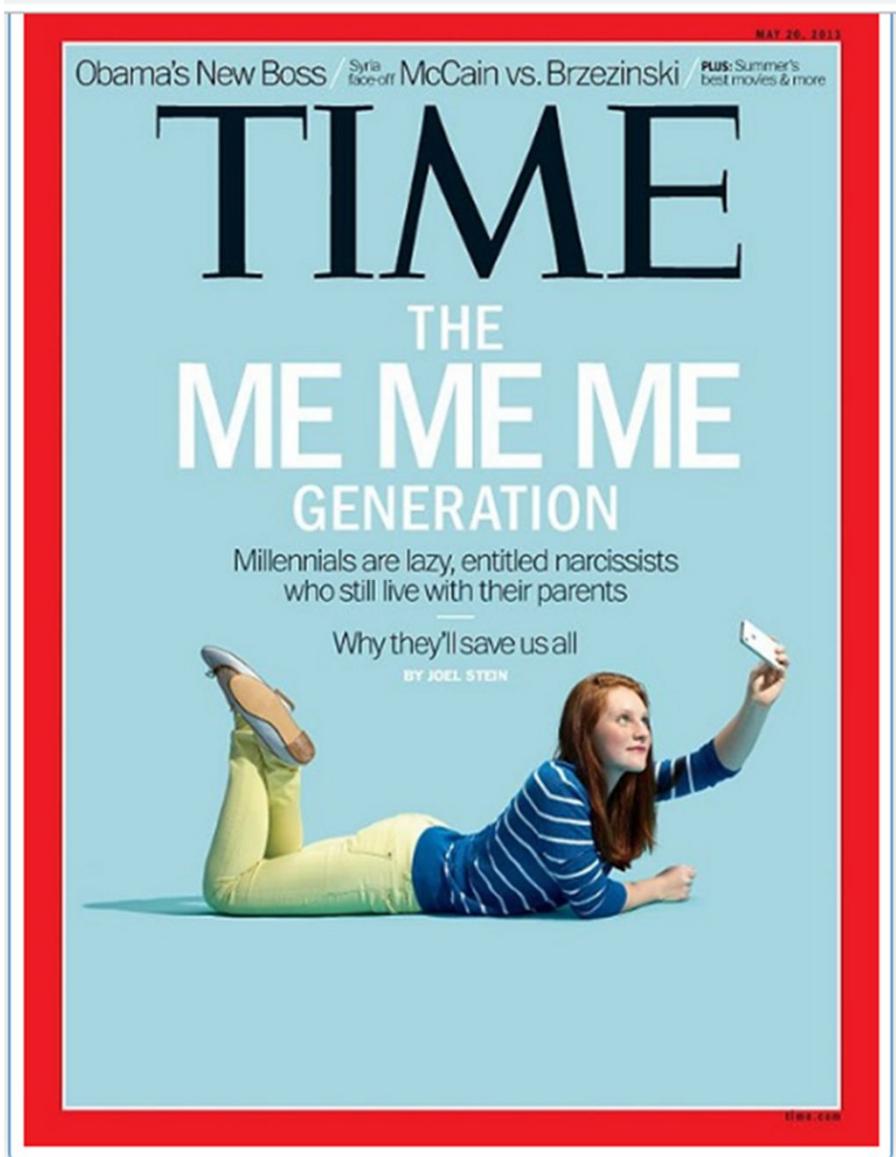


INTERÉS GENERAL

El marplatense que conquista San Francisco con asado a domicilio

A pesar de su título de abogado y del ejercicio de la profesión, Ignacio Viau inició su experiencia de vivir en Estados Unidos. Y al lado del Pacífico logró

Los millenials son individualistas...



“Cualquier cliente puede tener el coche del color que quiera siempre y cuando sea negro”

Henry Ford



Shares     

Coca-Cola y el marketing de experiencias personalizadas

EMPAQUES, MARKETING, PRODUCTOS, SOCIAL MEDIA



Por Luis Maram  3  14845

21:36 17 julio 2014

facebook

Regístrate

Correo electrónico o teléfono
ignacio_bifa@hotmail.com



Hamburguesa Nostra
3 de abril de 2016 ·

Nuestro director general, Carlos Rodríguez, participó el pasado 15 de marzo en el #MarketingStrategyForum organizado por Daemon Quest Deloitte, con una exitosa ponencia sobre la evolución de Hamburguesa Nostra y el Grupo Raza Nostra, desde la carnicería que nos vio nacer y hasta lo que somos hoy en día.

48

6 comentarios · 24 veces compartido · 1,8 mil reproducciones

Compartir

empresas

Hamburguesa Nostra lanza 'Mejicante Experience', promoción temática inspirada en los sabores del mundo

A lo largo de 2017, Hamburguesa Nostra propone a sus comensales un viaje gastronómico por el mundo, que comienza por una experiencia llena de sabor. La promoción estará disponible hasta el 5 de febrero e incluye un entrante para compartir, dos hamburguesas Tijuana, dos bebidas y dos chupitos de mezcal. Además, la marca estrena nuevo restaurante en el Centro Comercial Zielo, en Pozuelo de Alarcón (Madrid)

LA INFORMACIÓN
Jueves, 28 Enero 2017, 00:00



/COMUNICAE/

El Grupo Raza Nostra y su enseña estrella, Hamburguesa Nostra, proponen este 2017 un viaje por el mundo a través de la gastronomía, mostrando los sabores más auténticos y característicos de cada tierra. El comienzo de este recorrido es la 'Mejicante Experience', una mezcla de sabores muy mejicana y picante que hará que sus comensales salgan de los restaurantes 'hablando mejicante'.

MÁS VISTAS



Cómo comprar la Thermomix de Lidl más barata y recibirla en casa en solo 4 pasos



La Fiscalía investiga la sustitución de 28 millones de contadores por las eléctricas

CREA TU HAMBURGUESA

1 ESCOGE TU CARNE



2 PIDE TU PUNTO

- Puntito mmmm
- Al punto
- Puntito más

3 ELIGE 2 TOPPINGS GOURMET

- Cheddar Inglesa
- Bergamote
- Nuevo Pimiento
- Luces de Leche
- Bacon
- Queso Negro
- Verduras a la pimienta
- Topping extra +1€
- Champiñones
- Cebolla caramelizada
- Escalada de Cal
- Salsameño
- Cebolla Frita
- Pico de gallo
- Rábano

4 AÑADE TU GUARNICIÓN



5 ESCOGE TU PAN



Y DISFRÚTALAS CON UNA DE LAS 10 SALSAS HN QUE PREFIERAS



HAMBURGUESA NOSTRA

**Los millennials
buscan innovación permanentemente
y la alimentación no es una
excepción...**



ATRIBUTOS DE COMPRA DE CARNE VACUNA

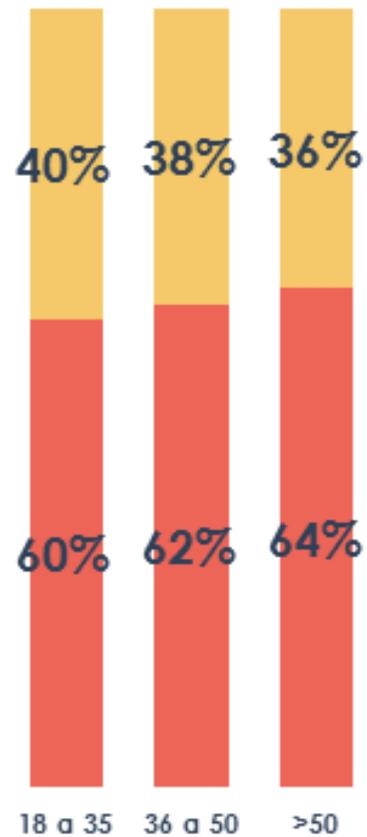
¿Cómo se considera Ud. mismo al momento de comprar carne vacuna? **INNOVADOR vs TRADICIONAL**

ENTRE COMPRADORES DE CARNE VACUNA



Innovador,
voy cambiando lo que
compro

Tradicional,
compro siempre lo mismo



Los millennials valoran la Conveniencia y Comodidad



Nebraska Star Beef Angus Beef - Paquete de regalo de Nebraska Star Beef

★★★★☆ 10 opiniones de clientes | 12 preguntas respondidas **Amazon's Choice** para "nebraska star beef"



Acerca del producto

- 10 (14 oz.) Premium Angus Ribeyes
- 1 (32 oz.) Bottle of Nebraska Star Beef Signature Seasoning
- Aged 35 days
- No Hormones or Antibiotics
- Hand cut and trimmed
- Mid-West and Mountain West sourced beef



Animal welfare is part of Costco's culture and responsibility, calling us to serve as the company. Costco is committed to a global approach to Animal Welfare and is where it operates, while respecting that each country may have its own regulatory found in the [examples](#) of Recognized Global Standards.

