INTER PORC

Interprofesional
Porcino de Capa Blanca

Memoria Anual

2018

Índice

Bloque primero (1): Introducción, Presentación y aspectos generales 5

1.1. Saluda del Presidente 7

1.2. Resumen del Director General 8

1.3. ¿Qué es INTERPORC? 9

Bloque segundo (2): El sector porcino de capa blanca en 2018 13

Bloque tercero (3): Actuaciones en apoyo de los sistemas, la competitividad,la sostenibilidad y la bioseguridad en la cadena sectorial 25

3.1. Apoyo al desarrollo del mercado interior 27

3.1.1. Actuaciones en 2018 de promoción dirigidas al consumidor 27

3.1.2. Actuaciones en 2018 de comunicación a los profesionales de la salud 30

3.1.3. Otras actuaciones de INTERPORC, en apoyo del Mercado Interior, desarrolladas en 2018 36

3.2. Apoyos al desarrollo de la internacionalización sectorial 43

3.2.1. Elaboración de Información y Documentación sobre comercio exterior 43

3.2.2. Actividades de Promoción Comercial Exterior 44

3.2.3. Otras actuaciones de INTERPORC en apoyo de la internacionalización desarrolladas en 2018 52

3.3 Actuaciones en apoyo de los sistemas, la competitividad, la sostenibilidad y la bioseguridad en la cadena sectorial 55

3.3.1 Potenciación de los sistemas de información/conocimiento sectorial 55

3.3.2. Actuaciones en apoyo de la bioseguridad sectorial y sanidad animal 56

3.3.3. Actuaciones en apoyo del Bienestar Animal y del Desarrollo Sectorial Sostenible 60

3.3.4. Responsabilidad social corporativa 63

3.4. Actuaciones de carácter institucional, cooperación y representación 64

3.4.1. Actividades para la defensa de la carne 64

3.4.2. Participación en Foros, Conferencias y Eventos 65

3.4.3. Acuerdos, Convenios y viajes institucionales 67

3.4.4. Colaboración con organismos e instituciones 67

3.5. Comunicación y generación de imagen del sector porcino de capa blanca español 68

3.5.1. Gabinete de Comunicación e Imagen 68

3.5.2. Comunicación Digital (web, Redes Sociales y otros) 69

3.5.3. Publicaciones 73

3.6. Acciones cofinanciadas 75

3.7. Reconocimientos a la labor de INTERPORC 79

INTERPORC SPAIN

Organización Interprofesional Agroalimentaria
del Porcino de Capa Blanca

Bloque primero (I):

Introducción, Presentación y aspectos generales

1.1. Saluda del Presidente

Bienvenidos un año más a esta "Memoria 2018", que es ya la cuarta que editamos y que tiene como objetivo recoger todo el trabajo que durante el año 2018 hemos realizado desde la Organización Interprofesional del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC) para cumplir con los objetivos que nuestros asociados nos han encomendado, que aunque son muchos y de diferente índole, pueden resumirse en uno: dar al sector porcino el lugar que se merece tanto dentro como fuera de nuestras fronteras, por su sistema de producción, referente mundial en sostenibilidad y modernidad; su industria innovadora; y su clara vocación internacional.

El éxito de este sector, al que tengo el honor de representar como presidente de INTERPORC, se debe a la insuperable labor realizada en todos los eslabones de su cadena de valor, desde los productores a las industrias, pasando por los transportistas, distribuidores o detallistas. Esa unidad, nos ha llevado a destacar en factores que a su vez han sido determinantes del éxito, como la especialización o la internacionalización el sector porcino.

Tenemos un modelo de producción que es admirado en todo el mundo porque cada parte de la cadena está profundamente especializada y profesionalizada. Contamos con granjas que son un modelo de tecnificación, de productividad y de sostenibilidad; con industrias que están a la cabeza en innovación, en calidad, en comercialización; con detallistas y distribuidores que, con su profundo conocimiento del producto, y con el respeto que le merecen sus clientes, hacen de grandes embajadores de nuestra carne y elaborados porque saben que es un producto de máxima calidad y garantía.

En cuanto a la internacionalización, es necesario destacar no sólo los números, que nos sitúan como el tercer mayor exportador del mundo, sino la visión internacional de todas y cada una de las personas que componen este sector, lo que significa que trabajamos desde el inicio pensando en los mercados mundiales.

Desde la Interprofesional, como no podía ser de otra manera también dedicamos parte de nuestros esfuerzos a esa internacionalización con acciones en más de una decena de países, como se puede comprobar en estas páginas, que son un ejemplo de lo que hacemos tanto dentro como fuera de nuestras fronteras. Asimismo, estas líneas nos permiten abrir las puertas de INTERPORC para dar a conocer el resto de acciones que realizamos por y para el sector y cumplir, un año más, con nuestro compromiso de transparencia con todos aquellos que quieran conocer un poco mejor el sector porcino de capa blanca español.

A todos ellos, bienvenidos y gracias por vuestro tiempo y dedicación.

1.2. Resumen del Director General

La importancia de una comunicación proactiva para transmitir los valores de nuestro sector

La era de Internet, las redes sociales y las tecnologías de la información, han cambiado radicalmente nuestra forma de comunicarnos. El acceso inmediato y directo a información de todo tipo ha permitido el nacimiento de un consumidor, que no solo consume, sino que también produce contenidos y opiniones.

Se trata de consumidores más activos, más informados y exigentes, a menudo muy críticos. Con sus comentarios, reacciones y preguntas pueden consolidar la reputación de una organización o generar una crisis que puede llegar a resultar inmanejable sino se la enfoca adecuadamente.

Consumir es, como nunca antes, un acto social. En este sentido, desde las organizaciones debemos generar una comunicación proactiva, por oposición a una comunicación meramente informativa, que parta de lo conseguido hasta el momento, consolidando lo positivo y trabajando sobre potenciales amenazas y debilidades. Asimismo, debe ser una comunicación segmentada y adaptada a los diversos grupos de interés, a los que nos dirigimos, previamente identificados y conocidos y en definitiva, que resalte los valores de nuestro sector porcino.

Esto implica pasar de una estrategia de comunicación definida por la reacción ante un mensaje generado por *actores externos* a una comunicación definida por una *afirmación* de Interporc, con contenidos e iniciativas definidos por Interporc.

Una comunicación proactiva pasa por, en primer lugar, un conocimiento de las percepciones sociales sobre la carne de porcino y, en segundo lugar, por una *afirmación* que permita establecer un discurso, unos temas y una agenda propios para establecer el contacto y gestionar la relación con las audiencias específicas y los diversos grupos de interés.

La carne y los productos del cerdo son fundamentales en la vida de personas: trabajadores de toda la cadena de valor, familias del entorno rural, consumidores. La industria del porcino es un elemento dinamizador de la economía española, especialmente para las regiones, las exportaciones, y marca de calidad del país en el extranjero. La carne de cerdo tiene propiedades (sabor, proteínas, etc.) que la hacen una parte fundamental de la dieta de los españoles, no menos que de su identidad cultural. Todos estos rasgos son los que debemos transmitir a la sociedad.

1.3. ¿Qué es INTERPORC?

INTERPORC es la **ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL AGROALIMENTARIA** del Sector Porcino de Capa Blanca Español, operativa en todo el ámbito nacional desde su constitución en 2006. Es es una organización de carácter privado, sin ánimo de lucro, de ámbito nacional y reconocida por el Ministerio de Agricultura; fue constituida el 18 de septiembre de 2006, con estatutos depositados en el Registro del Ministerio del Interior, y con personalidad jurídica al amparo de la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación. Fue reconocida como organización interprofesional agroalimentaria del sector porcino de capa blanca mediante Orden Ministerial de Agosto de 2008 ("BOE" número 202, de 21 de agosto – ARM/2472/2008 de Agosto-).

La OIA INTERPORC representa ampliamente a la mayor parte de los operadores pertenecientes a los distintos eslabones integrantes de la cadena alimentaria sectorial.

Los órganos de gobierno son la Asamblea General, la Junta Directiva, el Comité Ejecutivo.

Está formada por las siguientes asociaciones:

