El sector porcino español: un modelo ganador

Manuel García
Presidente de Interporc

QUIERO APROVECHAR para felicitar el año a la gran familia del sector porcino de capa blanca español, que sin lugar a dudas tiene motivos de sobra para sentirse orgullosa del trabajo realizado en estos 12 meses. Atravesamos momentos históricos que nos han situado a la vanguardia internacional y nos hemos convertido en un verdadero ejemplo dentro y fuera de nuestras fronteras.

En los últimos años hemos incrementado de forma importante las ventas al exterior, que se han duplicado entre 2007 y 2015, pasando de algo menos de 2.000 millones de euros a algo más de 4.000 millones el pasado año, cifra que se va a ver superada de forma importante en este año 2016, en el que las previsiones que maneja INTERPORC están cercanas a los 4.500 millones de euros. A la vez, estamos manteniendo cierta estabilidad en el consumo interno que nos permite ser optimistas.

...hemos creado y mantenido un modelo de negocio ganador y con futuro.

Estos éxitos no son fruto de la casualidad ni se deben a situaciones coyunturales que nos hayan favorecido especialmente, sino a que hemos creado y mantenido un modelo de negocio ganador y con futuro. Un modelo especializado que es altamente competitivo en todos los eslabones de la cadena de valor del porcino.

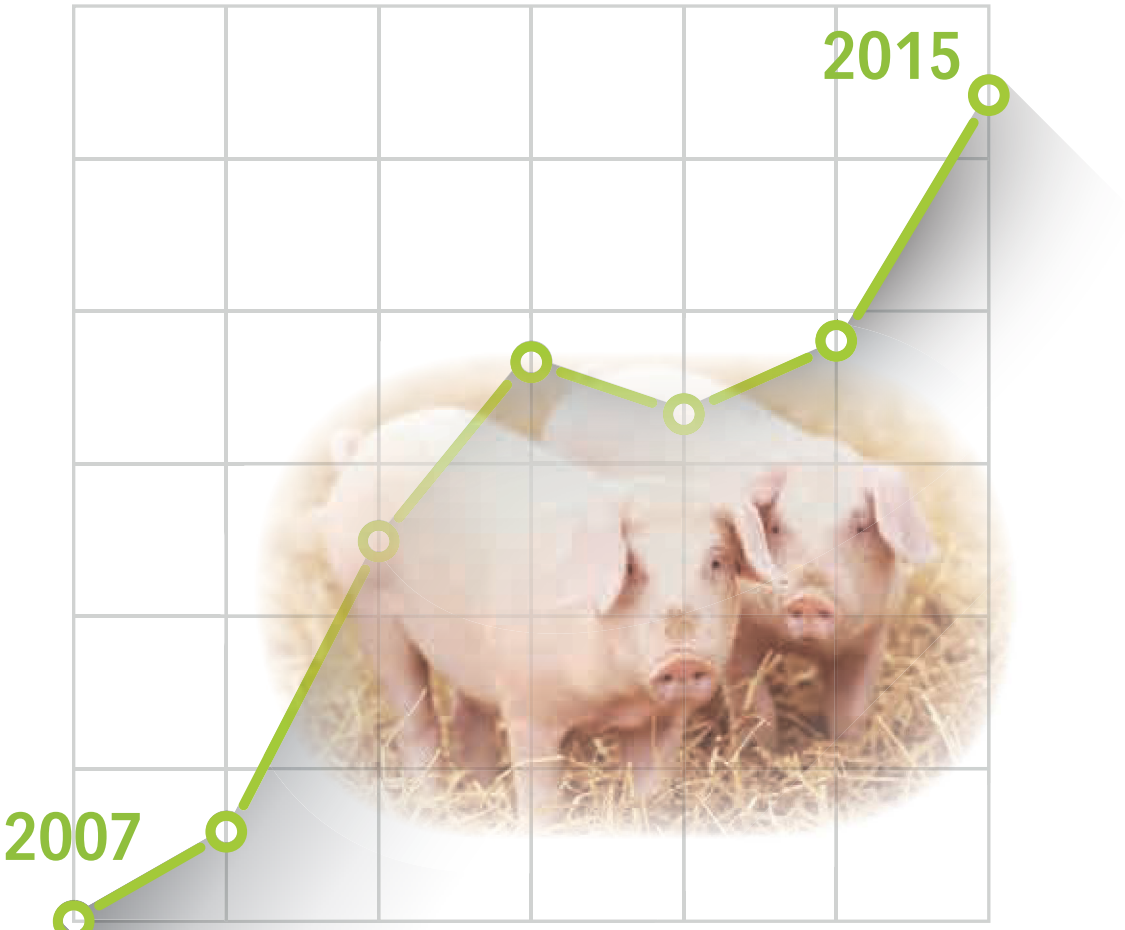
Así, contamos con explotaciones ganaderas tecnificadas y bien dimensionadas; con industrias que son un ejemplo de innovación y calidad; con unos detallistas que son grandes embajadores del sector ante nuestros consumidores; y con una red comercial muy profesionalizada que vende en los cinco continentes.