Costco's Global Animal Welfare Program



Examples of Costco Global Animal Welfare Recognized Standards

PUBLICIDAD

 <p>Visite los Alpes suizos en una excursión en el tren Bernin... USD \$157 Cómpralo</p>	 <p>Viaje en tren Bernina Express a los Alpes suizos desde M... USD \$172 Cómpralo</p>	 <p>Excursión de un día a Verona y al lago de Garda desde Mi... USD \$108 Cómpralo</p>	 <p>viator Viaje con un experto</p>
---	--	---	--

ÚLTIMO INFORME DE CONSUMERS INTERNATIONAL (CI)

Resistencia a los antibióticos: McDonald's, Subway y KFC en el punto de mira

Consumidores del mundo ponen de manifiesto la falta de compromiso de las cadenas de comida rápida a nivel mundial para enfrentar el desafío planteado por bacterias resistentes a los antibióticos.

nuevatribuna.es

29 de Febrero de 2016 (19:40 h.)

f	141
t	t
G+	0
in	0
m	0



PUBLICIDAD



A vertical advertisement for McDonald's. At the top, it features the golden arches logo and the text 'McCOMBO DEL DÍA' in white on a red background. To the right, a large '\$99' is displayed with 'cada uno' below it. Below this, a red banner contains the hashtag '#MomentosQueCuestanPoco'. The bottom half of the ad has a white background with the text 'TODOS LOS DÍAS UNO DIFERENTE' in red, framed by yellow horizontal lines.

#MUNDOANIMAL | El sector ovino-caprino reducirá en 3 años un 60% los antibióticos

@Univcordoba acogerá el XLIV Congreso Nacional y XX Internacional de la Sociedad Española de Ovinotecnia y Caprinotecnia.

✍ ¡Inscríbete! bit.ly/2IBuNYi



BEOC PRAN del ovino caprino antibiótico
BEOC PRAN del ovino caprino antibiótico
revistaalimentaria.es

1:22 · 4 sept. 2019

2 Me gusta



2

El secreto del Olive Wagyu, la carne de ternera más cara del mundo

Por [María Sotomayor](#) | 24/05/2013 - 10:31

0 comentarios [Compartir en Facebook](#) [Twitter](#) [Google+](#)



Cada cinco años en Japón se celebran las Wagyu Olympics, unas olimpiadas muy curiosas que se afanan en encontrar la mejor carne del mundo. La Olive Wagyu es una de las ganadoras tradicionales de cada uno de estos certámenes, pero ¿por qué esta carne de vaca no encuentra rival?

ROBERT'S
FRESH & BOXED MEATS
Est. 1999

ONTARIO
HAPPY FED BEEF

CANADA BEEF

**NO ANTIBIOTICS!
NO STEROIDS!**

FRESH

BLACK RIVER
ANGUS
STEAK
BIFTECK

uncooked seasoned / non cuits et assaisonnés
extra tender
angus beef boneless cross-rib steaks
biftecks de côtes croisées désossés de boeuf angus
extra tendres

MEAT PROTEIN 18 % PROTÉINES DE VIANDE

FREE
30 g bottle of steak spice inside

GRATUIT
bouteille d'épices à steak de 30 g incluse

STEAKS 10 BIFTECKS

**TENDER
EXTRA
TENDRES**

1.4 kg

CARNE BLACK ONYX

DE LAS MESETAS AUSTRALIANAS A TU MESA

Reconocida por una altísima calidad que se debe a la pureza genética del vacuno, al tipo de crianza en condiciones geográficas específicas y a un régimen alimenticio especial que asegura un crecimiento natural no acelerado, derivando en un alto grado de marmoleo en la carne y singulares atributos en boca.



¿QUÉ HACE TAN ESPECIAL A LOS CORTES DE CARNE BLACK ONYX EN HARRY'S?

- Riqueza y complejidad de sabor
- Marmoleo fino que aporta jugosidad
- Ganado de raza pura 100% Black Angus
- Alimentación especial a base de granos por 300 días
- Carne jamás congelada; braseada en horno de carbón Jisper







eurocarnedigital

[Suscripción](#) | [Publicidad](#) | [Información](#) | [Contacto](#)



Viernes, 15 de febrero de 2019

NOTICIAS

ARTÍCULOS

VÍDEOS

NOVEDADES

AGENDA

DIRECTORIO EMPRESAS

DOCUMENTOS

LEGISLACIÓN

TIENDA

REVISTA

BOLETINES

Área de clientes

Usuario o eMail

Password

No cerrar sesión

[Gestión de claves](#)

[Artículos](#)

[Legislación](#)

[Empresas cárnicas](#)

[Revista on line](#)



tecnología de la carne 2018

El mundo de la carne de hoy

El mundo de la carne de mañana

El mundo de la carne de futuro

La plataforma Carne y Salud muestra las cualidades antioxidantes naturales de la carne

15/02/2019





NUEVO

LA EMBUTICIÓN EXPONENCIAL

TWINVAC EVOLUTION



METALQUIMIA



Free Shipping On Subscriptions (+15% Off!) And Orders Over \$50*

SIGN IN

SHOP

THIS IS JACK LINK'S

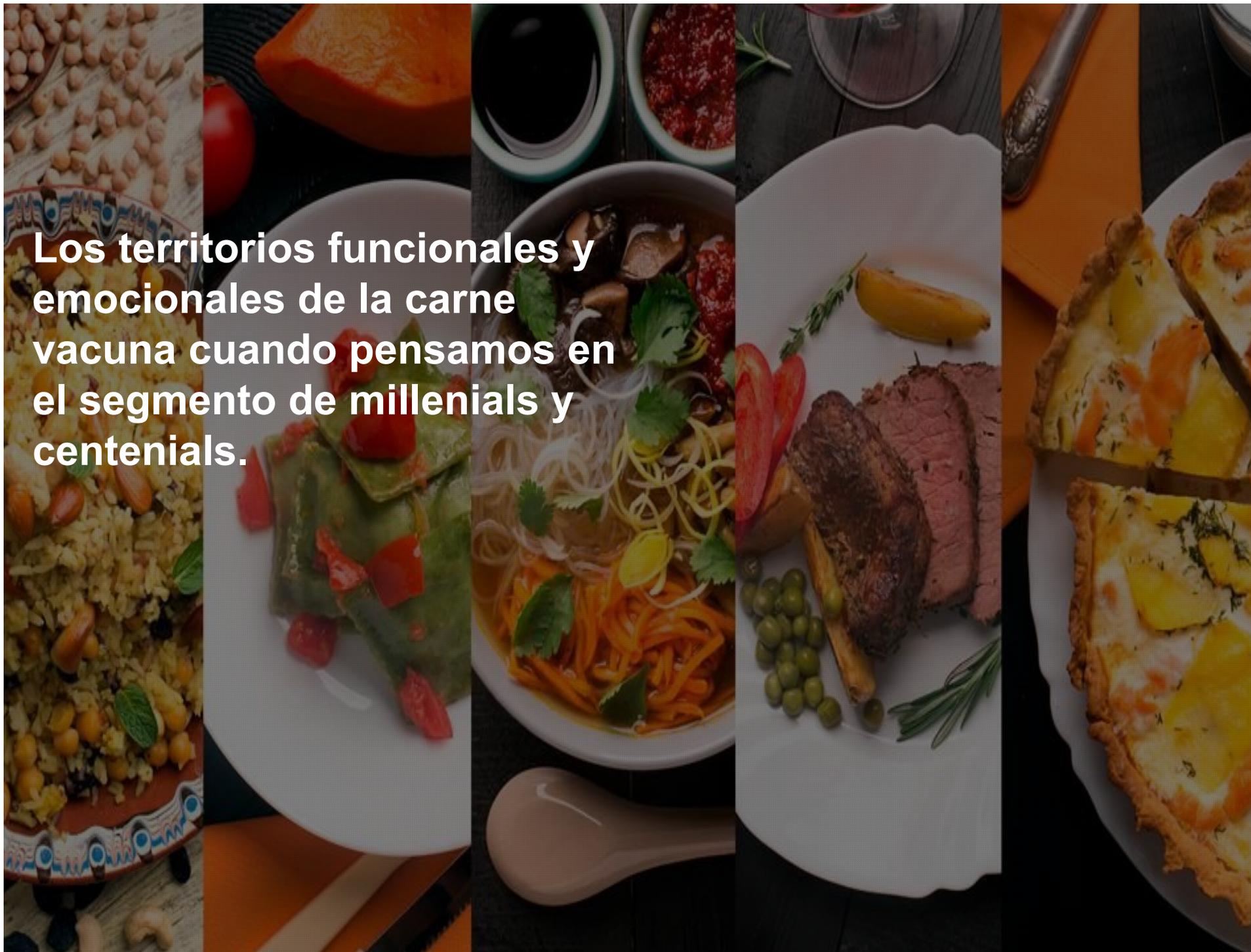


STEAK STRIPS & BARS

From our classic Original Beef Steak, crafted from the original Link family recipe, to our delicious beef bars, you can't go wrong with a protein-packed snack that fits in your backpack, back pocket or is a winner in the back seat.



