

# El abogado del huevo

(*Balanceados Argentinos, 2: 22, 88. 1984*) (\*)

**El huevo tiene, desde ahora, quien lo defienda. Tiene una voz masiva y convincente que hará la defensa de sus virtudes. El huevo tiene ya su propio abogado.**

El huevo tiene, desde ahora, una estructurada campaña de publicidad que exaltará sus características, con el propósito de influir en el ánimo del público y lograr una mayor acción de compra en todos los niveles. El huevo tiene, desde ahora, su abogado.

Ese abogado es, en esta instancia, la agencia Castro Azevedo Publicidad que tendrá a su cargo la campaña encomendada por CAFAB para promocionar al huevo.

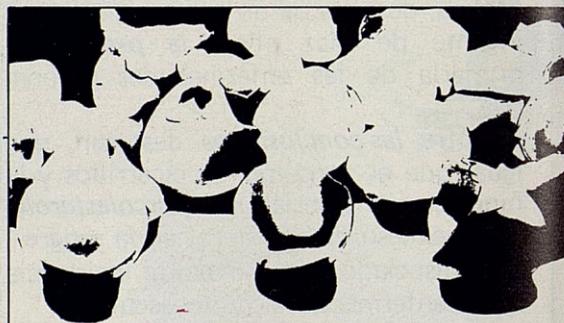
La estrategia creativa diseñada partió del hecho evidente de que el huevo es un producto popular "carismático" ancestralmente bien considerado pero escasamente conocido y sobre el que pesan mitos, prejuicios y reservas mentales que son perjudiciales para el crecimiento de su consumo.

El público sabe que es un producto alimenticio, pero no cuánto. Sabe que es económico, pero no hasta qué punto con relación a otros alimentos de análogo valor nutritivo. Sabe que es versátil, pero sigue aferrado a la costumbre de utilizarlo en sus formas más elementales: duro, pasado por agua, frito.

En resumen: el huevo es un producto muy conocido pero, paradójicamente, mal conocido.

Por eso, la campaña desarrollada se

orientó hacia la dramatización de una estrategia que suministrará abundante informa-



## Para mejorar la salud de la población hay que hacer cáscara.

Hay que consumir mucho huevos. Porque el huevo es el alimento más completo que se conoce. Un solo huevo proporciona el 10% de las necesidades diarias de proteínas. Que son las sustancias fundamentales con que se va edificando el cuerpo. La base de la vida. Un solo huevo satisface el 15% de los requerimientos diarios de fósforo y vitamina A. El 13% de los de cobre.

El 12% de los de vitamina D. Un alimento perfecto. Y económico. (1/2 docena de huevos tienen un valor nutritivo igual al de 1/2 kilo de carne). Es fácilmente digerible. Modera el colesterol. Es sabroso. Práctico y versátil. Es perfecto. El huevo es vida.

**CAFAB** Cámara Argentina de Fabricantes de Alimentos Balanceados

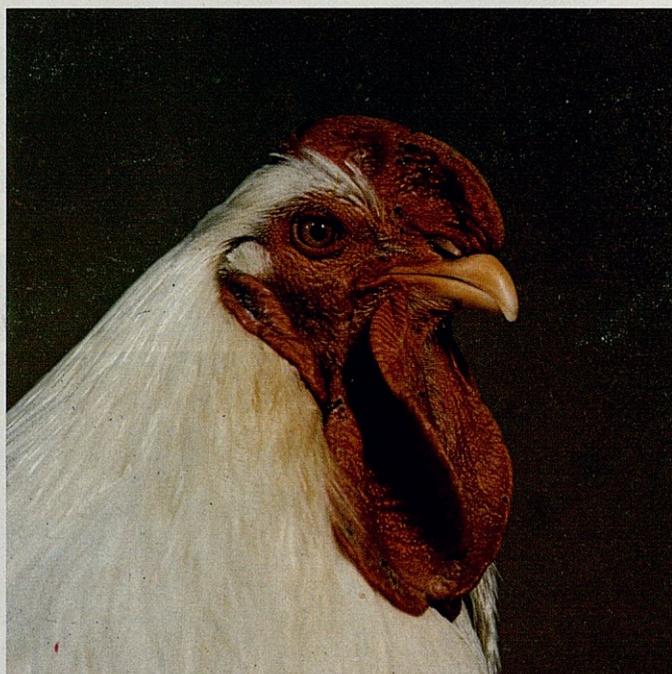
Participan de esta campaña las siguientes empresas: Alina S.A., Alper S.U., Juan Bouché García y Hnos., Molino Chacabuco S.A., Molino San Bernardo, Norberto S.A., Quilichano S.A., Super S.A.

ción acerca del producto, mediante mecanismos creativos que la hicieron atractiva, memorable y diferente.

(\*) *Balanceados Argentinos* es una publicación de la Cámara Argentina de Fabricantes de Alimentos Balanceados —CAFAB—.

