

# CAMPAÑA EDUCATIVA: DERRIBANDO MITOS

Lic. Luis Fontoira\*. 2006. Rev. Brangus, Bs. As., 28(53):42-43.

\*Depto. de Comunicación y Prensa IPCV.

[www.produccion-animal.com.ar](http://www.produccion-animal.com.ar)

Volver a: [Comercialización](#)

En un país ganadero por excelencia, el desconocimiento hacia la cadena cárnica es alarmante. Bajo el lema "saber lo que consumimos es valorar lo que producimos", el Instituto de la Carne Vacuna lanzó su primer campaña educativa buscando informar a la opinión pública.



El Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA) lanzó una campaña de comunicación con carácter informativo, educativo y didáctico, destinada a informar a la opinión pública sobre cuestiones fundamentales relacionadas con la cadena de la carne vacuna.

Las piezas de la campaña buscarán que los argentinos, que son los primeros consumidores mundiales de carne vacuna, puedan tomar conocimiento de algunas nociones básicas referidas al trabajo de la cadena como, por ejemplo, el tiempo de cría de un animal, el porcentaje de la producción total de carne que se exporta o la cantidad de este producto que se produce anualmente.

El propósito de esta campaña educativa es contribuir a superar el alto nivel de desconocimiento público sobre el tema, demostrado por un estudio de la consultora TNS-Gallup Argentina encargado especialmente por el IPCVA. Pese a la importancia de la producción de la carne vacuna para el desarrollo económico del país y del papel central que ocupa en los hábitos alimenticios de los argentinos, la investigación de TNS-Gallup reveló que la opinión pública desconoce o posee conceptos erróneos sobre temas vinculados a la producción e industrialización de la carne y al trabajo de cada eslabón de la cadena.

Por ejemplo, al preguntar sobre el porcentaje de carne vacuna que se exporta, la mayoría de los argentinos tienen la creencia, profundamente arraigada, que la cantidad que se exporta es mucho mayor que la que se consume en el país, pese a que los datos de la realidad indican que cerca del 80 por ciento de la carne producida queda en nuestras mesas. Es así como un 20 por ciento de los encuestados declara que se exporta entre un 26 y un 50 por ciento, un 25 por ciento entre un 51 y 75 por ciento y un 12 por ciento, más de un 75 por ciento. En este caso, un porcentual significativo, 41 por ciento, no responde.

Ante ese escenario, el IPCVA -instituto integrado por todos los eslabones de la cadena, desde productores hasta frigoríficos- decidió llevar adelante esta campaña didáctica de carácter masivo. "Las investigaciones que hemos realizado nos indican que, a pesar de ser la Argentina el país ganadero por antonomasia, la mayoría de la gente desconoce cuestiones básicas. Creemos que es obligación del Instituto hacerle conocer a la opinión pública todo el esfuerzo y el trabajo que hay detrás de la carne que consumen a diario", expresó el presidente del IPCVA, Arturo Llavallol.

La campaña, basada en piezas de fácil decodificación y gran potencial de recordación, tendrá presencia en televisión, radios, medios gráficos y vía pública en todo el país.

El claim que resume la idea general de la campaña es: "Saber lo que consumimos es valorar lo que producimos".

### **ENCUESTA TNS-GALLUP - MÁS MITOS DE LA CADENA CÁRNICA**

- ◆ Los argentinos sobreestiman la cantidad de frigoríficos, subestiman la cantidad de productores ganaderos y desconocen la cantidad de empleos que brinda la cadena de producción de la carne vacuna.
- ◆ Siete de cada 10 personas creen que la carne vacuna que se exporta es mejor que la que se consume en el país. Esta aseveración no sólo es falaz, sino que se podría aseverar lo contrario de acuerdo al "paladar" argentino, que sobreestima los animales jóvenes y pequeños.
- ◆ Otro dato sintomático del desconocimiento está vinculado a la valoración de las diferentes categorías de animales en relación a la calidad de carne: la ternera es la más valorada, con un 39 por ciento de las opiniones, la vaquillona se ubica casi en el último lugar (4 por ciento), con un porcentaje similar al de la vaca (3 por ciento).
- ◆ El tiempo necesario para producir un animal destinado al consumo es desconocido por la mayoría, lo cual permite inferir una subestimación del trabajo de productores e industriales. Un 50 por ciento de los encuestados ni siquiera arriesga cifras. Entre los que sí arriesgan cifras, la percepción apenas alcanza los 2 años.
- ◆ Una gran mayoría considera que el precio de la carne es caro, incluso comparado con el de otras carnes, lo cual es incorrecto.
- ◆ Sólo un 10 por ciento de los argentinos le otorga cierta importancia al aumento del consumo interno de los últimos años en el precio del producto, seguramente uno de los detonantes de la crisis actual.

Volver a: [Comercialización](#)