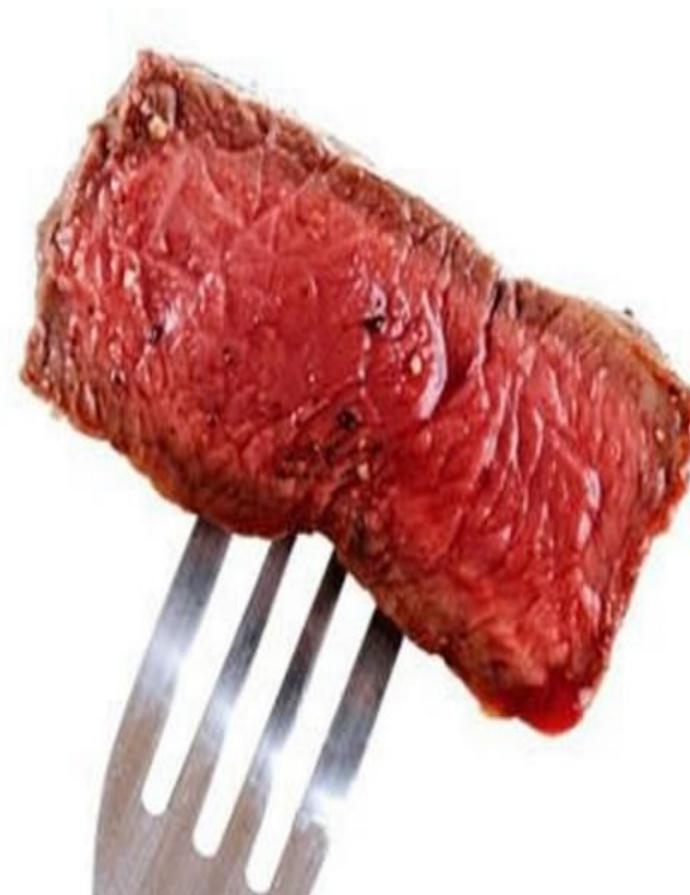
Los territorios funcionales y emocionales de la carne vacuna cuando pensamos en el segmento de millenials y centenials.



El desafío



- Conocer a los millennials y centennials como consumidores
- Identificar las ideologías y valores alimentarios. Su vínculo con la categoría.
- Conocer las necesidades que resuelven y las que no por vía de la carne vacuna.
- El nuevo marco competitivo de la carne vacuna en las distintas ocasiones de consumo.
- Construir un mapa de los territorios funcionales y emocionales de la carne vacuna



Las marcas líderes se posicionan en alguno de estos territorios para construir su posicionamiento



6 territorios en los que la carne vacuna resuelve diferentes necesidades

1. Encuentro joven

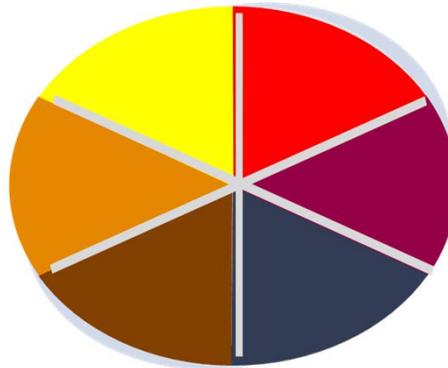
Es el espacio del **encuentro feliz**, descontracturado Donde la carne vacuna funciona como una amalgama que resuelve, a través opciones prácticas, ricas y económicas (típicamente **la hamburguesa**).

PRACTICIDAD/ APETITOSIDAD

2. Ritual Argentino

Es el espacio del **asado** por definición. Encuentro **ritual que confirma nuestro espacio de pertenencia**. Uno de los pocos rituales que hacen a la argentinidad

ATRIBUTOS DESTACADOS:
ARGENTINIDAD



4. Novedades Sibaritas

Es el territorio de la búsqueda insaciable de nuevas experiencias. Se valora la carne como alimento que permite preparaciones singulares o exóticas. La carne como vehículo de experimentación y prueba:

APETITOSIDAD/VERSATILIDAD

5. Mundo Foodie

El sabor y el placer sensorial de la carne se potencia. La búsqueda de un plato diferente orienta las elecciones El consumo de la categoría suma distinción/diferenciación (carne de pastura, conocimiento del origen, cortes diferentes y caros tipo lomo). **APETITOSIDAD**

3. Solución Diaria

Es el espacio de lo cotidiano y simple. **La mesa familiar donde gusto y rendimiento son valores fundamentales**: La carne picada, las milanesas, los bifés y algunos cortes como palomita, tapa de asado son emblemáticos de este espacio. **RENDIMIENTO/PRACTICIDAD**

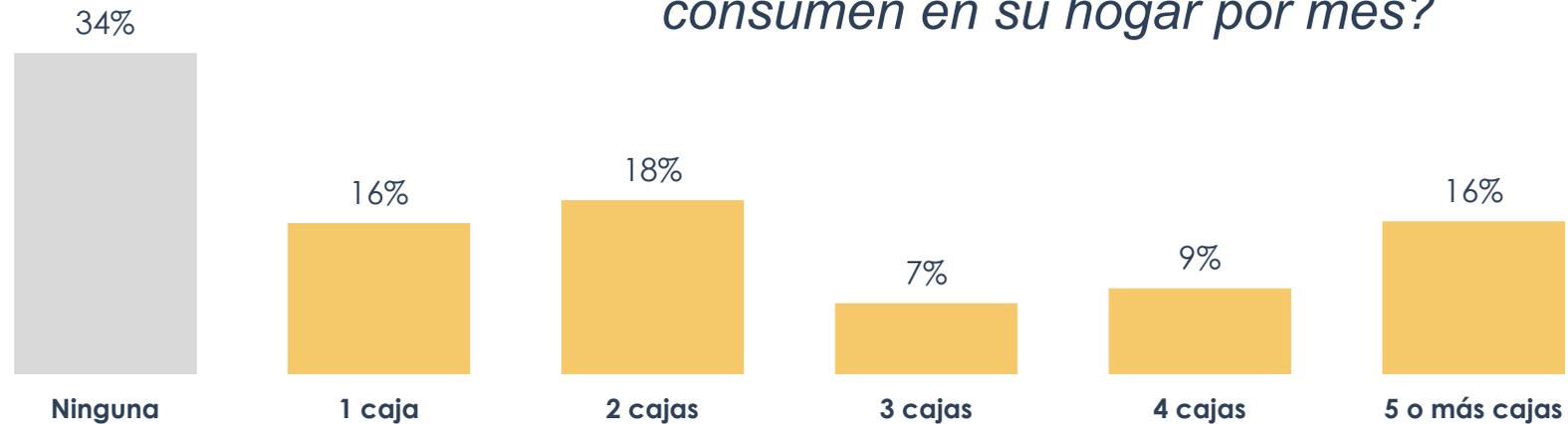
6. Performance

El territorio de la **alimentación controlada**, la eficiencia, la racionalidad. **Las proteínas de la carne vacuna (lomo, cuadrada, etc.)** son los principales drivers de consumo y satisface la necesidad de **energía y potencia física** .

NUTRICION

CONSUMO DE HAMBURGUESAS

¿Cuántas cajas de hamburguesas congeladas tipo Paty (por 4 unidades) consumen en su hogar por mes?



En los hogares argentinos, se consume en promedio unas 2,6 cajas de hamburguesas por mes.

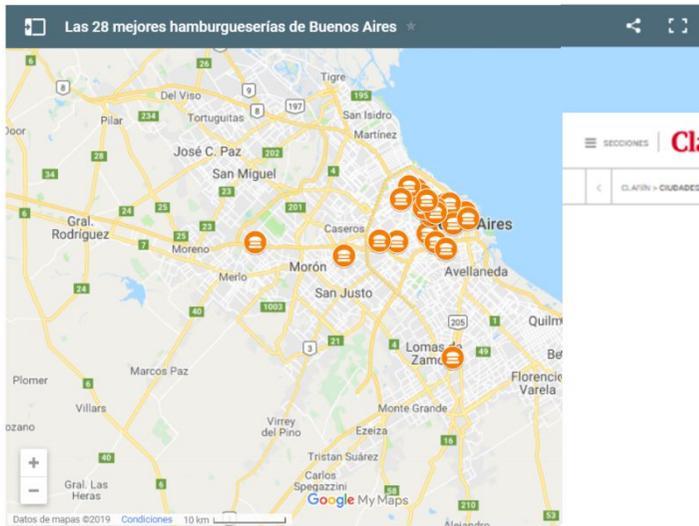
Los millennials respondieron un promedio de 2,9

Aquellos de más de 50 años respondieron un promedio de 1,7

TENDENCIAS

Las 28 mejores hamburgueserías de Buenos Aires

En el Día Internacional de la Hamburguesa, un recorrido gastronómico con opciones para todos los paladares. Versiones clásicas, X) vegetarianas y aptas para celfacos



SECCIONES Clarín CIUDADES Buenos Aires 18.9°

CLARÍN CIUDADES | POLÍTICA SOCIEDAD DEPORTES ESPECTÁCULOS MUNDO ECONOMÍA OPINIÓN POLICIALES CIUDADES RURAL AUTOS VIAJES ENTREMUJERES

Hicieron un encuentro en los bosques de palermo

Locos por el sándwich de milanesa: tienen Facebook y se juntan en parques

En la red social suman 42.000 fans. Debaten si son mejores de pollo o de carne, y rechazan las hechas con berenjenas.



Cuenta regresiva
El binomio hamburguesa y cerveza pica en punta para la celebración del Día del Amigo

Julio 14, 2018 | Así se desprende de una encuesta sobre los hábitos de salidas de los argentinos, realizada por una plataforma líder en entretenimiento. Pese al complejo panorama económico, la voluntad de juntarse a celebrar está firme. El gasto promedio por persona oscilará entre 400 y 700 pesos.
Escrito por ANDigital





ARTE Y GASTRONOMÍA

La importancia de las costumbres y rituales culinarios

En algunos países, el ritual para alimentarnos es un paso importante marcado por los ancestros, o la religión que profesamos; pero cualquiera que sea el caso, estos ritos existen y son sorprendentes.

