



# Porcimás implementa frente al tema de la Influenza A H1N1, mal denominada “fiebre porcina”



El mes de mayo tuvo la particularidad de dar inicio a un ritmo acelerado en cuanto a las acciones que Grupo Porcimás, quien decidió enfrentar la crisis desatada en el sector por la mal denominada “fiebre porcina”, implementando una serie de acciones en el ámbito de la comunicación las las relaciones públicas.

Como primera acción se contrató a la empresa Zona de Prensa Comunicaciones para que creara un canal de comunicación entre Grupo Porcimás, La Cámara Costarricense de Porcicultores y los medios de comunicación.

Así se fueron generando notas periodísticas donde

se aclaró a la opinión pública respecto de que la carne de cerdo y su consumo no estuvieron relacionados con la fiebre A H1N1.

De estas acciones tomadas por Grupo Porcimás, se abrieron las oportunidades de reforzar los mensajes positivos por medio de la Ministra de Salud y del Ministerio de Agricultura, quienes se identificaron con el interés del sector de aclarar y educar a la gente respecto del tema de la influenza.

De manera complementaria, otras empresas, como Carnes Zamora, han aprovechado los esfuerzos y logros de Porcimás, como

la portada en el diario La Nación de la Ministra de Salud consumiendo carne de cerdo, para darle también impulso al tema del consumo.

Para la comunicación interna, Porcimás implementó la distribución de un comunicado para socios, cuyo primer tema recogió recomendaciones para el tratamiento del tema de la Influenza Humana, así como consejos para mejorar las medidas de bioseguridad en granjas. (Foto de boletín a socios).

Posteriormente se hicieron envíos semanales con informaciones de las acciones tomadas por Porcimás, siempre en torno al tema de la influenza.

Recuadro I

# Campañas

## En radio y televisión

En unión con la Cámara Costarricense de Porcicultores y el Sector Industrial también apoyamo la campaña de publicidad: Médicos recomiendan el consumo de la carne de cerdo y cuyo objetivo es promocionar el consumo de la carne de cerdo.

Esta campaña estuvo a cargo de la publicidad Father y estará al aire a partir hasta el 18 de junio del 2009.

La inversión para este proyecto, tuvo un costo de \$80.000 dólares fue posible gracias al aporte de todo el sector



## En puntos de venta

Grupo Porcimás, de forma independiente diseñó y distribuyó 400 afiches informativos en puntos estratégicos. Este material tiene como principal objetivo enfatizar que la carne de cerdo y su consumo es totalmente saludable y que no está relacionadas con la influenza. Además incluye información adicional respecto de cuidados sanitarios humanos y en granjas porcinas.

Los afiches se distribuyeron entre los socios del grupo a los socios y, a través de ellos, a sus contactos comerciales (carnicerías y puntos de venta) y también en sus centros de producción (granjas).