ANICE Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España

ANPROGAPOR Asociación Nacional de Productores de Ganado Porcino

cooperativas agro-alimentarias España

fecic Federación Empresarial de Carnes e Industrias Cárnicas

ASAJA

COAG

UPA

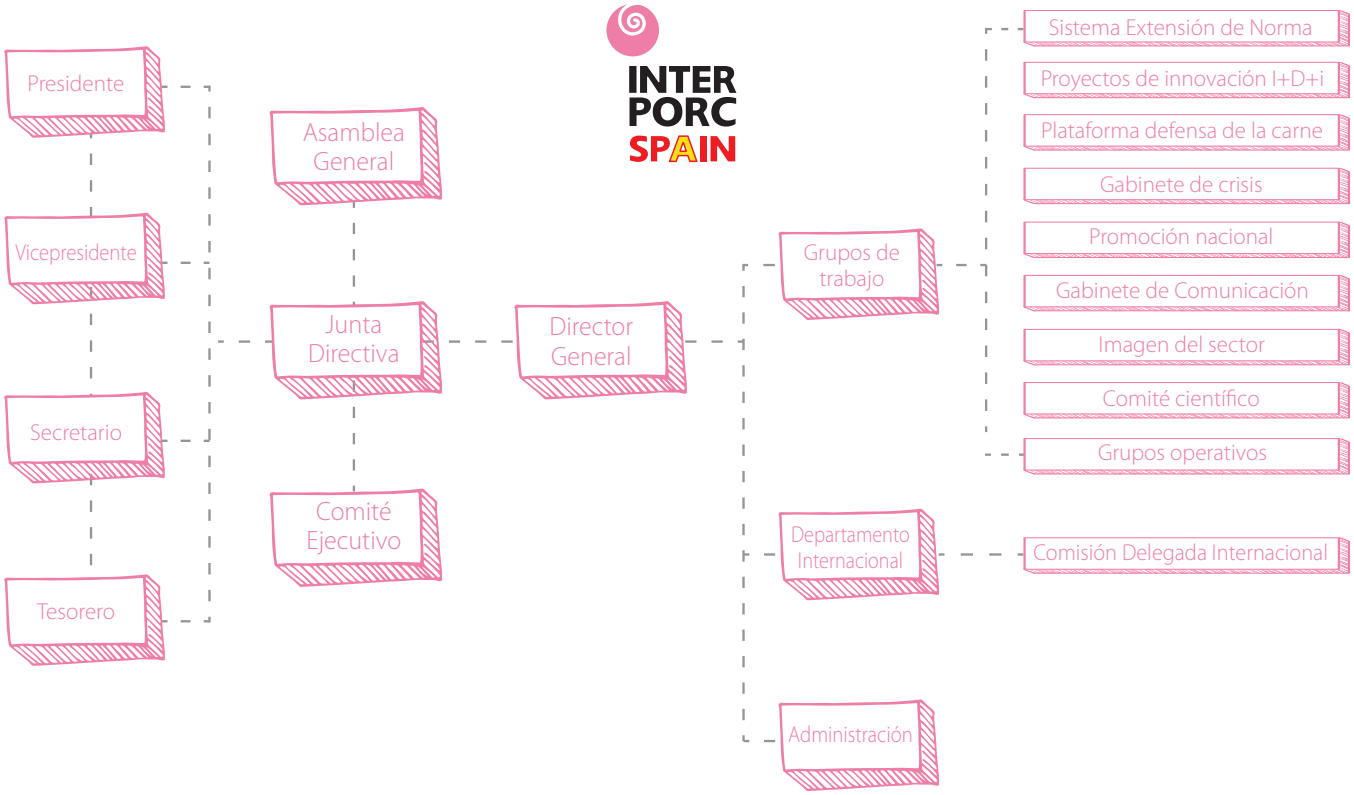
anafric Asociación Empresarial Cárnica

AGEMCEX Agrupación de Empresas Cárnicas Exportadoras

cede carne Confederación Española de Detallistas de la Carne

Asociacion Nacional Comerciantes de Ganado Porcino ANCOPORC

La estructura organizativa de INTERPORC y sus principales Órganos de Gobierno son los que se recogen en el presente organigrama:



Los Principios Básicos, las Misiones y los Valores Fundamentales a los que responden todas las estrategias, actuaciones y decisiones de la OIA INTERPORC se corresponden estrictamente con lo establecido, a este respecto, en la Normativa Reguladora de las Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias (Ley 38/1994 de 30 de diciembre; y posteriores adaptaciones de la misma); en base a lo cual, la OIA INTERPORC se ajusta a las siguientes definiciones de Principios Básicos, Misiones y Valores Fundamentales:

> **Principios básicos a los que se ajusta la actuación de INTERPORC:**

- Estricto cumplimiento de sus obligaciones y responsabilidades como **Organización Interprofesional Agroalimentaria.**
- Estricto cumplimiento de las directrices e instrucciones de sus **órganos de gestión** y de los objetivos y funciones que éstos asignen a la OIA
- Máxima **utilidad real** para el conjunto global del Sector Porcino de Capa Blanca, en general.
- Máxima **trasparencia informativa** en todas las vertientes operativas, administrativas y de gestión de la OIA.
- **Complementariedad, sinergia y cooperación** entre las actuaciones de INTERPORC y las de sus socios y/o las de los operadores sectoriales.
- Total **proporcionalidad** en el planteamiento y desarrollo de actuaciones y presupuestos.
- Consecución de una óptima **imagen** y suficientes **umbrales de rentabilidad** en las actuaciones e inversiones que se lleven a cabo en la OIA.
- Mantenimiento de óptimas **relaciones con todos y cada uno de los socios;** y continua disponibilidad y atención a sus necesidades y planteamientos.

> **Misiones Fundamentales de la OIA INTERPORC**:

- Impulso del interconocimiento y colaboración entre los **eslabones de la cadena sectorial,** y apoyo al equilibrio de ésta.
- Optimización del conocimiento, información y **transparencia del mercado** del porcino; e impulso del equilibrio oferta/demanda en el mismo.
- Potenciación de la **imagen, visibilidad y valoración** del Sector Porcino de Capa Blanca español y de sus productos.
- Apoyo a la promoción y **potenciación del consumo** de carne y derivados del Porcino de Capa Blanca español en los mercados interior y exterior. Y especialmente, defensa del sector y de su ganadería ante los ataques contra la misma y contra el consumo de carne de porcino.
- Apoyo a la **mejora tecnológica, innovación, calidad o diferenciación** de los productos del sector, así como de sus procesos y sistemas
- Apoyo a la competitividad e imagen de la **ganadería de porcino** española; y muy especialmente defensa de ésta ante los ataques de organizaciones contrarias a la producción ganadera.
- Apoyo en la previsión y gestión de **crisis sectoriales.**
- Impulso y apoyo de **proyectos sectoriales de interés colectivo;** y consecución de recursos para su desarrollo.
- Apoyo a la **sostenibilidad integral sectorial;** y muy especialmente a la defensa medioambiental y de los recursos naturales y autóctonos.

> **Valores fundamentales de la OIA INTERPORC**

- Configuración como **Organización Interprofesional Agroalimentaria.**
- Disponibilidad del soporte de una **Extensión de Norma**.
- **Profesionalidad y responsabilidad** en todas sus actuaciones.
- Elevada **competencia técnica y tecnológica** de sus equipos.
- Máximas **calidad, eficacia y eficiencia** en las actuaciones e inversiones.
- Máxima **colaboración** con los socios de la OIA y con el conjunto del sector y de sus operadores.
- Máxima **cooperación con el MAPA** y demás instituciones del Estado.

Las actividades e inversiones de INTERPORC se soportan en el **Sistema de Extensión de Norma** implantado en la OIA. El artículo 8 de la Ley 38/1994, de 30 de diciembre, reguladora de las Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias, establece que adoptado un acuerdo en el seno de una OIA, relativo a actividades relacionadas con las finalidades definidas en el artículo 3 de dicha ley y que cuenten con un determinado nivel de respaldo, podrán extenderse al conjunto de operadores del sector o producto.

Desde su creación, INTERPORC ha contado con dos "Extensiones de Norma" entre los años 2012 y 2019; una Primera Extensión de Norma se aplicó en las campañas 2012/2013, 2013/2014 y 2014/2015; y una Segunda Extensión de Norma se ha venido aplicando desde la campaña 2015/2016 hasta la campaña actual y última 2018/2019 que finaliza en noviembre de 2019; en estos momentos INTERPORC acaba de presentar al Ministerio de Agricultura, pesca y Alimentación la propuesta de una Tercera Extensión de Norma que abarcará cinco campañas (desde 2019/2020 hasta 2023/2024); en esta propuesta se proponen actuaciones en estas grandes Áreas de Actividad:

- Comunicación y promoción en el mercado interior
- Promoción de la internacionalización sectorial
- Apoyo a la imagen y competitividad de la ganadería de porcino de capa blanca
- Apoyo a la investigación e innovación, a la calidad y a la bioseguridad
- Apoyo al bienestar animal y al desarrollo sectorial sostenible
- Potenciación de los sistemas de información y de la transparencia sectorial
- Potenciación del conocimiento e imagen del Sector Porcino de Capa Blanca Español

Las actividades e inversiones desarrolladas por INTERPORC, así como las contempladas en su nueva Extensión de Norma, se corresponden con lo establecido en el **Plan Estratégico** de la OIA en el cual se definen los objetivos y prioridades estratégicas de INTERPORC como organización diferenciada dedicada a la prestación de servicios y apoyos al Sector Porcino de Capa Blanca Español; dichos objetivos y prioridades fijados en el Plan Estratégico de INTERPORC son los siguientes:

- Contribuir eficazmente a la recuperación y mejora del **CONSUMO DE CARNE Y ELABORADOS DE PORCINO DE CAPA BLANCA EN EL MERCADO INTERIOR.**
- Apoyar la consolidación, competitividad, imagen y expansión **de LAS EXPORTACIONES DE CARNE Y DE ELABORADOS DE PORCINO DE CAPA BLANCA** en los mercados exteriores, comunitarios y extracomunitarios.
- Defender y potenciar la imagen, percepción y valoración de **LA PRODUCCIÓN GANADERA DE PORCINO DE CAPA BLANCA ESPAÑOLA,** e impulsar la mejora sistemática de su competitividad.
- Impulsar y apoyar la incorporación en el conjunto global de Sector Porcino de Capa Blanca Español de los objetivos, principios y políticas de la **SOSTENIBILIDAD INTEGRAL, DEL DESARROLLO SECTORIAL SOSTENIBLE Y DE LA ECONOMÍA CIRCULAR.**
- Apoyar la diferenciación, calidad, innovación e **INCORPORACIÓN DE TECNOLOGÍA** en todo el ámbito sectorial, en productos, procesos y sistemas.
- Apoyar e impulsar la optimización de la **BIOSEGURIDAD Y SANIDAD GANADERA** en todos los eslabones de la cadena sectorial.
- Impulsar y potenciar los sistemas de **PREVENCIÓN, GESTIÓN, SOLUCIÓN Y COMUNICACIÓN DE CRISIS SECTORIALES DE CUALQUIER NATURALEZA;** y muy especialmente las relacionadas con la **sanidad animal y la seguridad alimentaria.**
- Apoyar e impulsar la optimización de la **IMAGEN Y REPUTACIÓN DEL SECTOR PORCINO DE CAPA BLANCA ESPAÑOL,** de sus productos, procesos, operadores y representantes de los mismos; y defender y promover la imagen y el prestigio sectorial ante planteamientos e iniciativas perjudiciales para dichos imagen y prestigio.
- Apoyar, promover y defender el **MODELO DE PRODUCCIÓN/ALIMENTACIÓN BASADO EN EL SECTOR PORCINO DE CAPA BLANCA,** en todo tipo de ámbito o circunstancia.
- Impulsar, promover y optimizar **LA TRANSPARENCIA Y EL CONOCIMIENTO Y VALORACIÓN DEL SECTOR PORCINO DE CAPA BLANCA,** especialmente mediante la potenciación de los **Sistemas de Información Sectorial.**

Bloque segundo (2):