Por  WORKING CHEF · 2 Junio, 2017

4, 80 visitas · 3 minutos para leer

0 SHARES   





facebook

Correo electrónico o teléfono Contraseña [Entrar](#)
[¿Has olvidado los datos de la cuenta?](#)

 **Locos X el Asado** 
@locosxelasado

Inicio
Publicaciones
Opiniones
Vídeos
Fotos
Eventos
Información
Comunidad
Grupos
INSTAGRAM



 Me gusta  Compartir  Sugerir cambios  [Comprar](#) [Enviar mensaje](#)

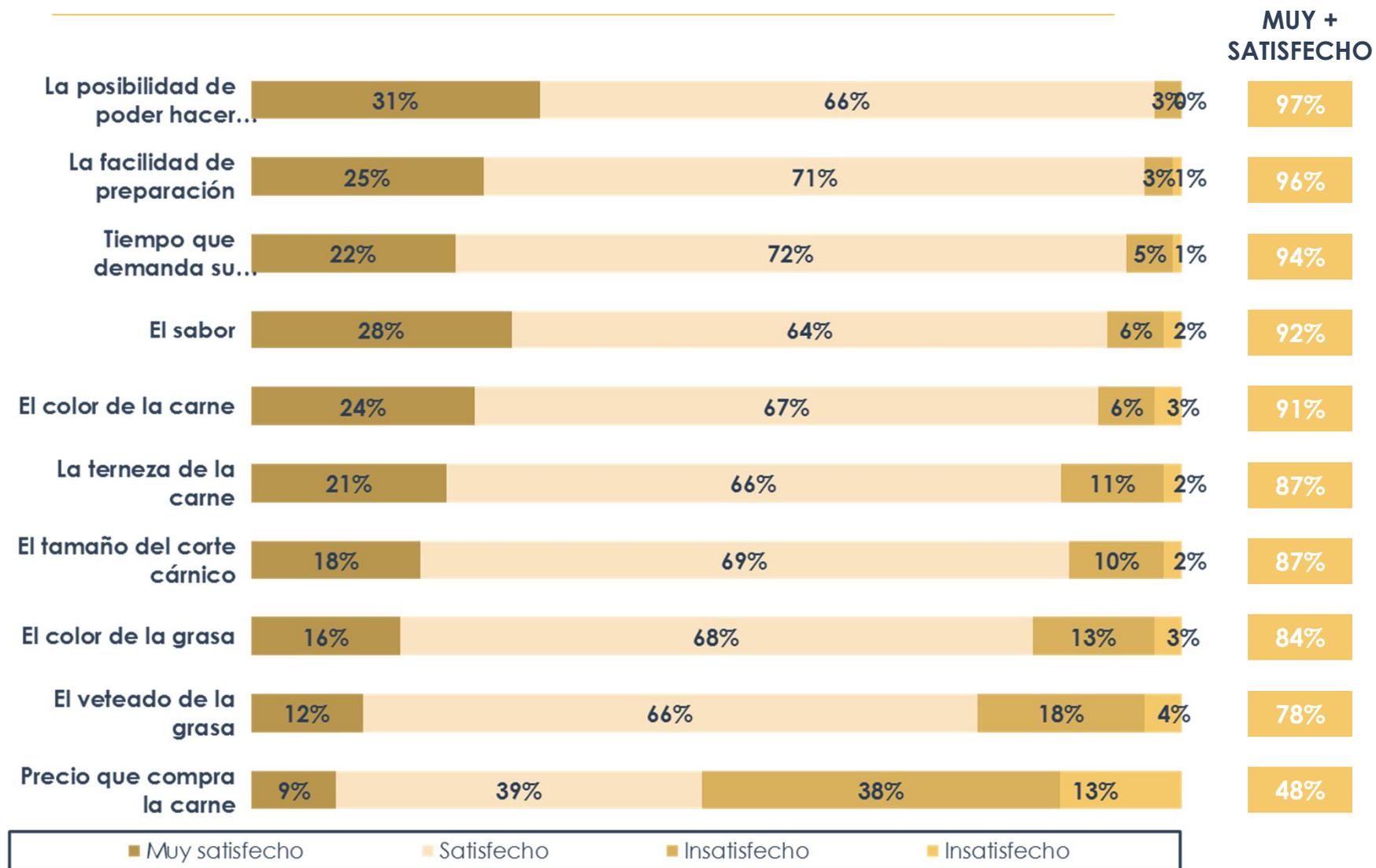
Fotos de visitantes

2,3 mill. Total de Me gusta **2,3 mill.** Total de seguimientos

Español (España) · English (US) · Português (Brasil) · Français (France) · Deutsch [+](#)

¿ Cual es el nivel de satisfacción del consumidor argentino respecto a los siguientes aspectos durante la compra de carne vacuna?



Fuente: IPCVA 2018-2019

- Se incorporan alimentos en función de su aporte nutritivo y energético.
- La carne como alimento eficiente: fuente de energía física y mental.
- Es el culto a la proteína.

Perfiles

- Hombres y mujeres que rinden culto al cuerpo, la salud, la estética, el deporte.
- Consumen y se alimentan de forma muy racional. Piensan todo de forma milimétrica.

infosalus.com

infosalus / nutrición

Comer carne de vacuno aumenta la masa muscular y mejora el sistema inmunitario

Gana un ingreso extra
Comparte tu espacio en tus propios términos. Descubre cuánto puedes ganar en Alltrab. MÁS INFORMACIÓN



Actualizado 16/02/2017 13:19:58 CET. 3AWW

- En este territorio los snacks de carne ganan espacio
- Valorado por lo original, lo saludable y saciador...
- *“Es mejor que comer papas fritas de bolsa, más sano y más rico” (millennials, Corrientes)*

SOBRE “AMEX FOR FOODIES”



La pasión por deleitar platos inusuales, conocer los restaurantes de tendencia y disfrutar del buen comer y beber, son factores por los cuales American Express creó “Amex for Foodies”. Se trata de programa que invita a los clientes a vivir las mejores experiencias en gastronomía. Todo bajo el lema “*Porque los mejores momentos se comparten alrededor de una mesa*”.

EXPERTO EN SOCIAL MEDIA.

Los apasionados locales de la gastronomía son usuarios intensivos de redes sociales y aplicaciones gastronómicas.



- **83%** Visita sitios online de cocina con regularidad.
- **82%** Sigue a Chef/ cocineros en las redes sociales.
- **74%** Usa apps de cocina / recetas.
- **61%** Suele sacar fotos de lo que come y compartirlas en las redes sociales.
- **56%** Suele calificar en alguna red social o aplicación la calidad del servicio y la comida cuando sale a comer afuera.

TERRITORIO

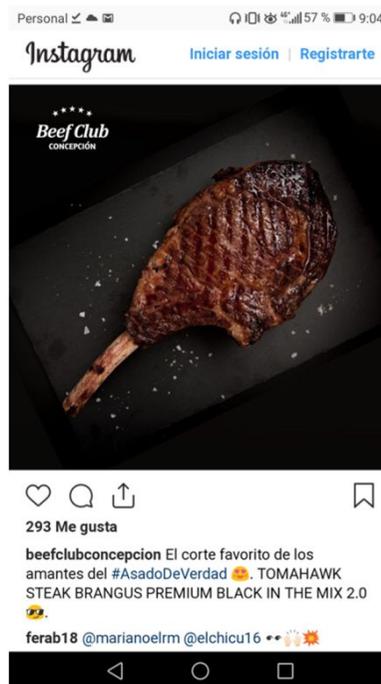
Novedades sibaritas



- Es el espacio de búsqueda y exploración de nuevas experiencias, la indagación y el descubrimiento con los sentidos, de nuevos gustos y texturas.
- **La carne y sus preparaciones extravagantes** son lo que identifica este territorio. cortes nuevos, de autor, carnes maduradas, curadas, formas de cocción novedosas (al vacío, en frío, al fogón, hierro fundido),

Perfiles

- Transgresores, curiosos y creativos.
- Son apasionados, y provocadores. Disfrutan de las nuevas tendencias.





Inicio ▸ Sociedad ▸ Los centennials | La nueva generación "progre" que representa el 27% de...

Sociedad

Los centennials | La nueva generación "progre" que representa el 27% de la población argentina

Por Cuarto - 16 de febrero, 2019



< Comparti



Buscar



En menos de diez años, subrayó el estudio de Ipsos, “vieron el debate y la promulgación de ‘más leyes que promovieron la inclusión que en todo el siglo anterior’, como la ley de protección y prevención por la violencia de género (2009), la de matrimonio igualitario (2010), la de identidad de género (2012), la de cupo laboral trans (2015 en provincia de Buenos Aires), la de paridad ente mujeres y varones (2017), o el debate del año pasado por la legalización del aborto.

TENDENCIAS

Feministas, genuinos y flexibles: radiografía de los centennials, la generación del otro

Los nacidos entre 1994 y el 2010 representan el 25% de la población argentina. Con una forma avasalladora no organizan el mundo en categorías binarias, rompen esquemas ya que sus características no coinciden con lo impuesto por la sociedad e interpelan y rechazan falsas promesas. Quiénes son y por qué es vital comprenderlos

Por María Agustina D
'Ambrá

23 de febrero de 2019

Compartir en Facebook

Compartir en Twitter



Los Centennials son los jóvenes que nacieron entre 1994 y 2010, que a diferencia de otras generaciones tienen valores globales y buscan el bien colectivo (Getty Images)

"La generación Z no tolera las falsas promesas, prefiere la comunicación concreta y directa, no les interesa que el producto les prometa una vida mejor sino que le informen a través de algo que capte su atención pero verdadero", señaló **Martín Tanzariello**, Service Line Director de Ipsos UU Qualitative Argentina. De acuerdo a los resultados de la investigación, los jóvenes utilizan sus redes sociales para comunicar aquello que les gustó y que recomendarían. El "boca en boca" de la época.

