

Mateo del Pozo Vegas Presidente de Anaporc

La revista Anaporc y la industria. Una relación para la generación de sinergias

Los profesionales del mundo de la comunicación y creativos publicitarios entendieron hace tiempo que la sociedad de consumo "compra" todo lo que esté bien publicitado y se presente en el marco adecuado. Cuando hablamos de profesionales científico-sanitarios, como es el caso de Anaporc, el producto además debe aportar valor; entonces, si un producto aporta valor, está

"ANAPORC no sólo es una revista más del porcino, sino un genuino órgano de comunicación de todo el sector que necesita del mismo para ser un referente válido"

bien publicitado y el mensaje aparece en el soporte correcto, se asume que es bueno y el público objetivo lo adquiere. Aunque aparentemente esto es una obviedad, lo que he subrayado tiene un gran peso específico cuando hablamos de la financiación de nuestra revista.

¡El soporte... es la clave! es decir, ¿cuál es el sostén teórico de la inclusión de elementos publicitarios por parte de la industria en una revista profesional del sector de la porcinocultura científica como ésta que tienes entre tus manos? Los argumentos han sido y serán siempre los mismos: una relación de beneficio mutuo que debe conllevar además la generación de sinergias para el crecimiento sectorial. Entonces, ¿es ANAPORC el producto y marco idóneo para desarrollar políticas comerciales que redunden en beneficios para la propia empresa y para el sector? Sin lugar a dudas, la respuesta es sí... por múltiples razones (y no sólo las exclusivamente editoriales):

Porque la realidad es que los mensajes publicitarios o institucionales de la industria llegan al público "diana" a través de un soporte específico como es Anaporc, una publicación en la que se debe confiar por su bagaje; su responsabilidad social; por el colectivo de profesionales científico-sanitarios que la sostienen y la avalan; por su compromiso de apoyo sectorial con los diferentes agentes que lo forman y por su proyección y reconocimiento en las diferentes Administraciones públicas. Un ejemplo claro de ello es la inclusión, en estas mismas páginas, de una entrevista en exclusiva con la Ministra del MARM Elena Espinosa.

Esta teoría conceptualista puede ser sencilla pero no simple; y no lo es porque el soporte además de serlo debe parecerlo: y así la revista Anaporc:

- Funciona como un elemento de conexión entre la industria, otras asociaciones y otros públicos.
- Coopera en el crecimiento y en la mejora del sector a través de sus secciones y páginas de contenidos.
- Se involucra directamente en la formación e información de todos los colectivos profesionales del mercado del porcino.

"ANAPORC tiene el respaldo de los veterinarios, productores, comerciantes y transportistas de porcino españoles"



- Sirve de nexo de información y de comunicación entre las diferentes Administraciones y los agentes sectoriales.
- Resulta el medio de difusión más idóneo de todo aquello que tenga influencia en nuestro Mercado.
- Abre puertas a nuevos conocimientos científicos.
- Promueve y divulga las grandes labores que realizan los veterinarios de porcino españoles y otros colectivos presentes en la revista (como productores, comerciantes y transportistas).
- Es una base eficaz para desarrollar nuevos métodos de información y relación, como nuestra web.
- Es el soporte idóneo para que todos nos sintamos integrados en un proyecto de crecimiento y de excelencia profesional.

No debemos olvidar que todo eso es Anaporc. En consecuencia, no sólo es una revista más en el universo del porcino, sino un genuino órgano de comunicación de todo el sector que necesita del mismo para ser un referente válido y para seguir generando esas sinergias que ayudarán a mejorar nuestro mercado. Debemos tener en cuenta que la inversión publicitaria puede convertirse en un gasto si el soporte elegido no tiene el refrendo y el peso específico para que la percepción del mensaje en el receptor sea la adecuada. Ahí es donde el soporte de nuestra comunicación es esencial, porque todo lo que publique Anaporc... tiene el apoyo y el respaldo de todos nuestros socios, esencialmente los veterinarios de porcino españoles, el colectivo científico e investigador de nuestro sector, así como los productores de porcino, los comerciantes y los transportistas. Apoyar y colaborar con la revista Anaporc es por lo tanto involucrarse en el crecimiento de todo el sector.



Desde aquí nuestro más sincero agradecimiento a todos aquellos laboratorios y compañías que mes a mes, algunos desde hace años, hacen posible que la revista Anaporc continúe siendo un proyecto de todos.