El sector porcino de capa blanca en 2018

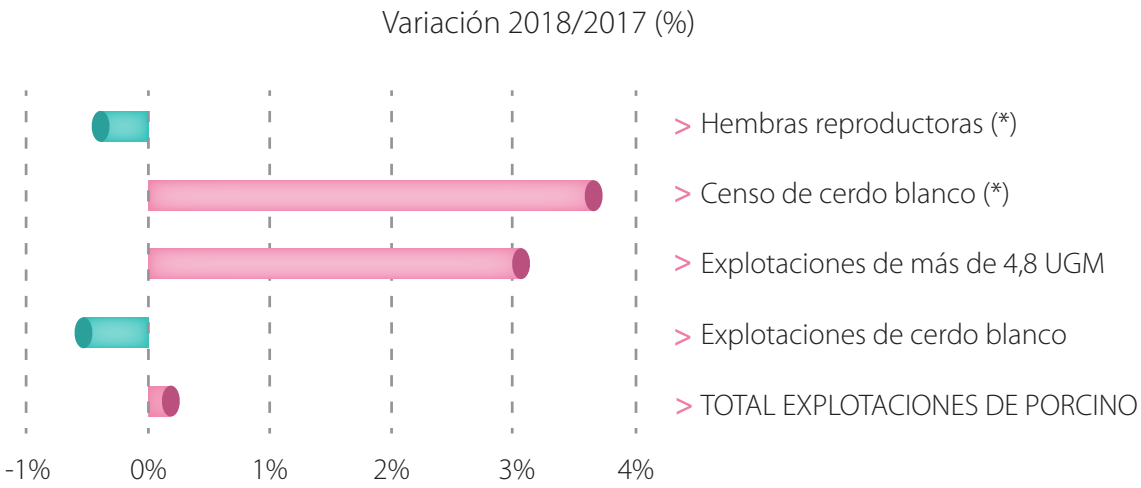
Durante 2018 el SECTOR PORCINO DE CAPA BLANCA ESPAÑOL ha mantenido un comportamiento y una trayectoria claramente continuistas respecto a lo que venía caracterizando al sector en los últimos años. Los rasgos más característicos y destacables del sector en 2018 habrían sido los siguientes:

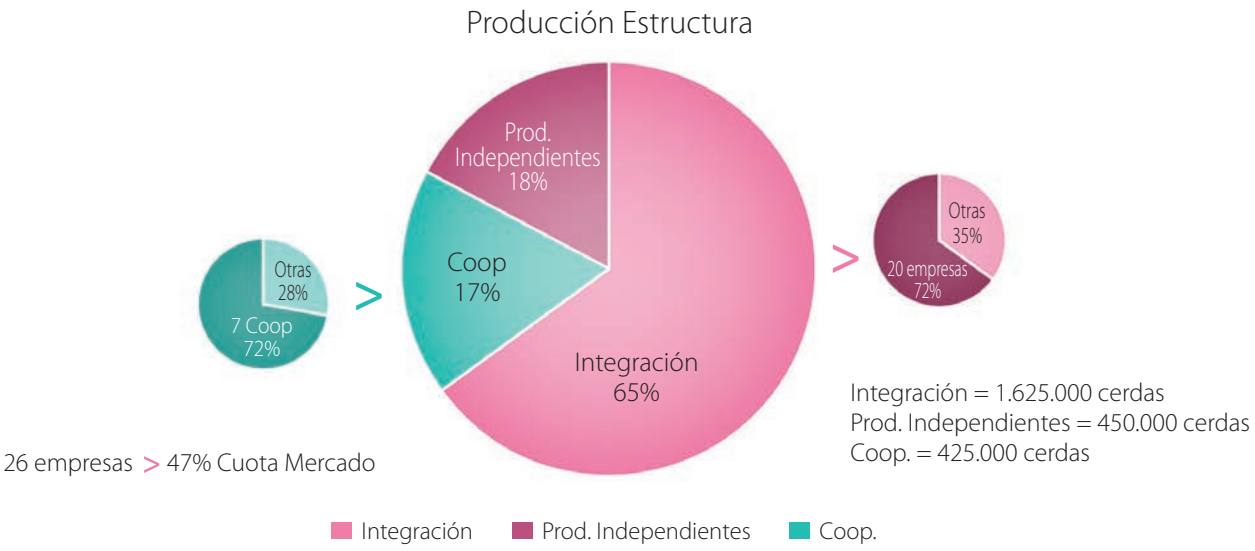
- Continuación del **CRECIMIENTO DE LAS ESTRUCTURAS PRODUCTIVAS GANADERAS Y DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS MISMAS.**
- Continuación del **CRECIMIENTO DE LA PRODUCCION DE CARNE DE PORCINO.**
- Continuación del **RETROCESO DEL CONSUMO DE CARNE, EN GENERAL, Y TAMBIEN DE LA CARNE DE PORCINO.**
- Continuación e intensificación de los **ATAQUES CONTRA LA GANADERIA Y CONTRA EL CONSUMO DE CARNE**
- Ralentización del **CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES SECTORIALES (TAN SOLO CRECIMIENTO EN VOLUMEN, PERO NO EN VALOR)**
- Continuación y ampliación del **ELEVADO GRADO DE AUTOAPROVISIONAMIENTO SECTORIAL.**
- Continuación, aunque prácticamente sin variación respecto al año anterior, del **ELEVADO GRADO DE DEPENDENCIA DE LAS EXPORTACIONES.**
- Continuación de la importante **CONTRIBUCION DEL SECTOR PORCINO A LAS EXPORTACIONES AGROALIMENTARIAS ESPAÑOLAS**
- Consolidación de la **POSICION ESTRATEGICA SECTORIAL** en el mercado mundial

> a. Ha continuado el crecimiento de las estructuras productivas ganaderas y de su competitividad

- En 2018 prácticamente no varió el número total de explotaciones de porcino respecto al año anterior (86.255 explotaciones de todos los tipos, en enero de 2019, frente a 86.039 en enero de 2018)
- El 81% de todas las explotaciones de porcino de España correspondía en 2018 a explotaciones en régimen intensivo o mixto, manteniéndose el mismo porcentaje del año anterior.
- En 2018 se incrementó el número de explotaciones de más de 4,80 UGM.
- El censo porcino total español creció de manera significativa en 2018 (un 3,76%)
- En 2018 se registró un ligero retroceso del número de cerdas reproductoras (un -0,46%)
- Se mantuvo e intensificó la concentración de la producción de ganado porcino (26 empresas productoras de ganado porcino controlan cerca del 50% de la producción ganadera)

MAGNITUDES SECTORIALES	UNIDADES	AÑO 2018	Variación 2018/2017 (%)
TOTAL EXPLOTACIONES DE PORCINO	Número	86.255	0,25%
Explotaciones de cerdo blanco	Número	70.069	-0,60%
Explotaciones de más de 4,8 UGM	Número	29.112	3,14%
Censo de cerdo blanco (*)	Millones de cabezas	27,87	3,76%
Hembras reproductoras (*)	Millones de cabezas	2,18	-0,46%
Nota (*) Censo en noviembre			
Fuente: INTERPORC a partir de MAPA			



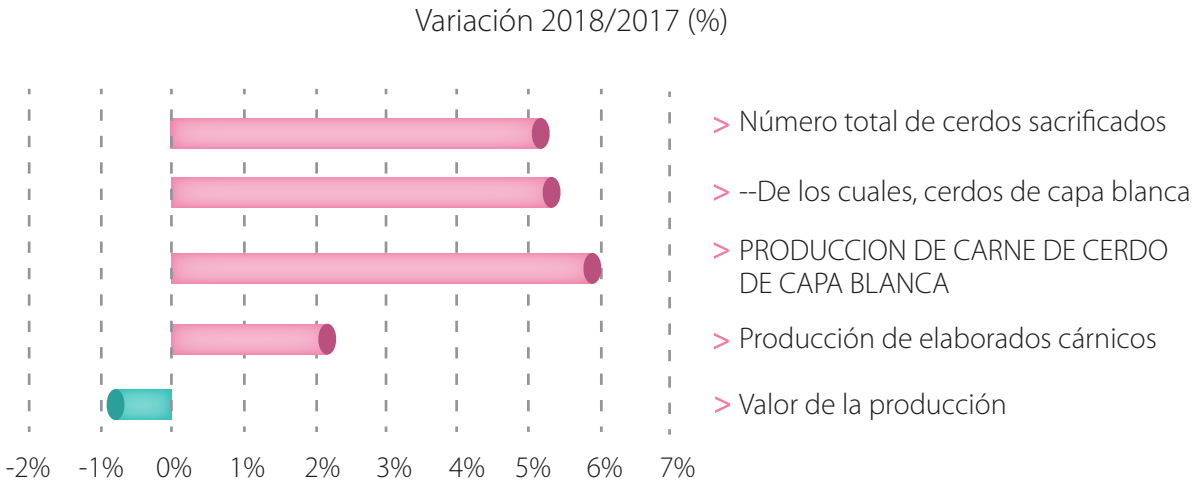


> b. Ha continuado el crecimiento de la producción de carne de porcino de capa blanca

- En 2018 se ha incrementado significativamente el número de cerdos de capa blanca sacrificados (en torno a un 5,19 %)
- En consecuencia, en 2018 se ha registrado un importante aumento de la producción de carne de cerdo de capa blanca (en torno a un 6,05%)
- También ha sido relevante el incremento de la producción de elaborados de porcino de capa blanca.
- Se mantiene casi inamovible el porcentaje de reparto entre carne producida dedicada a consumo directo (50%) y dedicada a uso industrial (50%)
- A pesar de ese incremento de la producción, se ha registrado en 2018 un ligero retroceso del valor de dicha producción (en torno a un -0,90%) lo cual debe relacionarse con las políticas de precios practicadas.