Algunos interrogantes respecto a algunas tendencias que pueden complicar...



The New York Times
Scorned, Animal Rights Advocates in France Intensify Guerrilla Tactics

The Guardian
Search jobs Sign in Search International edition
by readers
on Sport Culture Lifestyle More
Asia Australia Middle East Africa Inequality Cities Global development

This article is more than 10 months old
French butchers ask for police protection from vegan activists
Butchers' federation claims vegans want to 'impose their lifestyle' on the majority



Animal rights demonstrators in Paris this month. Photograph: Philippe Lopez/AFP/Getty Images



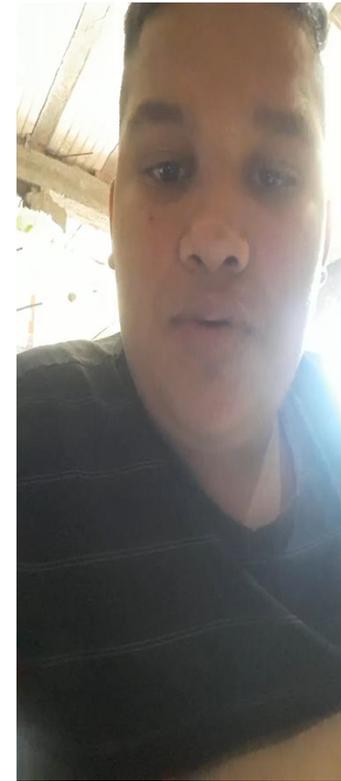
A march in Paris last year organized by the L214 animal rights group demanding the closing of slaughterhouses. Geoffroy Van Der Hasselt/Agence France-Presse — Getty Images

By Elian Peltier

C

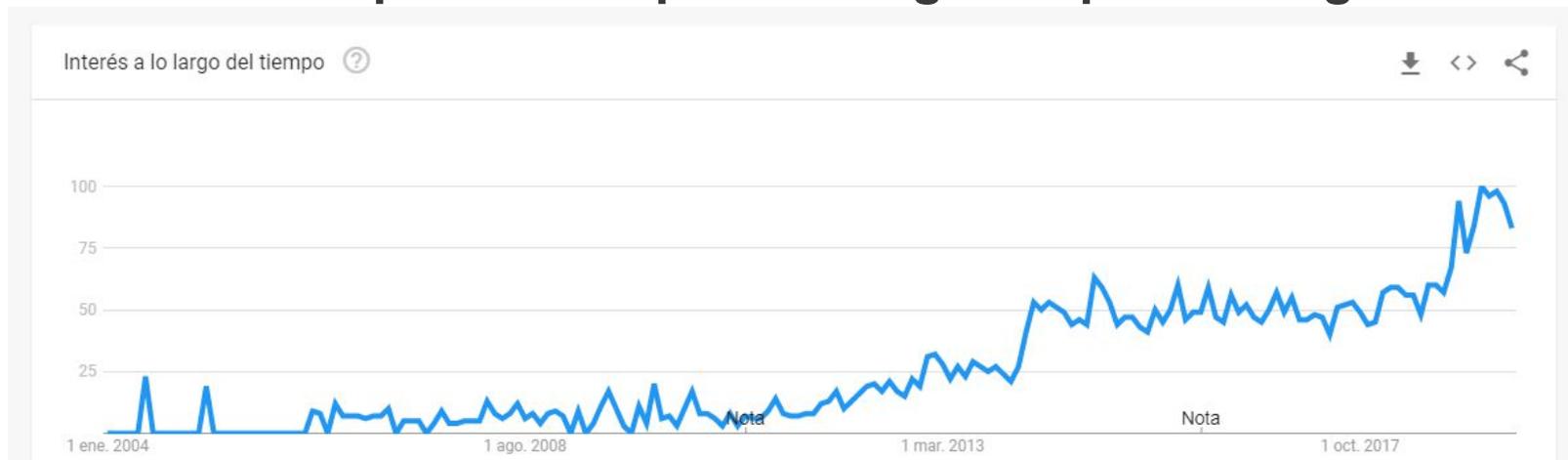
“Desde que dejé de comer carne, me siento mejor al comer cosas que no tienen sufrimiento. Me siento mejor conmigo misma. Cosas que no hacen daño”.
(Centennials, Veganos, Amba)

“La carne tiene mucho en contra. Desde el sufrimiento de los animales hasta los problemas de salud. Con respecto a qué le diría a alguien que come mucha carne, que tenga algo de conciencia contra la salud propia. Y también que piense en los sufrimientos de los animales cuando sufren antes de ser asesinados
(Centennials, Veganos, Amba)



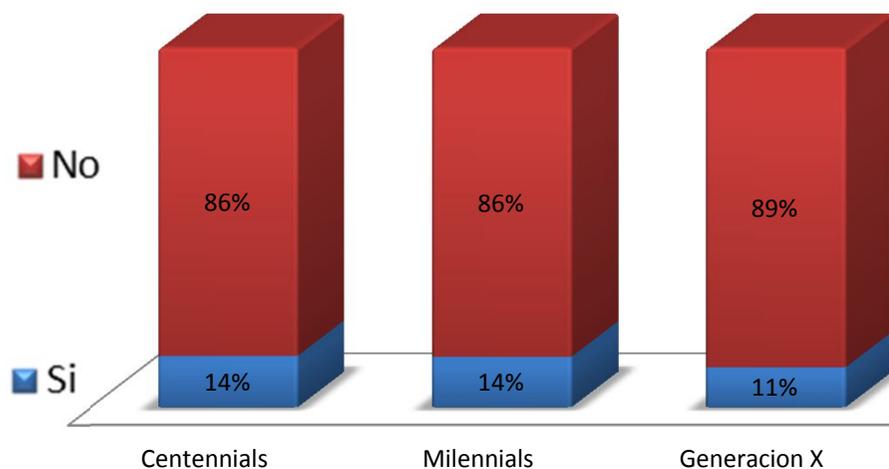


¿ Cómo crece la búsqueda de la palabra veganos por los Argentinos...?

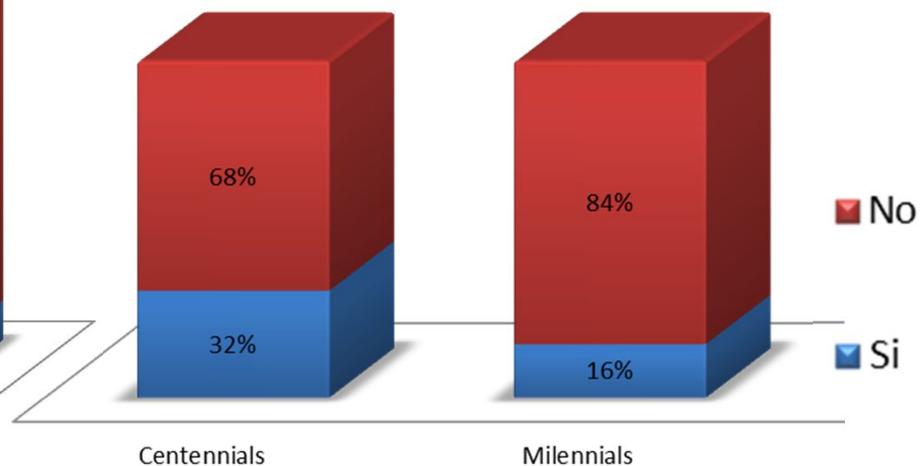


Fuente: Google trends, 2019

¿Tiene Ud. Algún vegetariano o vegano en su familia?



¿Piensa Usted que por el aumento de los vegetarianos y veganos puede caer la demanda de carne vacuna en Argentina?



Fuente: IPCVA Rio Cuarto 2019. Base muestral 300 casos.



Veganos y vegetarianos dan pelea en el reino del asado



Dos personas comen en "La Reverde", un restaurante vegano, en Buenos Aires, Argentina. En la primera parrilla vegana de Buenos Aires, la especialidad de la casa se asemeja en aspecto a un bife de chorizo, un corte típico argentino de carne sin hueso que se cocina a la parrilla. (AP)

The New York Times

Vegetarians Gaining Ground in Carnivorous Argentina

By The Associated Press

Sept. 4, 2019



BUENOS AIRES, Argentina — A fight is on over the Argentine identity, pitting a growing number of vegetarians and vegans against meat-eaters in a country known for its abundant beef, gaucho cowboys and sacred "asado" barbecues.

The weekend "asados" bring together families and friends and are a source of national pride in this South American country, which traditionally battles neighboring Uruguay for world leader in per-capita beef consumption. But this carnivorousness is being threatened by rising support for vegetarianism and veganism among Argentines, particularly the young and millennials, and growing militancy by activists.

A recent private online questionnaire found that six of every 10 Argentines are disposed to stop eating beef, a figure that alarmed ranchers who are already struggling through an economic crisis. The cultural divide came to a head several weeks ago when anti-animal cruelty activists interrupted an exhibition of the Buenos Aires Rural Society and were met by ranchers, some dressed in traditional gaucho outfits, who charged at them on horses with whips.