A eso hay que sumarle que contamos con el modelo productivo más exigente del mundo, que descansa en rigurosos estándares que aseguran el bienestar de los animales, la sostenibilidad de la actividad, la seguridad alimentaria, la trazabilidad de la granja a la mesa y la calidad de nuestros productos.

UNA INTERPROFESIONAL AL SERVICIO DEL SECTOR

Desde Interporc tenemos claro que el mandato que recibimos de nuestros asociados es mantenernos al servicio del sector porcino español y convertirnos en un instrumento útil para todos, ayudando a que puedan progresar. Por ello cada iniciativa que llevamos a cabo está consensuada con los diferentes eslabones de la cadena con el fin de que cumpla dos requisitos fundamentales: ser complementaria con el trabajo que llevan a cabo las empresas y las asociaciones que componen la Interprofesional; y contribuir de forma efectiva a cumplir con las funciones que nos otorgan: la promoción de las bondades del consumo de carne y elaborados del cerdo blanco, la difusión de la buena labor del sector porcino, el apoyo a la I+D+i o la mejora de la información sobre aspectos relevantes del sector.

En este aspecto quería destacar someramente las principales actuaciones que se han llevado a cabo por parte de INTER-



PORC, entre las que destaca la campaña de promoción interior 'Nuestra carne blanca', en la que hemos tenido presencia en las principales televisiones y en Internet, consiguiendo más de 400 millones de impactos en las dos oleadas que hemos tenido en este año.

Así mismo, en el mercado nacional hemos desarrollado numerosas acciones de promoción, como campañas en Canal Cocina y en 'El Comidista'; la organización del 'III Foro Porcino Internacional' que contó con la participación del comisario europeo de Agricultura y Desarrollo Rural, Phil Hogan, y de la ministra Isabel García Tejerina; el patrocinio del 'Día Mundial de la Tapa'; acciones con Paradores de España; o la organización de varios 'Concursos de Cortadores de Jamón'. Así mismo, nos hemos dirigido al público infantil con acciones informativas en colegios, Concursos de Dibujos o la participación en ExpoCiencia-Valencia para mostrar a 400 escolares la importancia de mantener hábitos saludables y una correcta alimentación.

Otro colectivo al que nos hemos dirigido es al de los profesionales de la salud y nutrición, con iniciativas como la participación en la 'I Conferencia Mundial sobre Dieta Mediterránea' en Milán, numerosos congresos nacionales en España, conferencias o webinarios, clases magistrales online dirigidos a los profesionales.

También hemos trabajado para dotarle al sector porcino de información útil y relevante apoyándonos en las posibilidades que nos ofrece el Big Data. En este aspecto es destacable el Sistema Informático de Comercio Exterior (SICE), el Barómetro Porcino o la Base de Datos BD Porc, que se han convertido ya en herramientas que ayudan a tomar decisiones a nuestras empresas.

En el ámbito internacional hemos cumplido los objetivos del Plan de Internacionalización, que ha contemplado más de 50 acciones en 12 mercados del máximo interés para el sector porcino de capa blanca español, además de un amplio programa de actividades paralelas que han incluido desde misiones junto a la Comisión Europea hasta la organización de Jornadas en China.

De cara al año 2017, desde Interporc seguiremos trabajando en beneficio del sector, al que sólo puedo augurarle los mayores éxitos, ya que su fortaleza y su profesionalidad nos hacen estar convencidos de que el porcino de capa blanca español va a seguir cosechando grandes triunfos en los tiempos venideros.