MAGNITUDES SECTORIALES	UNIDADES	AÑO 2018	Variación 2018/2017 (%)
Número total de cerdos sacrificados	Millones de cabezas	52,67	5,19%
--De los cuales, cerdos de capa blanca	Millones de cabezas	45,3	5,35%
PRODUCCION DE CARNE DE CERDO DE CAPA BLANCA	Millones de toneladas	4,56	6,05%
Producción de elaborados cárnicos	Millones de toneladas	1,44	2,12%
Valor de la producción	Millones de euros	7,42	-0,90%

Fuente: INTERPORC a partir de MAPA

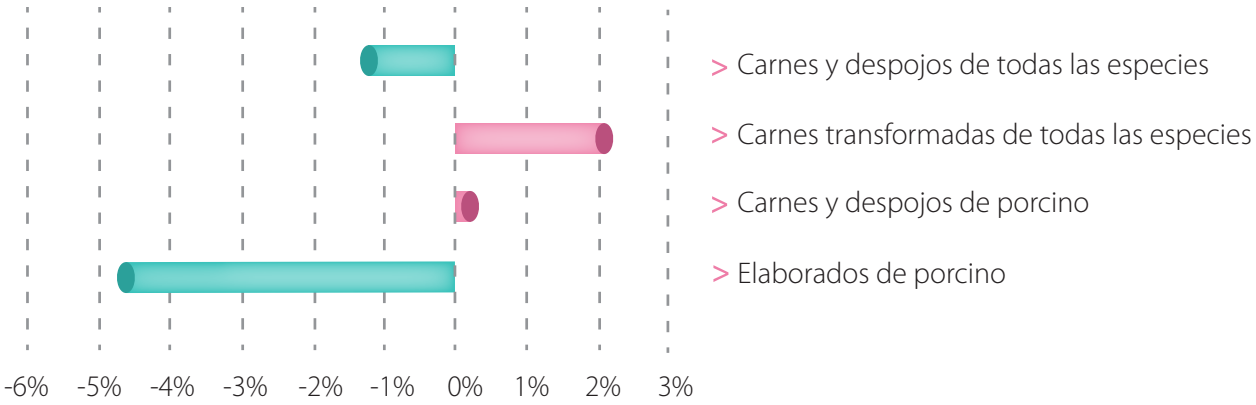


> c. Ha continuado retrocediendo en España el consumo de carne, en general, y también el de la carne de porcino

- En 2018 ha continuado disminuyendo el consumo de carne, en general, en España, aunque dicha disminución solo ha afectado al conjunto global de las carnes frescas, congeladas o refrigeradas (y no a las transformadas); y dentro de las carnes frescas, no ha afectado a las de aves.
- El consumo de carne de porcino también ha seguido similar proceso de reducción del consumo, fundamentalmente en el de carnes frescas donde se han registrado importantes disminuciones de dicho consumo; no obstante, en 2018 el consumo de carnes frescas de porcino creció un poco, en contraste con los retrocesos de los demás tipos de carnes en ese año.
- Se está asistiendo aparentemente a una posible modificación de las estructuras del consumo de elaborados del cerdo, al estar siendo desplazados productos tradicionales por otros alternativos (principalmente de aves)

MAGNITUDES SECTORIALES (Miles de Toneladas)	AÑO 2018	Variación 2018/2017 (%)
CARNES DE TODAS LAS ESPECIES	**2.159,94**	**-0,47%**
Carnes y despojos de todas las especies	1.628,97	-1,27%
Carnes transformadas de todas las especies	530,97	2,07%
CARNES DE PORCINO	**931,44**	**-2,21%**
Carnes y despojos de porcino	494,37	0,17%
Elaborados de porcino	437,07	-4,77%

Variación 2018/2017 (%)



> d. Estructura industrial amplia y diversificada, pero con un alto grado de concentración de la producción en un relativamente reducido grupo de empresas

Aunque la estructura empresarial soporte del sector porcino español es extraordinariamente amplio y dispersa (posiblemente integrada por unas 2.300 empresas y unos 2.750 establecimientos industriales), se puede decir que la mayor parte de la actividad industrial y exportadora del mismo se concentra en unas pocas empresas:

- EN EL CASO DE LA PRODUCCION DE CARNE DE PORCINO
  - Más del 87% de la producción de carne de porcino la realizan las 40 mayores empresas del sector.
  - Más del 84% de las exportaciones sectoriales las realizan las 20 empresas más exportadoras del sector.
- EN EL CASO DE LOS ELABORADOS DERIVADOS DEL PORCINO
  - Más del 80% de la producción de elaborados de porcino la realizan las 40 mayores empresas fabricantes de elaborados del sector.
  - Más del 35% de las exportaciones de elaborados de porcino la realizan las 40 empresas más exportadoras del sector.

Cuota de producción

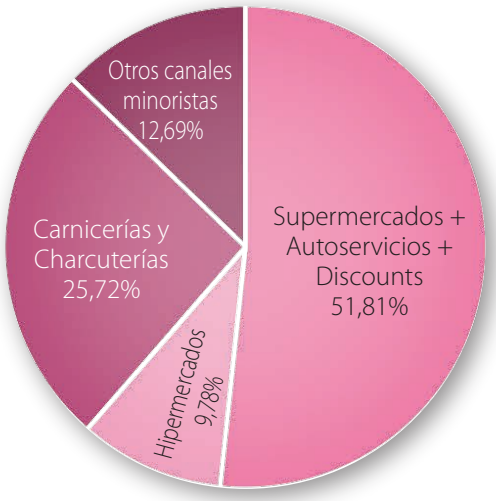
> e. Creciente peso específico de la distribución minorista organizada en la distribución de carnes y elaborados de cerdo en España

- La "Distribución Organizada" (conjunto de Hipermercados, Supermercados, Autoservicios y Discounts) controlaba en 2018 cerca del 67% de todas las ventas de carne y elaborados cárnicos de todas las tipologías y especies; aunque en el caso del porcino dicha cuota es ligeramente menor (un 61,6%)
- Todos los canales de distribución minorista de productos cárnicos vienen perdiendo cuota de ventas excepto el caso de los SUPERMERCADOS que año tras año vienen ganando cuota de mercado en estos productos (este canal ganó cerca de un 42% de cuota entre 2008 y 2018)
- Llama la atención la pérdida de peso específico de las "Carnicerías/Charcuterías" en la venta de carne y elaborados cárnicos (un -24,56% entre 2008 y 2018), quedándose con una cuota de tan solo un 20,15% en 2018.
- Las "Marcas de la Distribución" (MDD) representan cerca del 50% de todas las ventas de elaborados cárnicos que se realizan en el mercado español
- En 2018 el 51% de las ventas de elaborados cárnicos se realizó bajo el formato de "producto envasado" (un 27,5% mayor que en 2008)

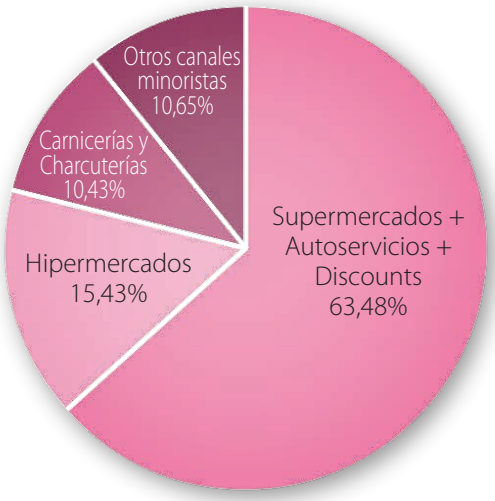
CUOTAS DE VENTA POR PRODUCTOS Y CANALES (2018)	Supermercados + Autoservicios + Discounts	Hipermercados	Carnicerías y Charcuterías	Otros canales minoristas	TOTAL CANALES MINORISTAS
Carnes frescas de porcino	51,81%	9,78%	25,72%	12,69%	100%
Elaborados cárnicos	63,48%	15,43%	10,43%	10,65%	100%
TODAS LAS CARNES Y ELABORADOS CARNICOS EN GENERAL	**55,51%**	**11,37%**	**20,15%**	**12,97%**	**100%**

Fuente: INTERPORC a partir de MAPA

Carnes frescas de porcino



Elaborados cárnicos

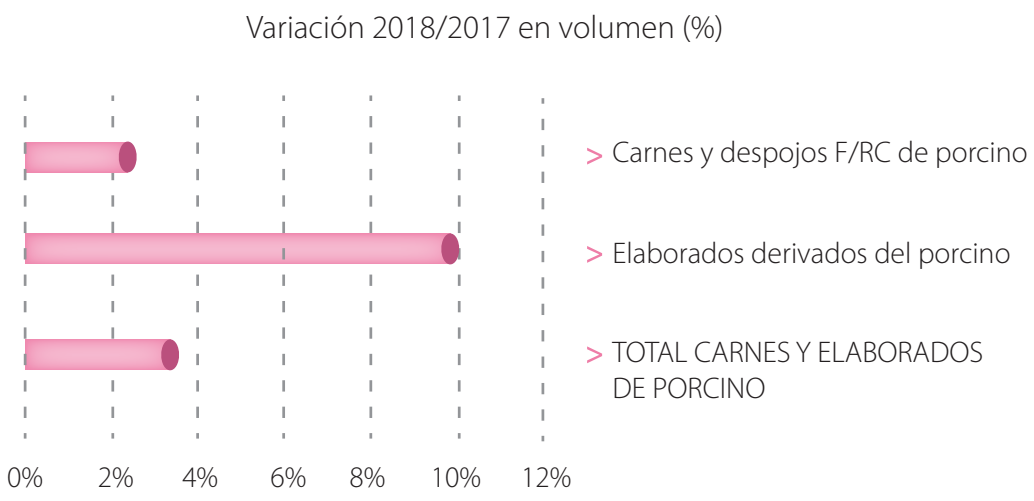


> f. En 2018 ha continuado el crecimiento de las exportaciones del sector porcino español (aunque solo lo han hecho en volumen)

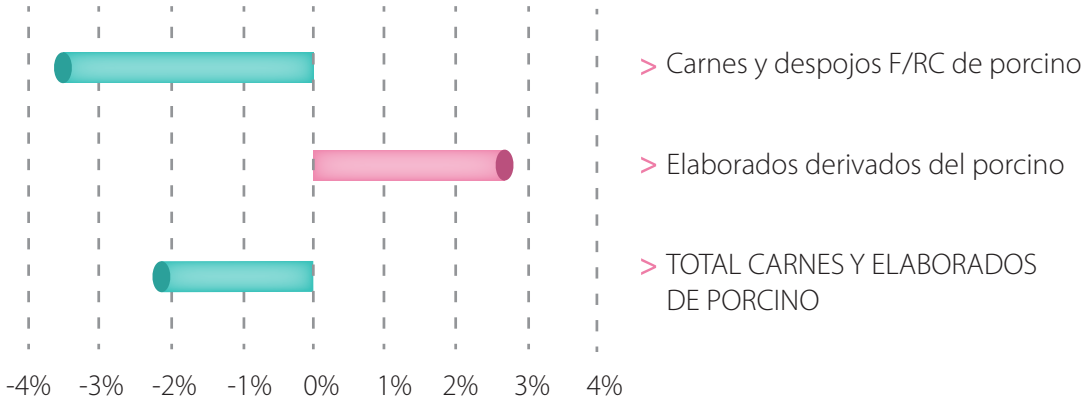
- En 2018 las exportaciones del sector porcino español han crecido un 3,35% en volumen respecto al año anterior, hasta situarse en 2,16 millones de toneladas
- Sin embargo, dichas exportaciones, en valor, han retrocedido un -2,11% en 2018, respecto al año anterior, quedándose en 4.826,4 millones de euros, lo cual pone de manifiesto la política de precios aplicada en el caso de las exportaciones.
- Ha sido muy significativo el incremento de las exportaciones de elaborados del porcino, especialmente en el capítulo de jamones y paletas curados (crecimientos en 2018 respecto a 2017 del 10% en volumen y del 7,23% en valor de las exportaciones de jamones y paletas curados)
- En 2018 las exportaciones a mercados extracomunitarios representaron cerca del 40% en volumen, y del 37% en valor, del total exportado por el sector
- Los diez principales clientes del sector ya representaron más del 70% de las exportaciones sectoriales en valor en 2018 (China, Francia, Italia, Portugal, Japón, Corea, Alemania, Reino Unido, Polonia y Rumanía); si bien los cinco primeros ya suponen el 50% de dichas exportaciones.