The younger generations "have grown up amid the debate over abortion in Congress; inclusion, gender equality ... These collective questions have started to gain weight in decisions about the purchase of foods," said Adrián Bifaretti, head of marketing at the Institute for the Promotion of Beef and author of the online survey and focus group that found a widespread readiness to give up beef. Bifaretti said the findings are based on doing a survey of 1,100 people every two months in a poll with a margin of error of three percentage points.

Mundo NOVA

¡A ponerse a dieta!

La ONU pide reducir el consumo de carne para frenar el calentamiento global



"Sería beneficioso para el clima y la salud humana que la gente de países desarrollados consumiera menos carne", aseguró Hans-Otto Pörtner, ecólogo e investigador climático alemán.

Según advierte el último informe del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) se requerirán cambios drásticos en el uso global de la tierra, la agricultura y la dieta humana para frenar el calentamiento global.

"Sería beneficioso para el clima y la salud humana que la gente de países desarrollados consumiera menos carne", aseguró **Hans-Otto Pörtner**, ecólogo e investigador climático alemán. En este sentido, ahondó en la necesidad de preservar y restaurar los bosques, ya que absorben el carbono del aire, y las turberas, porque liberan carbono si se desentierran.

Naciones Unidas
@ONU_es

La producción de carne es una de las actividades humanas más dañinas para el 🌍. Contribuye al agotamiento del agua y a la deforestación.

Come más frutas y verduras.

Mira otras sugerencias para la #AcciónClimática en el Día de la Gastronomía Sostenible: un.org/es/climatechan...



1.229 22:14 - 17 jun. 2019

1.682 personas están hablando de esto



PRODUCCIÓN | Nuevos Alimentos | 10-Jun-19

La inversión en carne vegetal o de laboratorio desde 2009 es ya de 16.000 millones

13.000 millones se invirtieron en 2017 y 2018. La mayor compra, WhiteWaveFoods por parte de Danone en 2017 (\$12.500m). La mayor inversión, en Impossible Foods (\$189m).

Celia Valdeolmillos



La Opinión
Desde 1928

TRUMP AMLO INMIGRACIÓN LOS ÁNGELES MÉXICO NARCOTRÁFICO

PARADISUS
USANDO PERFECTO CON
HASTA 35% DTO.
+\$1,500 USD RESORT CREDIT

Nestlé lanzará su propia carne de hamburguesa a base de plantas

Tyson Foods y Unilever son otras empresas que también están sacando su propia carne vegetal

Cada vez son más las grandes empresas que buscan tener una participación en el mercado de las hamburguesas vegetales.

FOTO: ROTORECH / POKABAY

Beyond Meat está al borde de la rentabilidad y han cuadruplicado el valor de sus acciones desde Mayo, cuando salieron a bolsa. Ya vale 6.000 millones de dólares. En el caso de Impossible Foods acaba de cerrar una ronda de inversión de 300 millones.



NOTICIAS GASTRONÓMICAS

La carne de laboratorio no se puede denominar carne

La Asociación de Ganaderos de Estados Unidos (USCA) ha enviado una petición al Departamento de Agricultura del país, para que no permita que la carne producida en un laboratorio o los productos vegetales que imiten a la carne, puedan denominarse 'carne'. La USCA considera que sólo se puede utilizar la descriptiva 'carne de vacuno' o 'carne' en general, en los productos que derivan de la ganadería tradicional.

VeSid
14 FEB 18

Comentar



NOTICIAS GASTRONÓMICAS

Los fabricantes de productos veganos podrán utilizar terminología propia de la carne en Mississippi

Las empresas de Mississippi que producen alimentos vegetales alternativos a la carne han abandonado la demanda contra la ley que les prohibía utilizar términos cárnicos, la razón es que la nueva regulación del Departamento de Agricultura de este Estado les permite utilizar la terminología que se utiliza en denominación de los productos cárnicos.

VeSid
10 SEP 19

Comentar



NOTICIAS GASTRONÓMICAS

En Francia se prohíbe el uso de términos cárnicos en los productos vegetarianos

En Francia se ha aprobado una enmienda presentada por el diputado Jean-Baptiste Moreau, que prohíbe el uso de términos cárnicos en los productos vegetarianos y veganos. Se considera que se está engañando a los consumidores al utilizar nombres que se asocian a los alimentos cárnicos, y que la industria de los alimentos vegetarianos ha crecido a expensas de la industria cárnica porque se ha estado aprovechando de su prestigio y de sus términos.



VeSiD
20.ABR.18

Comentar



¿CÓMO SE REGULARÁ LA CARNE DE LABORATORIO?

alimentario@ub.edu | 93 400 45 56 | www.bioeticayderecho.ub.edu/alimentario

MÁSTER EN ALIMENTACIÓN, ÉTICA Y DERECHO
III EDICIÓN

UNIVERSITAT DE BARCELONA Observatori de Bioètica i Dret Campus de l'Alimentació

4:50 - 4 sept. 2019



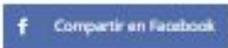
Inicio / Mercadotecnia / Las hamburguesas vegetarianas entran con todo a supermercados: Beyond Meat competirá con...

Mercadotecnia México

Las hamburguesas vegetarianas entran con todo a supermercados: Beyond Meat competirá con Impossible Foods

Tanto Beyond Meat como Impossible Foods son dos marcas que han establecido una pauta clave en el mercado de consumo con sus hamburguesas veganas.

Por Octavio Higuera · 31-07-2019 · Vistas: 316



Aspecto promocional de las hamburguesas de Impossible Foods. Imagen: Impossible Foods.

- Tanto Beyond Meat como Impossible Foods son dos marcas que han establecido una pauta clave en el mercado de consumo.

Únete a más de 120,000 lectores

Regístrate a nuestro newsletter en la siguiente forma y recibe a primera hora las noticias más importantes de mercadotecnia, publicidad y medios en tu correo.

ECONOMÍA 02/08/2019 07:56 CEST



La radical novedad de Burger King que cambiará para siempre tu forma de comer hamburguesas

Desde el 8 de agosto ya estará disponible en EE UU.

EFE



Millas + Pesos

Miami

Economy

Millas	Pesos
17.000 +	17.000 final

Club Cóndor



IMPRESA

PRESS-RELEASES
APOIO E PATROCÍNIO
CADASTRO DE JORNALISTA

HOME > IMPRESA > PRESS-RELEASES

Marfrig concierta acuerdo con ADM y producirá Hamburguesa Vegetal en Brasil

- *ADM será responsable del suministro de un sistema de base vegetal y Marfrig, de la producción y comercialización de hamburguesa y otros productos*
- *Las hamburguesas vegetales llegan al mercado este mismo año*

São Paulo, 6 de agosto de 2019 - Marfrig Global Foods, una de las compañías líderes globales en carne vacuna y mayor productora de hamburguesas del mundo, anunció hoy un acuerdo con la estadounidense Archer Daniels Midland Company (ADM), una de las mayores procesadoras agrícolas y proveedoras de ingredientes alimenticios del mundo, para producir y comercializar productos a base de proteína vegetal en Brasil.

La negociación firmada entre Marfrig y ADM establece que las empresas trabajarán en conjunto para desarrollar productos con base vegetal y que ADM será responsable del suministro de la principal materia prima usada en el proceso. Marfrig, a su vez, producirá, distribuirá y venderá los productos al *food service* y a minoristas. "Juntas, Marfrig y ADM producirán una hamburguesa 100% vegetal con sabor y textura similares a los de la carne. Queremos darle al consumidor el poder de la elección. Es él quien decide", dice Eduardo Miron, CEO de Marfrig Global Foods. "La hamburguesa vegetal llega para complementar la cartera de productos de Marfrig y atender a todos los canales de mercado en los que actuamos".

"Ofrecemos una estructura avanzada de I+D, ingredientes naturales y soluciones tecnológicas, inclusive con la ventaja de la fabricación local, para anticipar tendencias de la industria y satisfacer de forma personalizada las necesidades de nuestros clientes. Somos el aliado ideal para apoyar e incentivar el desarrollo sostenible de la industria de alimentos, especialidades y nutrición sana", afirma Roberto Ciciliano, presidente de ADM Nutrición en Latinoamérica. Complementa: "el acuerdo con Marfrig refuerza ese propósito".

La producción de hamburguesas vegetales en Brasil se iniciará en la unidad de Marfrig en Várzea Grande, Mato Grosso. Parte de la base vegetal saldrá directamente de la fábrica de ADM en Campo Grande a la planta de Marfrig.

Las primeras hamburguesas vegetales producidas por la alianza entre Marfrig y ADM llegarán al mercado en Brasil este mismo año y, posteriormente, también se destinarán a la exportación. En la primera fase del lanzamiento, los productos serán suministrados al canal de *food service*. Después, las hamburguesas vegetales empezarán a ser distribuidas al canal minorista. Marfrig lanzará una marca específica para productos de origen vegetal.

<https://www.marfrig.com.br/es/documentos?id=842>

Voltar



Economía

Beyond Meat: la carne vegetal desembarca en la Argentina

06 Septiembre 2019 - 00:02

La marca que revolucionó el mercado estadounidense llegará al país a través de una food tech de origen chileno. Sus productos a base de vegetales imitan el color y el sabor de la carne vacuna.



Variantes. La oferta abarca hamburguesas, chorizos y salchichas.



¿ Cómo se analiza la posible reacción de la gente con estudios de mercado?