- **MYCOGAL**
- **BACTERICIDE**
- **CORIDON FUERTE**
- **CORIDON C-S**

cuatro preparados para combatir los procesos respiratorios de las aves



**LABORATORIOS OVEJERO, S. A.**

C/. Peregrinos, s/n. - Apartado 321 - Telex 89833 LOLE-E - Tel. 23 57 00 - LEON

Publicidad ARREC - Madrid



# EQUIPOS INDUSTRIALES PARA AVICULTURA Y GANADERIA



Al servicio de AVICULTORES y GANADEROS realizamos:

**ESTUDIOS PROYECTOS Y PRESUPUESTOS para**

**GRANJAS AVICOLAS:** BATERIAS CRIA RECRIA  
BATERIAS PONEDORAS  
INSTALACIONES POLLO DE ENGORDE

**GRANJAS PORCINAS:** CELDAS DE VERRACOS, GESTANTES, PARTOS, RECRIA, CEBO,  
COMEDORES, BEBEDEROS, REJILLAS, ETC.  
ALIMENTACION AUTOMATICA DE CEBADEROS: EN SECO (AD-  
LIBITUM O RACIONADO) Y EN HUMEDO.  
ALIMENTACION AUTOMATICA PARA GESTACION, PARTOS Y  
RECRIA.

**NAVES PREFABRICADAS**

**CLASIFICADORAS DE HUEVOS STAALKAT**

**SISTEMAS DE VENTILACION**

**GRANJAS CUNICOLAS  
INDUSTRIAL  
GANADERA  
NAVARRA, S.A.**



CAFAB sabe que el huevo necesita promoción. Que la falta de publicidad sostenida lo ha dejado indefenso y abandonado a

Esto es posible por el aporte inteligente y concreto de varias empresas de la corporación que apoyaron el proyecto, empresas que son conscientes de la necesidad de jerarquizar al huevo, impulsar su consumo y sacarlo del estancamiento en el que se encuentra por medio de la publicidad. Porque como dijo un famoso publicitario: "hoy en día, hay una sola empresa que puede hacer dinero sin publicidad, la Casa de la Moneda".

Muchos miembros de la CAFAB piensan de manera análoga pero aún no se han sumado a la lista de quienes han depositado su confianza en el proyecto publicitario a largo plazo que se ha diseñado y que se acaba de emprender. Confiamos en que, a la vista de los hechos, otros integrantes de CAFAB aporten su contribución a los intereses comunes para realizar una publicidad sistemática y periódica que lleve el consumo del huevo a niveles más acordes con su importancia en la dieta y con el nivel alcanzado por el país en materia alimentaria.

Por lo demás, el propio secretario de Agricultura y Ganadería de Argentina, se pronunció favorablemente respecto de la calidad de la campaña y de la importancia que desde el punto de vista de los intereses nacionales tiene esta publicidad, por cuanto estimulará el consumo de un alimento tan importante en sí mismo como el huevo y tan fundamental como alternativa de otras fuentes generadoras de proteínas.

La suerte está echada. De nosotros depende el éxito.

# Yo acusado

Soy el huevo.  
Un producto popular.  
Querido por la gente.  
Con buena imagen.  
Pero que ha tenido escasa publicidad.  
Y poca comunicación con el público.  
Quien ignora, a veces, muchas de mis virtudes.  
Y que, en ocasiones, suele dejarse llevar por ideas falsas y preconcepitos.  
Soy un alimento perfecto.  
Generador de vida.  
Una usina de proteínas.  
Proporciono el 15% de las necesidades diarias de



El primer alimento sólido del hombre, luego de la leche materna.  
Soy un alimento económico, rico en posibilidades culinarias.  
Versátil.  
Sin tener que limitarme a ser comido duro, pasado por agua o frito.  
Soy un producto obtenido en el Laboratorio milagroso de la naturaleza.  
Un alimento perfecto.  
Y muchos no lo saben.

Insolito y vitamina A.  
Soy moderador del colesterol.  
Y fácilmente digerible.  
Soy imposible de adulterar o crear artificialmente.

**CAFAB**

Cámara Argentina de Fabricantes de Alimentos Bacterizados.

Participa de esta campaña los siguientes representantes: Almas S.A., Alper S.C., Juan Bruch Garcia e Hijos, Molino Charabón S.A., Molino San Bernardo, Nutrimex S.A., Quilbehr S.A., Sagrafina S.A., Super S.A.

su exclusivo e histórico prestigio. CAFAB sabe que cualquier producto debe tener un fabricante sólido y evidente que sea el responsable de su calidad. En tal sentido, CAFAB sale a avalar al huevo como si fuera su "fabricante".

## AGENTES DE ESTA REVISTA EN EL EXTRANJERO

- Argentina:** Librería Agropecuaria, S.R.L. – Pasteur, 743 Buenos Aires
- Colombia:** Representaciones Avícolas – Carrera, 13, núm. 68-66 Apartado Aéreo 20087. Bogotá
- Panamá:** Hacienda Fidanque, S.A. – Apartado 7252. Panamá
- Portugal:** Joaquín Soares – Livraria Ofir – Rua de San Ildefonso, 201 Porto.
- Uruguay:** Juan Angel Peri – Alzaibar 1328. Montevideo