EXPORTACIONES DEL SECTOR PORCINO	EN VOLUMEN (millones de toneladas)	EN VALOR (Miles de millones de euros)	Variación 2018/2017 en volumen (%)	Variación 2018/2017 en valor (%)
Carnes y despojos F/RC de porcino	1,83	3,69	2,23%	-3,66%
Elaborados derivados del porcino	0,33	1,14	10,00%	2,70%
TOTAL CARNES Y ELABORADOS DEPORCINO	**2,16**	**4,83**	**3,35%**	**-2,11%**

Fuente: INTERPORC a partir de DATACOMEX



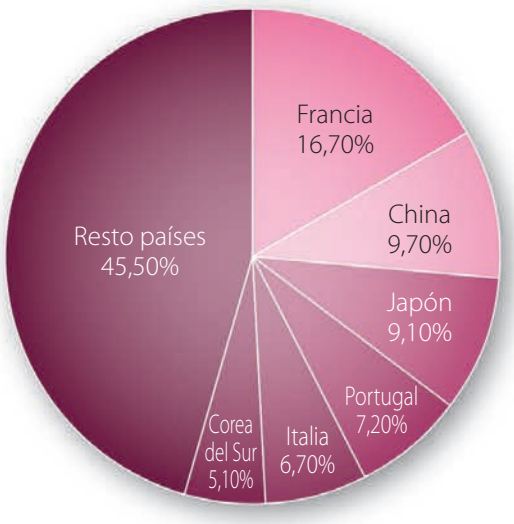
Variación 2018/2017 en valor (%)



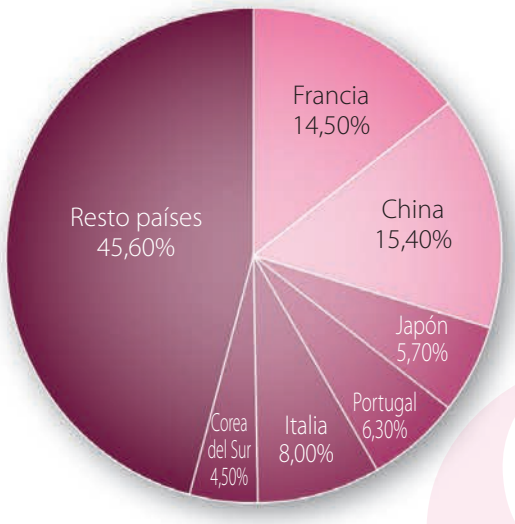
PRINCIPALES CLIENTES DEL SECTOR PORCINO ESPAÑOL	PESO ESPECIFICO EN VALOR	PESO ESPECIFICO EN VOLUMEN
(% de las exportaciones totales)	% de las exportaciones sectoriales (en valor)	% de las exportaciones sectoriales (en volumen)
1. Francia	16,70%	14,50%
2. China	9,70%	15,40%
3. Japón	9,10%	5,70%
4.Portugal	7,20%	6,30%
5. Italia	6,70%	8,00%
6. Corea del Sur	5,10%	4,50%
7. Alemania	4,80%	2,80%
8. Reino Unido	4,50%	3,20%
9. Polonia	3,80%	4,10%
10. Rumanía	2,90%	3,10%
11. R. Checa	2,80%	3,50%
12. Países Bajos	2,10%	3,20%

Fuente: INTERPORC a partir de AEAT

% de las exportaciones sectoriales (en valor)



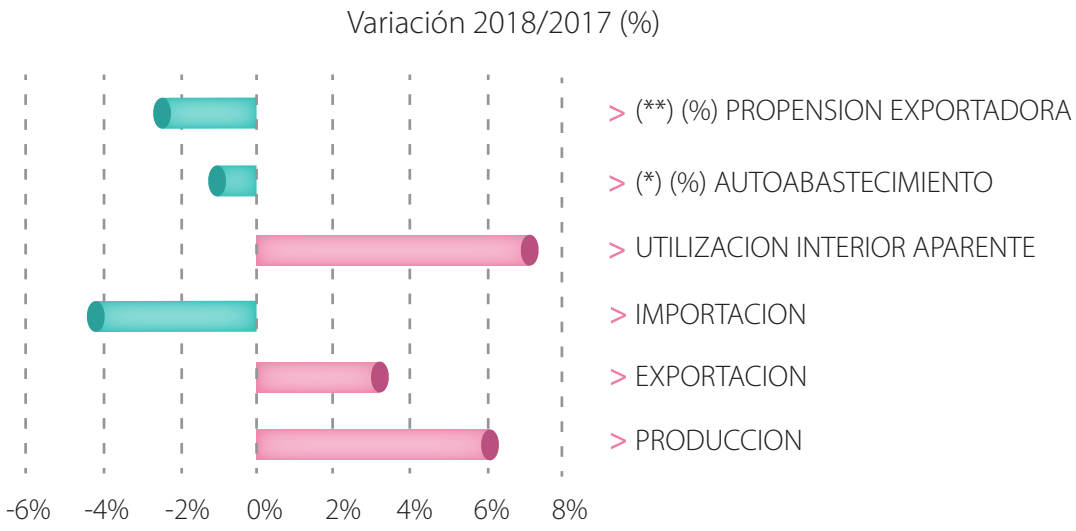
% de las exportaciones sectoriales (en volumen)



> g. Contención del crecimiento del grado de autoabastecimiento sectorial y de la propensión exportadora del sector

- Las importaciones de carne y elaborados de porcino habían venido creciendo en los últimos años, pero en 2018 han sufrido un ligero retroceso. En cualquier caso, siempre han sido muy poco relevantes (0,28 millones de toneladas y 522,1 millones de euros en 2018)). Lo cual permite al sector ofrecer un saldo comercial exterior sectorial extraordinariamente positivo (superior a 4,31 millones de euros, uno de los más elevados de toda la agroalimentación española)
- En 2018 se ha reducido un poco el elevado "Grado de Autoabastecimiento" que viene caracterizando la actividad del Sector Porcino Español, habiéndose situado en 170,15%, porcentaje ligeramente inferior al de 2017 (en un -1,08%). Aun así, dicho "Grado de Autoabastecimiento" del sector porcino español sigue siendo uno de los más altos de la UE-28 (112% de promedio en ésta), solo por detrás de los casos de Dinamarca y Bélgica.
- Por su parte, en 2018 también se ha observado una ligera reducción del "Grado de Dependencia de las Exportaciones" (o bien "propensión exportadora sectorial") que está situada en torno al 47,4% (es decir, el sector exporta el 47,4% de su producción interior)

MAGNITUDES SECTORIALES BASICAS (En millones de toneladas)	AÑO 2018	Variación 2018/2017 (%)
PRODUCCION	4,56	6,05%
EXPORTACION	2,16	3,35%
IMPORTACION	0,28	-4,10%
UTILIZACION INTERIOR APARENTE	2,68	7,20%
(*) (%) AUTOABASTECIMIENTO	170,15%	-1,08%
(**) (%) PROPENSION EXPORTADORA	47,4%	-2,53%
Nota (*) % Autoabastecimiento = (Prod x 100 : UIA)		
Nota (**) % Propensión Exportadora = (Exp. x 100/Prod.)		
Fuente: INTERPORC a partir de MAPA y DATACOMEX		



> h. Las exportaciones de porcino se consolidan como uno de los cinco principales soportes de la estructura exportadora del sistema agroalimentario español

- Las exportaciones del sector porcino representaron en 2018 el 10,36 % de todas las exportaciones agroalimentarias de España en ese ejercicio.
- A su vez, representaron el 78,62% de todas las exportaciones del sector cárnico español en su conjunto.
- Incluso considerado individualmente (sin incluirlo en el conjunto del sector cárnico) el sector porcino es el 3º mayor sector exportador del sistema agroalimentario español, solo por detrás de frutas y de hortalizas.

PRINCIPALES CAPITULOS DEL COMERCIO EXTERIOR AGROALIMENTARIO ESPAÑOL (AVANCE PROVISIONAL DE ESTIMACIONES PARA 2018)

PRINCIPALES CAPITULOS (Miles de millones de euros)	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SALDO COMERCIAL
1. Frutas sin conservar	8,43	3,01	5,42
2. Carnes y p. cárnicos	6,22	1,64	4,58
2.1. Carnes y elaborados del porcino	*4,89*	*0,42*	*4,47*
3. Hortalizas y legumbres	5,82	1,29	4,53
4. Bebidas (s/zumos)	4,47	1,92	2,55
5. Aceites/grasas vegetales	4,39	2,76	1,63
6. Pesca y derivados	4,6	7,25	-2,65
7. Conservas vegetales	2,98	1,24	1,74
8. Cereales y derivados	2,36	4,61	-2,25
Resto de Sectores	3,03	10,63	-7,6
TOTAL AGROALIMENTACION ESPAÑOLA	**47,19**	**34,77**	**12,42**

Fuente: Elaboración por INTERPORC a partir de la AEAT. Se trata de estimaciones del valor total de las exportaciones agroalimentarias de 2018 proyectadas a partir de los valores reales enero-noviembre 2018 aportados por AEAT.