CARNE SINTÉTICA

La Nación, 13 de noviembre de 2018

LA ECONOMÍA

Cómo es la carne sintética que se presentará hoy en Buenos Aires



Diego Devar, el emprendedor de Bala Simposi y Castro Equemari

Producción de carne sintética cultivada a partir de células madre de origen animal, utilizando menos tierra, agua y energía que la que se emplea para producir la carne de manera convencional.

El proceso es lo que se conoce como agricultura celular. Un método para crear carne real en el laboratorio sin tener que hacer sufrir o matar animales.

Maria Julieta Nuri

13 de noviembre de 2018 - 11:36



Emprendedores, investigadores y representantes del sector público y privado se reunirán hoy en BioArgentina 2018, uno de los eventos de biotecnología más importantes del país organizado por la Cámara Argentina de Biotecnología (CAB), en el Centro de Exposiciones y Convenciones de la Ciudad.

En el encuentro, los investigadores podrán presentar sus proyectos a empresas líderes y se realizará un [startup stadium](#) con la presentación de [emprendimientos biotecnológicos](#) argentinos con impacto global.

3: FRANCISCOISC



FRANCISCOISC dic 5, 2018 2:22 PM



Lo veo como algo realmente antinatural y creo que en algunos aspectos desconfiaría. Como ventajas, que no se matan animales y se la puede hacer para que sea siempre tierna. Y como desventaja, todos los químicos, hormonas y cosas por el estilo que pueda llegar a tener. Tal vez me animaría a probarla y tal vez la pagaría más cara por todo el trabajo previo de investigación que habría

¿ Qué opinan los centennials de la pcia de Corrientes sobre la carne sintética?



JONATHANB completó la actividad [Nuevas tendencias](#) dic 5, 2018 3:59 PM

Carne sintetica

Pienso que el proceso lleva químicos sino me equivoco, no sabria decir que ventajas o desventajas tendria pero de seguro si la probaria pero seguro estaria mas caro por el proceso que lleva



Todas las fotos · Ver respuesta

¿Lleva Químicos?



OCTAVIOL completó la actividad [Nuevas tendencias](#) dic 5, 2018 3:34 PM

Carne sintetica

Me parece una exelente manera de cambiar el rumbo que estamos llevando hacia una vida mejor, ya que Estas son la clase de ideas que se necesitan para el avance de la sociedad de hoy , porque de esta manera no se lastimarian más animales para conseguir su carne

· Ver respuesta

¿ No se lastimarían animales?



FRANCOG completó la actividad [Nuevas tendencias](#) dic 5, 2018 12:51 PM

Carne sintetica

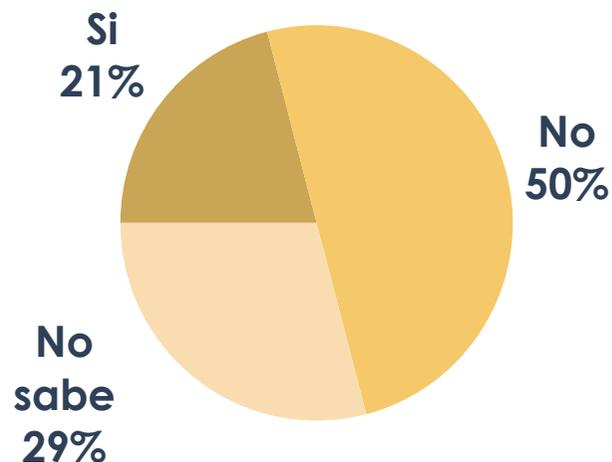
No se , es medio raro tendria que probar para dar una opinión al respecto pero por el momento es raro

· Ver respuesta

Es medio raro...

**PREDISPOSICIÓN AL
CONSUMO
DE CARNE ARTIFICIAL**

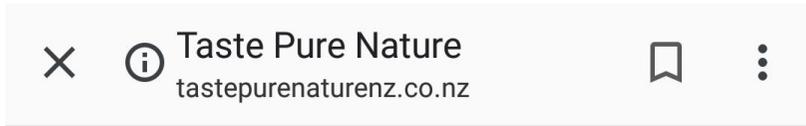
¿Consumiría Ud. carne artificial, es decir, carne cultivada, elaborada en un laboratorio a partir de células de un animal vivo sin necesidad de sacrificarlo?



SOCIODEMOGRÁFICOS	SEXO		EDAD		
	F	M	18 a 35	36 a 50	>50
Si	16%	26%	27%	20%	12%
No	51%	49%	45%	53%	55%
No sabe	33%	25%	28%	27%	33%

Fuente: IPCVA Monitor on line 2019

Hay que conectar con el consumidor con historias y emociones....



FAQ
BRAND
TOOLKIT
CONTACT



OUR STORY



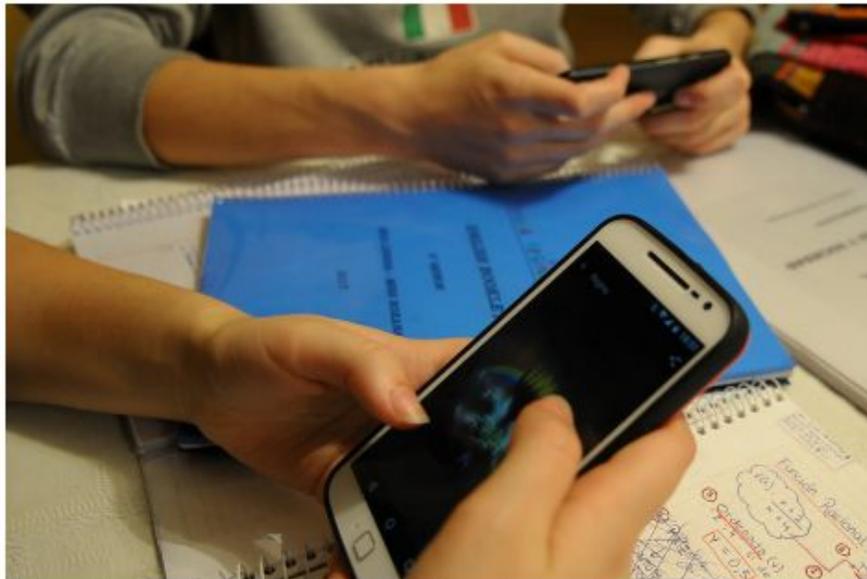


Nuestra relación con la tecnología está afectando nuestros hábitos de compra y consumo...

Vidas aceleradas...

Nacidos entre 1994 y 2010 Generación centennials: afirman que hay sólo 5 segundos para captar su atención

Surge de un estudio de la consultora IPSOS. También detectó que los adolescentes pasan no menos de 4 horas al día conectados con dos pantallas en simultáneo.



Hiperconectados. Los adolescentes pasan 4 horas viendo dos pantallas a la vez.

 JULIETA ROFFO

COMENTARIOS (2)   

¿Sabe cuántos impactos publicitarios recibe usted al día?

Además, ¿tiene idea de cuántos se quedan dando vueltas en su cabeza? Una buena parte de los humanos tiene que vivir las 24 horas los siete días a la semana rodeados de mensajes publicitarios y estrategias de marketing que los invitan a consumir de manera física o virtual.



3000

Tecnoadicciones

Ya es norma: Chequear el celular y desatender a la persona que tenemos enfrente

Febrero 7, 2019 | Este fenómeno se denomina "phubbing" y está directamente ligado a la nomofobia, es decir, miedo a separarse del teléfono móvil. El 27 % de los argentinos reconoce tener ansiedad si no tiene acceso a internet.

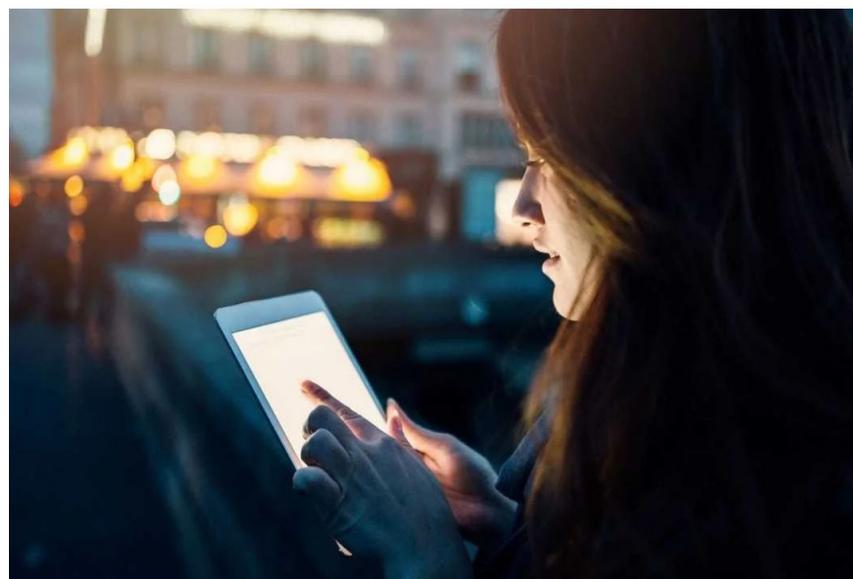
Escrito por [ANDigital](#)

Punto a Punto Diario

Los cordobeses, en el podio del uso compulsivo de TICs

 Diego Caniglia

5 meses ago



Woman using tablet at night by Seine river in Paris.

