



Information Gateway Initiative

Canada Beef presenta una iniciativa para fomentar el consumo de vacuno.



ALIMENTACIÓN | CONSUMO | CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS



AMÉRICA | CANADÁ

WASHINGTON DC
16.02.2022

Según Statistics Canada, en 2020, la demanda al por menor de carne de ternera aumentó un 5,5%, a causa del aumento de las compras provocadas por las directrices de permanecer en casa. Además, la cuota de mercado de la carne de vacuno aumentó, representando el 28,7% del consumo total de carne. Como consecuencia de estas tendencias generales asociadas a la pandemia de la Covid-19, Canada Beef ha anunciado el lanzamiento de la denominada "Information Gateway Initiative", con el fin de informar a los consumidores sobre los distintos cortes de carne de vacuno disponibles, mediante el uso de un código QR escaneable.

Indirectamente, el Gateway debería contribuir al futuro crecimiento de la industria ganadera canadiense. Según Michael Young, presidente de Canada Beef, su objetivo es "aumentar la frecuencia de compra de carne de vacuno", mejorando la información disponible para el consumidor mientras está en la tienda.

La Information Gateway Initiative dará acceso a los consumidores canadienses a un perfil digital con 75 tipos diferentes de cortes de carne de vacuno, vídeos sobre recetas y preparaciones y consejos sobre seguridad alimentaria y almacenamiento. Esta iniciativa se realizará a través de códigos QR o UPC y está siendo organizada por Canada Beef, una organización nacional e independiente que trabaja en la comercialización y promoción de la carne de vacuno.

Los análisis del consumo y encuestas realizados por Canada Beef han puesto de manifiesto que, durante la actual pandemia Covid-19, los consumidores cada vez dedican más tiempo a cocinar en casa y buscan obtener más información sobre los alimentos que consumen. Este interés se extiende también a aspectos como la seguridad alimentaria y la información nutricional sobre la carne de vacuno.

Esta iniciativa se llevará a cabo en colaboración con las empresas de distribución de productos cárnicos. Michael Young, afirma también que "[están] en negociaciones y construyendo pasarelas personalizadas para algunos de los principales distribuidores", lo que significa que los diferentes

minoristas también podrán tener la posibilidad de personalizar aún más las pasarelas para obtener información relevante. Por ejemplo, se podrá incluir una opción de rastreo, para que los consumidores puedan conocer la procedencia de su carne.

La Information Gateway Initiative también espera incluir recetas específicas para diferentes dietas. Por ejemplo, proporcionando información específica e ideas de recetas para dietas Keto, Atkins, vegetarianas o sin gluten.

La iniciativa también pretende trabajar con recetas de diferentes etnias, para reflejar la diversidad étnica de Canadá.

El principal instrumento de la iniciativa son los códigos QR, que pueden escanearse con la cámara de un smartphone para acceder a la información de forma rápida y sencilla.

Debido a la pandemia, muchos restaurantes y negocios han recurrido a los códigos QR como alternativa a los menús físicos o los folletos informativos. Aprovechando la familiaridad del ciudadano medio con los códigos QR, Canada Beef ha empleado esta opción para aumentar el alcance y la accesibilidad.

Con el lanzamiento inicial de este servicio, los códigos QR sólo estarán disponibles en el sitio web de Canada Beef, al que se puede acceder a través del vínculo <https://canadabeef.ca/stakeholder-gateway/>. En la siguiente fase de la iniciativa, Canada Beef espera poder incluirlos en el embalaje de los productos en tienda.



Ejemplo de código QR