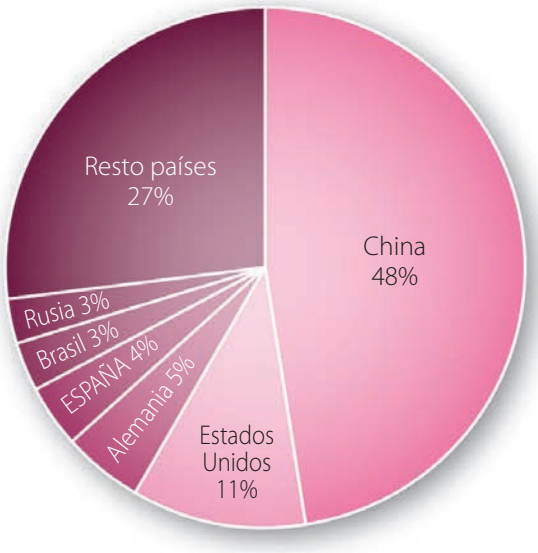
> i. Se mantiene y consolida la importante posición estratégica del sector porcino español en el mercado mundial del porcino

- La producción mundial de porcino se acerca a los 113 millones de toneladas
- Cerca del 82% de toda la producción mundial de carne de porcino se concentra en 10 países productores
- Cerca del 50% de toda la producción mundial de carne de porcino tiene lugar en China
- España es el 4º mayor productor mundial de carne de porcino, con una cuota del 4,04% de la producción mundial total.
- España, con unas exportaciones de 2,16 millones de toneladas de carne de porcino, es el 3º mayor exportador mundial de porcino, solo por detrás de EEUU (2,72 millones de toneladas exportadas) y de Alemania (2,68 millones de toneladas exportadas) en 2018.

PRINCIPALES PRODUCTORES MUNDIALES DE PORCINO	PRODUCCION EN 2018 (Millones de toneladas)	(%) DE LA PRODUCCION MUNDIAL
1. China	54,15	47,94%
2. Estados Unidos	11,99	10,61%
3. Alemania	5,34	4,73%
4. ESPAÑA	4,56	4,04%
5. Brasil	3,68	3,26%
6. Rusia	3,24	2,87%
7. Vietnam	2,68	2,37%
8. Francia	2,19	1,94%
9. Polonia	2,07	1,83%
10. Canadá	1,96	1,74%
TOTAL MUNDO	**112,96**	**100%**

Fuentes: Comisión Europea y USDA

(%) de la producción mundial



Bloque tercero (3):

Actuaciones en apoyo de los sistemas, la competitividad, la sostenibilidad y la bioseguridad en la cadena sectorial

3.1. Apoyo al desarrollo del mercado interior

3.1.1. Actuaciones en 2018 de promoción dirigidas al consumidor

Campaña publicitaria 2018

Con el objetivo de seguir fomentando el consumo de carne de cerdo de capa blanca entre la población española, **Interporc** puso en marcha una nueva campaña publicitaria durante 2018.

Con este propósito, se detectaron dos tareas de medios en las que había que trabajar: la **maximización de la cobertura,** para conseguir impactar al máximo número posible de mujeres del target (Mujeres +30 años) dando así visibilidad a los beneficios de la carne de cerdo; y en segundo lugar el **desarrollo de la didáctica,** para fomentar la credibilidad del mensaje mostrando la versatilidad culinaria del producto.

Definidas las tareas de medios, se realizó el **planteamiento estratégico** que permitiera cumplir con las tareas de la forma más efectiva y eficiente posible. Los medios seleccionados para tal fin fueron: **la televisión,** como medio eje para maximizar la cobertura; **las revistas,** que permitirían trabajar la credibilidad y didáctica; **el cine,** para impactar al target de forma notoria consiguiendo así la máxima visibilidad de marca en un entorno de calidad; por último, **internet,** con una campaña de marketing de *influencers* para poder mostrar la versatilidad del producto, renovando la imagen tradicional que se tiene de la carne de cerdo.

La campaña tuvo lugar en dos olas, comprendida la primera entre los meses de febrero a mayo de 2018 y la segunda entre septiembre y diciembre del mismo año.

En lo que respecta al medio principal, la **televisión:** La campaña de Interporc ha estado presente en las 4 cadenas Nacionales (T5-A3-Sexta-Cuatro más el conjunto de sus TDT'S) y en 17 cadenas temáticas de pago (Fox, AXN, Discovery, Calle 13, Paramount…). Se ha reforzado la zona de Cataluña y Canarias con presencia en las cadenas autonómicas de la zona (TV3 y TV Canarias).

Se han asegurado un alto nivel de cobertura de la campaña y una alta afinidad sobre nuestro público objetivo: Mujeres mayores de 30 años.

Como complemento de la campaña y buscando llegar al segmento más joven de nuestro público objetivo, dado el alto número de consumo del medio online por parte de los jóvenes en sustitución del consumo de Televisión se realizó una campaña de en Facebook e Instagram. Se han servido un total de **5.607.319 impresiones en Facebook e Instagram,** consiguiendo así más de **225.000 *views*** y alcanzando a una cobertura total de **1.679.330 individuos del target.**

Además, iniciamos una acción de influencers que tuvo como punto de partida la presencia por estos en el PORKLOVERS de Madrid. Los influencers postearon el enveto en directo y posteriormente compartieron la experiencia en sus redes sociales. La acción se mantuvo activa con los influencers publicando en sus redes sociales recetas familiares con carne de cerdo. En total 15 *instagrammers* y *bloggers foodies* han escrito y publicado un total de 45 posts en blogs, perfiles de Facebook, Instagram y Twitter, consiguiendo más de **24.000 *likes*** y más de 1.154 comentarios en redes.

Para potenciar la credibilidad del mensaje desarrollando la didáctica, se utilizaron formatos de contenido en revistas de máxima audiencia y afinidad para el target.

Una serie de artículos en los que se trataban temas que ayudaban a reforzar el posicionamiento saludable de la carne de cerdo: desde recetas de cocina incluyendo carne de cerdo, pasando por hábitos saludables o consejos para la alimentación de los niños. Un total de **20 publirreportajes publicados** en cabeceras líderes de audiencia semanales tales como Pronto, Lecturas, Semana o Diez Minutos, y revistas especializadas mensuales como Saber Vivir, Saber Cocinar o Cocina Fácil.

Talleres culinarios: "Aperitivos de lujo para esta navidad"

"Aperitivos de lujo para esta Navidad" son talleres realizados en asociaciones de consumidores, mercados municipales, centros de distribución y espacios gastronómicos donde mediante el *showcooking* de una dietista-nutricionista se elaboraban insitu 6 aperitivos con distintas partes del cerdo.

El objetivo era dar alternativas fáciles, rápidas y sabrosas a los aperitivos navideños con ingredientes tan arraigados a nuestra cultura gastronómica como son el solomillo, la sobrasada, el jamón o la morcilla. Era importante dar opciones para alimentos, que en no pocas ocasiones, no se presentan en forma de aperitivo, y darles la opción de aumentar su presencia en las diferentes opciones de comida.

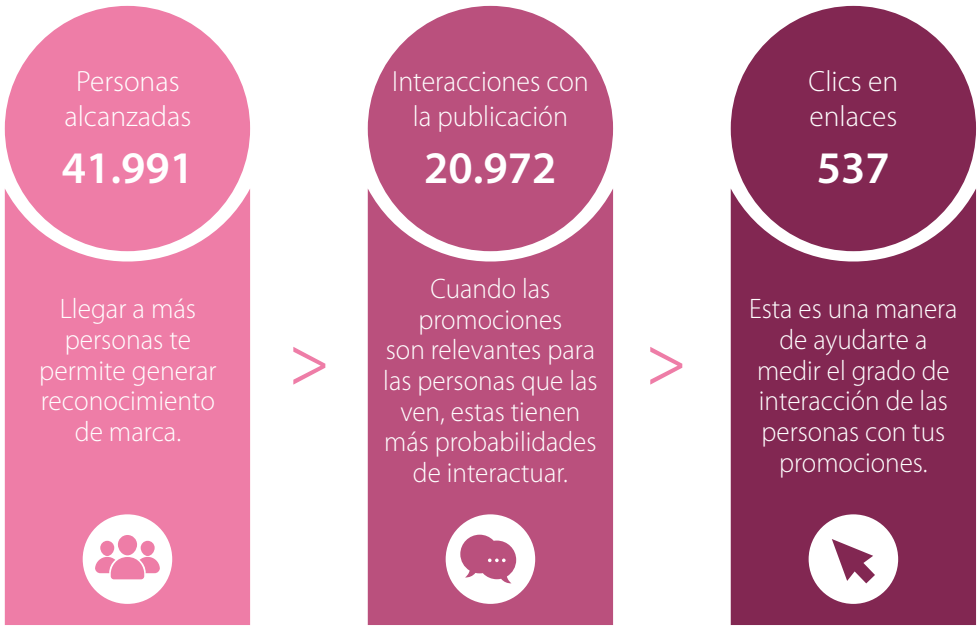
En total, se realizaron 8 talleres impartidos, asistiendo 201 personas de 5 municipios. Al final de los talleres se pretendía que las personas vieran la versatilidad de los productos del cerdo en la cocina y en concreto en los temidos aperitivos navideños. Además, durante la elaboración de las recetas, la nutricionista explicaba algunas de las propiedades de los ingredientes utilizados, así como resolvía cualquier tipo de duda o aclaración de los asistentes.

LOCALIDAD	ASISTENTES
Lleida	30
Barcelona	22
Barcelona	25
Santiago de Compostela	16
Madrid	25
Madrid	15
Barcelona	38
Tyrius (Valencia)	30

Promoción en Redes Sociales

Se realizó la campaña publicitaria a través de las Redes Sociales *Instagram y Facebook,* con la finalidad de comunicar y promocionar los talleres culinarios.

Se realizaron **20.972** interacciones con la publicación, como reacciones, compartir contenido, reproducciones de vídeo y comentarios, llegando un público de **41.991 personas** vieron la promoción de la campaña.



3.1.2. Actuaciones en 2018 de comunicación a los profesionales de la salud

Durante el año 2018, INTERPORC ha continuado trabajando en la comunicación para trasladar las propiedades y beneficios de la carne de cerdo de capa blanca y fomentar su consumo responsable. A través de diversas acciones como congresos médicos, jornadas, newsletters, talleres… se ha conseguido llegar a un total de 13.500 personas.