LA NACION

Del "ATR" al "yaqui": 20 términos para entender el lenguaje de la generación Z



Los que vinieron después de los millennials se las traen con palabras viejas con significados nuevos y siglas que parecen códigos secretos

Crédito: Shutterstock

https://www.0221.com.ar/not 6

0221.com.ar 18°



INCOMPRABLE
"La Plata No Come Carne", el boicot viral en las redes contra el aumento de precios

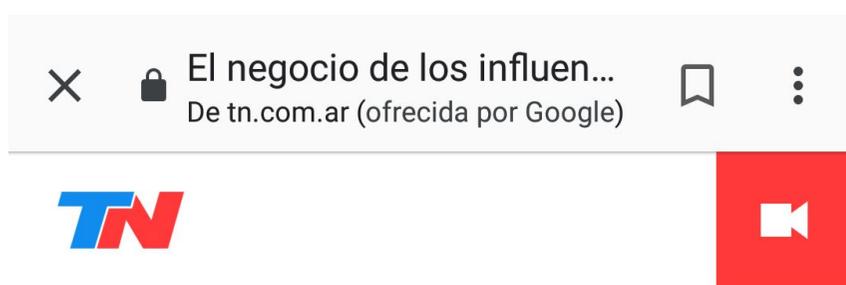


Con más de 8 mil compartidos, una campaña incentiva a dejar de comer carne en la ciudad por los altísimos precios que alcanzaron los cortes. La medida ya se replicó



Vivimos en una cultura cada vez más Virtual...donde la tecnología amplifica lo bueno y particularmente lo malo.

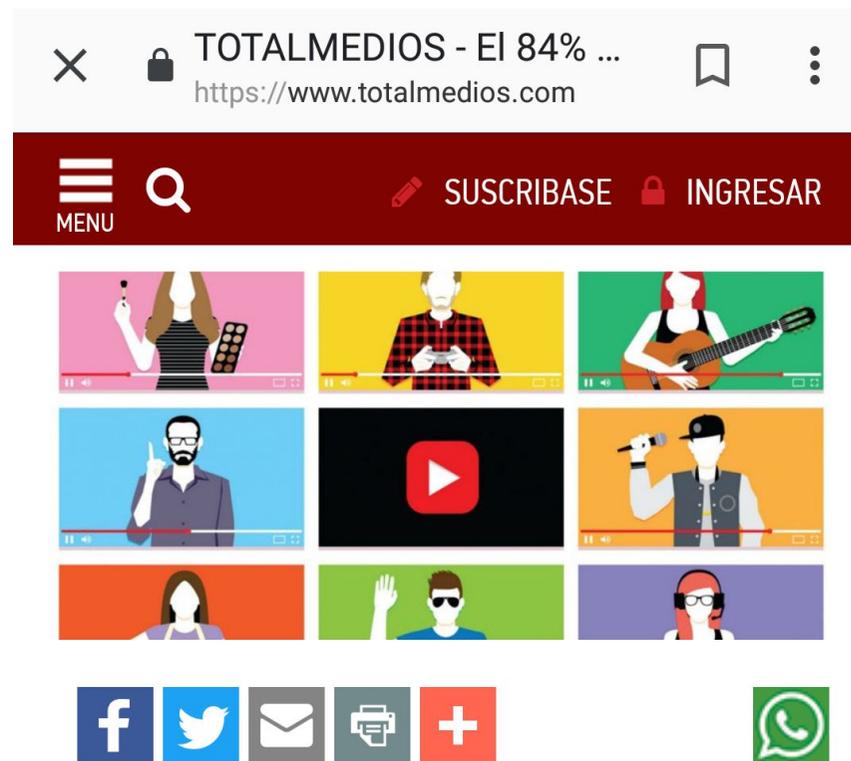
Hay crecientes dificultades para proteger la imagen de los productos y la reputación de quienes los producen



TN > [Economía](#)

El negocio de los influencers: cuánto ganan y cómo trabajan los instagramers que viven de la cultura del like

Detrás de las cuentas con miles de seguidores en las redes, hay emprendedores autodidactas que aseguran que su éxito está en decir la verdad. Por qué las marcas los



01.02.2019

EL 84% DE LOS ANUNCIANTES CREE QUE EL MARKETING CON INFLUENCERS ES EFECTIVO



CARNIVOROS

El arte del asado según el chef argentino Dante Ferrero

Dante Ferrero es conocido como "el chef de la vaca" en México, se hizo famoso por asar vacas enteras a la menor provocación. Fui con él para aprender el arte del asado.

Por Sarah del Moral | 03 marzo 2016, 3:00pm



Curso de Asados Medell...
<https://www.kuipersparrilla.com>

¿Curso de Asado y Parrilla?

Vive una experiencia inolvidable junto a Luís Emilio Kuipers, el

YOUTUBER

ARGENTINO radicado en Colombia cuyo canal ha logrado **MÁS UN MILLÓN DE REPRODUCCIONES** en todo Latinoamérica.



SU DÉFICIT ES PELIGROSO

Los problemas que causa la falta de vitamina B12 (y que afectan más a los veganos)

Este micronutriente es fundamental para el funcionamiento del cerebro y del sistema nervioso de todas las personas. Algunos grupos, sin embargo, corren un mayor riesgo

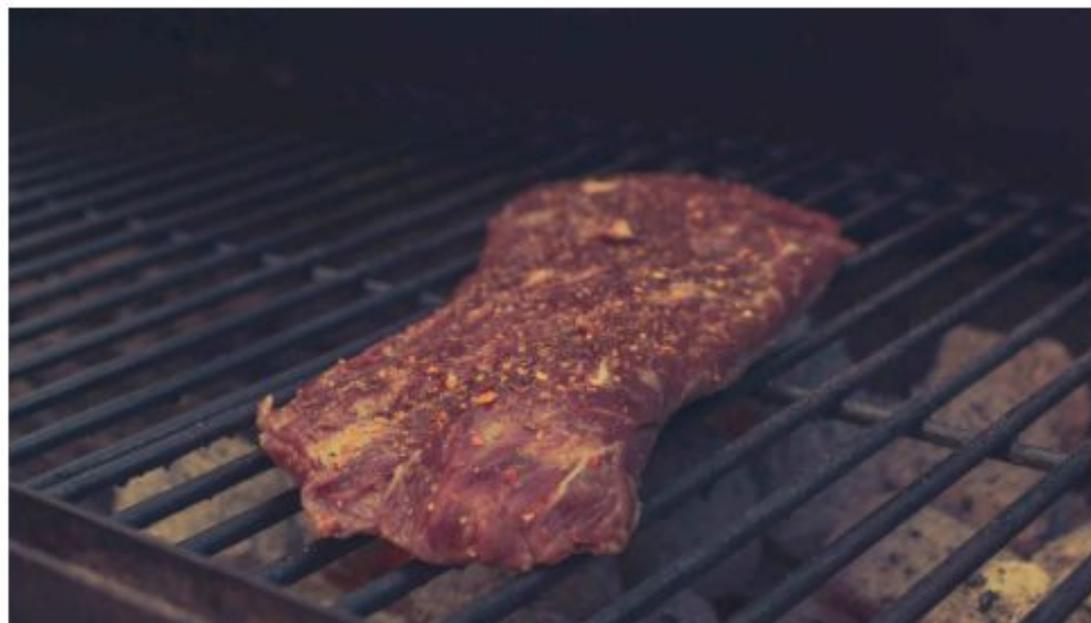
Sergio Gómez

CONTACTO

Mar, 05 Jun 2018 - 05:00 H.

Actualizado: 8 H.

Tiempo de lectura: 4 min



La carne es uno de los alimentos con más aporte de vitamina B12.

Un cambio cultural, en la era del #MeToo

Ni atadas, ni violadas, ni cocineras: el Reino Unido prohíbe la publicidad sexista

Las campañas que reproducen estereotipos machistas están siendo cuestionadas en todo el mundo, pero pocos países asumen medidas formales. Aquí, algunos ejemplos indignantes.



Dolce & Gabbana. Todos contra una.

Centennials feministas...

Wapa

MUJER MODA Y BELLEZA SALUD ENTRETENIMIENTO SEXO HORÓSCOPO HOGAR

SOCIALES PUBLICIDAD // MUJER // PUBLICIDAD SEXISTA

Panel publicitario muestra a una mujer siendo comparada con un trozo de carne [FOTOS]

El panel publicitario comparaba a una mujer con un trozo de carne "por su sabor", luego del aluvión de críticas a través de las redes sociales por la publicidad sexista se retiró la valla.



Redacción Wapa.pe
12:00:2107
1105.000

Un panel publicitario de una tienda de carnes en Ecuador mostraba a una mujer sonriendo junto a un trozo de carne cruda cerca de su rostro, junto a esta imagen rezaba la frase "tenemos el mismo sabor". Varios usuarios fotografaron y grabaron la valla publicitaria y lo denunciaron a través de las redes sociales.

19 Y 20 DE OCTUBRE
-30%
hasta 6 cuotas sin interés
CON TARJETA DE CREDITO
EN TIEMPO DE ENTREGA

conocé más

Banco Ciudad

LO MÁS VISTO

¡Conoce Tallandia! Aquí te decimos cuánto dinero necesitas y cómo llegar desde el Perú [FOTOS]

Road to Ultra: 4 consejos para ir a la gran fiesta electrónica







Gracias por su atención !!
Adrian Bifaretti

a.bifaretti@ipcva.com.ar