Newsletter

INTERPORC ha mantenido el contacto fluido con el profesional de la salud a través del envío de su Newsletter sobre el estudio INYTA y sobre el deporte con información relevante sobre la carne de cerdo. En total se han enviado 2 nuevas ediciones una en julio y otra en diciembre impactando en más de 6.500 profesionales de la salud.

Se ha mantenido el contacto con profesionales de la salud realizando un envío de Newsletter sobre las propiedades de la carne, el ayer y el hoy de la carne y la diversidad de la carne. En total se han enviado 3 nuevas ediciones impactando en un total de 9.000 profesionales de la salud.

INTERPORC SPAIN

Newsletter
Profesional de la salud

El papel de la alimentación y la carne de cerdo en la recuperación frente a una lesión muscular

La **alimentación de un deportista** se centra en tres objetivos primordiales; un aporte calórico adecuado, una dieta provista de los nutrientes implicados en el desarrollo y mantenimiento de los tejidos, especialmente el muscular, y un correcto mantenimiento del metabolismo corporal. En este sentido, un inadecuado estado nutricional parece no solo perjudicar el rendimiento deportivo, sino también la correcta curación y **recuperación de una lesión.**

+info

Un estudio americano relaciona el solomillo de cerdo con un patrón de alimentación de estilo mediterráneo

Ciertos estudios demuestran que la carne puede incorporarse dentro de una **alimentación saludable** y, de forma global, **mejorar los factores de riesgo de la enfermedad cardiometabólica.** En base a estos indicios, un grupo de expertos de los Departamentos de Nutrición de Purdue y Texas Medical Branch, llevaron a cabo un estudio para **evaluar los efectos de consumir cantidades diferentes de carne** en el contexto de un patrón alimentario mediterráneo.

+info

La Carne de cerdo en el contexto de la Dieta Mediterránea

El consumo de carne de cerdo fresca puede incorporarse en el marco de una alimentación variada y equilibrada para mantener e incluso mejorar los factores de riesgo cardiovascular.

+info

Suplementación dietética con caña de azúcar

El uso de nuevos compuestos naturales como la caña de azúcar suponen una importante oportunidad para mejorar cualidades como la oxidación lipídica, el pH o la capacidad de retención de agua.

+info

El romero y el té verde como antioxidantes naturales en la carne de cerdo

El romero y el té verde contienen compuestos fenólicos con propiedades antioxidantes tan efectivas o más que los compuestos sintéticos.

+info

WWW.INTERPORC.COM

De conformidad con la normativa vigente en materia de protección de datos, le informamos que el responsable del tratamiento de sus datos de carácter personal es SPRIM SLA, S.L. (en adelante, "SPRIM") con NIF B-85391456 y domicilio social en C/ Hermosilla Nº-46, 5ºm, Drcha., 28001, Madrid. Sus datos serán tratados con la finalidad de remitirle información respecto de los eventos organizados por SPRIM, así como cualesquiera otros en los que SPRIM forme parte y pudieran ser considerados de su interés. La base que legitima el tratamiento realizado es el interés legítimo del responsable del tratamiento. Le informamos que sus datos no serán comunicados a terceros destinatarios, salvo obligación legal. Los datos de carácter personal que nos proporcione para la finalidad anteriormente descrita se conservarán durante el tiempo que se considere oportuno o hasta que usted se oponga al tratamiento.

Por último, le informamos que tiene derecho a acceder, rectificar, suprimir, oponerse, así como solicitar la portabilidad y limitación del tratamiento de sus datos de carácter personal, pudiendo reclamar ante la Agencia Española de Protección de Datos, si considera que ha habido una vulneración de sus derechos. Para más información, pinche aquí.

Participación en Congresos

- **XXII Jornadas de Nutrición Práctica.** INTERPORC estuvo presente en las Jornadas celebradas los días 11 y 12 de abril en la Facultad de Medicina de la Universidad Complutense de Madrid con una conferencia sobre la carne de cerdo en la gastronomía asiática. Con un total de 700 asistentes profesionales de la salud.
- **32 congreso Nacional Sociedad Española de Pediatría Extrahospitalaria y Atención Primaria (SEPEAP)** con una ponencia del Dr. Cristóbal Coronel y el Dr. Anselmo Hernández. Con cerca de **800 pediatras.**
  - Se ha desarrollado un cuadríptico para entregar a los asistentes del congreso sobre 'Cuándo y cómo comenzar el destete" con consejos y métodos útiles.
  - Se ha elaborado una tarjeta para entregar a los asistentes con toda la información sobre la ponencia (hora, lugar, taller, ponente, etc.)
- **40 congreso SEMERGEN** con un taller impartido por el Dr. Abad y la Dra. Romero. Con un total de **5.083 asistentes.**
  - Se ha elaborado un folleto para entregar a los asistentes del congreso sobre 'Consejos básicos en distintas situaciones fisiológicas'.

- **V Congreso Internacional y XI Nacional de la Asociación de Enfermería Comunitaria (AEC),** donde se ha realizado una ponencia sobre el papel de la carne en la alimentación de la mano de la dietista-nutricionista Patricia Rubio.
- **XVII Congreso Internacional de la Sociedad Española de Medicina del Deporte (FEMEDE)** con una ponencia sobre la importancia de la carne en el deportista de la mano del Dr. Carlos de Teresa.
- **19º Encuentro Nacional de Salud de Medicina de la Mujer (SAMEM)** que se va a celebrar el próximo mes de febrero de la mano de la Dra. Palacios para hablar de la importancia y el papel de la carne en la alimentación de la mujer y en las diferentes etapas de su vida.

Análisis nutricional y estudio de las declaraciones atribuibles a jamón curado y jamón cocido

Con el objetivo de contar con nuevos datos de los beneficios de los derivados de carne de cerdo más consumidos, INTERPORC ha realizado un Análisis nutricional del Jamón Cocido y el Jamón Curado.

Este análisis ha sido llevado a cabo por la Universidad de Extremadura sus resultados se han subido a la Base de Datos Española de Composición de Alimentos (BEDCA) del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

Tal y como se muestra en la tabla de abajo, se ha llegado a la conclusión de que el consumo de una ración de ambos tipos de jamón no supone un excesivo aporte calórico, sino que:

- Se adecua a la recomendación sobre el porcentaje de energía recomendado para una merienda: 10-15% de la energía total del día (en base a la ingesta calórica de referencia: 2000kcal).
- En el caso de la ración de jamón cocido su contribución calórica es muy pequeña.
- Incluso por 100 g sólo aporta aproximadamente el 5% de la Ingesta de Referencia (2000 kcal/día).

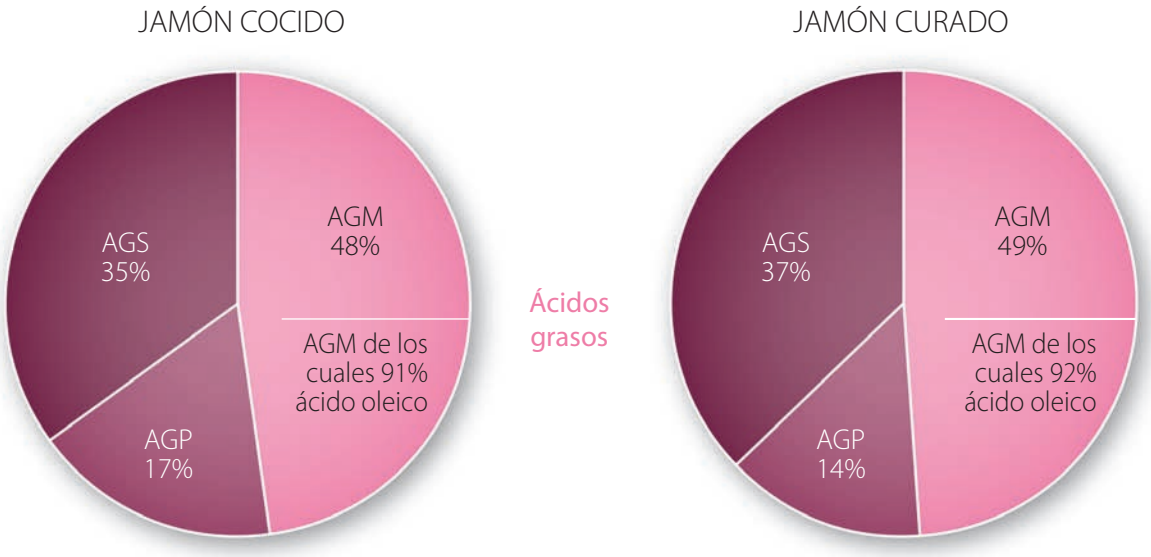
	En una porción de 100g de producto	
	Aprox. 4-5 lonchas	
	Jamón curado	Jamón cocido
Energía (kcal)	343,5 kcal	101,3 kcal
Proteína (g)	32,71 g	18,95 g
Grasa (g) de las cuales saturadas	13,64 g 4,82 g	2,39 g 0,81 g
Hidratos de carbono (g) de los cuales azúcares	< 0,5g <0,5g	1,26 g 0,67 g
Sal (g)	5,24 g	2,17 g
Fe (mg)	4,45 mg	3,88 mg
Zn (mg)	6,05 mg	4,86 mg
Se (µg)	23,2 µg	12,4 µg
Vitamina B_1 (mg)	0,81 mg	0,56 mg
Vitamina B_2 (mg)	0,32 mg	0,16 mg
Vitamina B_6 (mg)	0,46 mg	0,22 mg
Vitamina B_{12} (µg)	0,82 µg	0,45 µg

Además, a raíz de estos resultados también se pueden declarar numerosas propiedades nutricionales en relación con el jamón curado y cocido, tales como:

- Son alimentos con una alta densidad de nutrientes, es decir, su contenido en nutrientes compensa su valor calórico.
- Tienen un alto contenido en proteínas
- El jamón curado tiene un alto contenido de selenio que resulta esencial para la función tiroidea normal y para el mantenimiento del cabello y las uñas.
- Una ración de 100g g cubre un % importante de los VRN de nutrientes deficitarios en la población española como son el zinc o el hierro en mujeres en edad fértil.
- Con una ración de 100 g de jamón curado se cubren alrededor del 70% de los VRN de las vitaminas B1 y B3. Ambas participan en numerosos procesos metabólicos en el organismo.
- En el caso del jamón cocido el aporte de grasa por una ración es bajo.

Respecto al perfil de ácidos grasos:

- Ambos tipos de jamón tienen un perfil de ácidos grasos bastante equilibrado.
- Del total de grasas que contienen, solo entre el 35% en el caso del jamón cocido y el 37% en el jamón curado, está formado por ácidos grasos saturados, estando el resto de la grasa representada por grasas insaturadas (mono y poliinsaturadas).
- Tanto en el jamón curado como en el cocido el 92% y el 91% de las grasas monoinsaturadas están compuestas por ácido oleico, el mismo tipo de grasa que contiene el del aceite oliva.



Cálculos realizados sobre el total de grasas por 100 g de producto

Gabinete de noticias positivas

INTERPORC ha trabajado en la monitorización y difusión de noticias y mensajes positivos sobre la carne de cerdo de capa blanca y sus derivados. Para ello, mensualmente ha realizado una búsqueda y una monitorización de estudios científicos o artículos de interés sobre la carne de cerdo de capa blanca realizados a nivel mundial y ha elaborado diferentes posts de interés para la web de INTERPORC.

En total, se han difundido 9 post entre los que destacan algunos como:

- Recomendaciones para una dieta equilibrada.
- Recetas: cerdo a la naranja y lomo de cerdo relleno.
- Infografía sobre la recuperación de lesiones en deportistas.
- Infografía sobres los falsos mitos en torno a la carne de cerdo.
- Análisis nutricional del jamón cocido y jamón serrano.
- Métodos de conservación de la carne de cerdo.
- Requerimientos nutricionales en la etapa escolar.
- Entre otros.

Además, también se han difundido 6 notas de prensa elaboradas a partir de la participación en los talleres y congresos en las que se ha destacado lo que cada ponente y nutricionista ha explicado o resaltado sobre la carne de cerdo durante su exposición.

Materiales desarrollados para el profesional de la salud

INTERPORC ha desarrollado una serie de materiales dirigidos al profesional de la salud y al consumidor para congresos médicos, revistas y suplementos.

- Publicaciones revistas. Se han realizado y revisado un total de 23 publicaciones en revistas sobre la carne de cerdo sus beneficios, propiedades y su uso. Además, se han buscado las fotografías correspondientes para cada una de estas publicaciones.
- Suplemento Dieta Sana: Artículo sobre 20 preguntas sobre la carne de cerdo de capa blanca.
- Videorecetas: Se han creado 4 video recetas en castellano y en inglés de los productos de Porcino de Capa Blanca más buscados por los internautas durante 2018.

ESPAÑOL	INGLÉS
Manitas de cerdo picantes en olla rápida	Spicy pig´s trotters in pressure cooker
Costillas de cerdo agridulces con miel y soja	Sweet and sour pork ribs with honey and soya
Carrilleras de cerdo al vino tinto	Pork cheeks in red wine
Solomillo Wellington de cerdo, bacon y verduras	Pork tenderloin Wellington with bacon and vegetables

Curso on-line acreditado: La importancia de las proteínas en la alimentación

Un curso dirigido a médicos, enfermeras, dietistas y farmacéuticos de toda España.

Los objetivos del curso son:

- Dar a conocer la importancia de un consumo adecuado de proteínas en la alimentación, los requerimientos y sus principales funciones en nuestro organismo.

- Romper falsos mitos alimentarios con el consumo de determinados tipos de proteínas animales como puede ser la carne de cerdo de capa blanca.
- Otorgar al profesional de la salud herramientas para su trabajo diario en la consulta.

Índice del curso: LA IMPORTANCIA DE LAS PROTEÍNAS EN LA ALIMENTACIÓN

1. Aminoácido y proteínas
2. Las proteínas en las diferentes etapas de la vida. Actualización en las recomendaciones de proteína
3. Las proteínas en los alimentos
4. Mitos y realidades sobre la carne de cerdo
5. Herramientas para la consulta

Webinar: Las proteínas, su importancia en la alimentación. Qué cantidad y calidad se debe ingerir

Durante el 2018 se realizaron 2 webinar dirigidos al profesional sanitario.

El objetivo era conocer el consumo proteico de la poblaicón así como las necesidades este nutriente en las diferentes etapas de la vida. A raíz de este tema inicial se desembocda un hilo conductor sobre el que abordamos como el cerdo es un alimento que debe estar en las recomedaciones de dieta equilibrada para la población, que realizan los porfesioanles de la salud. Indudablemente, el cerdo siempres conlleva asociado el tema de la grasa y el perfil lipídico por lo que aprovecha el webinar para tratar algunos de los mitos relaicionados con este tema.

Los asistentes mostraron interés en cómo enseñar, de manera práctica con recetas y consejos aplicados a los pacientes tanto enfocado en la pérdida de peso y la enfermedad cardiovascular.

3.1.3. Otras actuaciones de INTERPORC, en apoyo del Mercado Interior, desarrolladas en 2018

Alimentaria Barcelona

INTERPORC estuvo presente del 16 al 19 de abril en la feria Alimentaria 2018, celebrada en Barcelona, una de las citas más destacadas a nivel mundial en el sector alimentario, en la que desarrolló más de una treintena de acciones para difundir las cualidades de los productos del cerdo de capa blanca tanto entre profesionales del sector y de la gastronomía como entre consumidores.

Durante los 4 días de celebración de la feria, INTERPORC llevó a cabo demostraciones culinarias a cargo de chefs con un amplio reconocimiento. Asimismo, cada día se celebraron actos de corte y degustación de jamón curado de cerdo de capa blanca y de embutidos y se celebró un concurso culinario entre alumnos de Escuelas de Cocina.

Por otra parte, el día 17 de abril el stand de INTERPORC acogió la firma de una serie de acuerdos de colaboración con asociaciones cárnicas e importadores de Malasia, Singapur, India y Filipinas con la finalidad de continuar posicionando los productos del cerdo de capa blanca español en dichos países.

Todas estas actividades organizadas en el marco de la feria tienen como principal objetivo acercar a los consumidores los beneficios de la carne de porcino, una carne idónea para incluir en una dieta variada y equilibrada para todos los grupos poblacionales.

El día de la inauguración, la Ministra de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, Dolors Montserrat, visitó el stand de INTERPORC para saludar a los representantes del sector porcino español. Para finalizar, la Ministra de Agricultura, Pesca y Alimentación, Isabel García Tejerina, que asistió la clausura del evento, fue recibida en el stand de INTERPORC.

Meat Attraction

La Interprofesional participó un año más en la segunda edición de Meat Attraction, la feria del sector cárnico que se celebró en Madrid, donde se dieron cita multitud de asociaciones y organizaciones sectoriales junto a empresas cárnicas españolas representativas.

Durante los tres días INTERPORC preparó diversas actividades para dar a conocer los logros del sector porcino de capa blanca español, así como para dar a conocer las bondades de la carne de cerdo y sus productos.

Entre ellas destacaron las demostraciones culinarias. A su vez, durante los 3 días de la feria tuvo lugar el Concurso INTERPORC Promesas de la Cocina en el que 6 participantes pertenecientes al IES Hotel Escuela demostraron sus aptitudes con varios platos preparados a base de esta carne y sus productos.

Otro de los actos preparados por INTERPORC en Meat Attraction fue la gran final del **Concurso de Cortadores de Jamón de Capa Blanca.** Competieron seis finalistas provenientes de los diferentes concursos de clasificación que fue realizando la Interprofesional en diferentes ciudades de España y Japón.

Los finalistas que compitieron por este premio de reconocimiento mundial fueron Antonio David Sánchez (Murcia); Diego Ferreras Ferrete (Málaga); Fernando López Raya (Málaga); Takamitsu Ushiroyatsu (Japón); Juan Carlos Garrido Gallardo (Sevilla), y Jorge Diaz Borreguero (Asturias).

SEPOR Lorca

Con motivo de la edición número 51 de la Semana Nacional de Ganado Porcino, Sepor Lorca, INTERPORC llevó a cabo dentro de esta feria una serie de actividades para dinamizar y promocionar la imagen del sector porcino de capa blanca y del consumo de su carne y elaborados cárnicos.

Entre las actividades que la Organización Interprofesional desarrolló durante los 4 días de celebración de este evento estuvo la Jornada Gastronómica INTERPORC SPAIN Nuestra Carne de Capa Blanca, dirigida al público infantil para mostrar la riqueza y versatilidad de la carne de cerdo de capa blanca y sus derivados, en la que se contó con los asistentes de las asociaciones farmacéuticas de Murcia, grupos empresariales de Lorca, etc.

Otra de las actividades que volvió a desarrollar INTERPORC en esta edición de Sepor, y que ya es un clásico, fue el II Concurso Internacional de cortadores de Jamón de Capa Blanca INTERPORC Spain, que fue clasificatorio para la gran final de este evento que se celebrará en 2019.

Durante el resto de la feria, INTERPORC participó a través de su presidente, Manuel García, en algunas de las mesas redondas como la titulada "El sector porcino frente a los nuevos retos en materia de bienestar animal". Xinting Yao, del Departamento Internacional de INTERPORC, participó en un workshop sobre Estrategias de Comunicación Internacional en carne de porcino.

INTERPORC también colaboró en la II Gala Sepor de Oro que se celebró el 6 de noviembre.

Talleres en colegios

INTERPORC organizó diversos talleres dirigidos a alumnos de Educación Primaria en los que, de la mano de una dietista-nutricionista, se habló de las propiedades y los beneficios nutricionales de la carne de cerdo de capa blanca.

Durante estos talleres los niños realizaron sus propios bocadillos y pinchos saludables.

- Colegio Tres Olivos
- Colegio Vera Cruz
- Colegio Salesianas San José

Para cada taller se han elaborado una serie de materiales específicos para entregar a los alumnos:

- Folleto 'Bocadillo tradicional' con diferentes opciones de bocadillo saludable para que los niños puedan elaborar en casa.
- Folleto 'A tope comiendo bien' con información sobre la importancia de llevar una alimentación equilibrada y variada.

- Se ha elaborado una presentación 'Educar en la alimentación' para explicar a los alumnos, por parte de una nutricionista, la importancia de alimentarse bien.
- Vídeo sobre las propiedades nutricionales de la carne de cerdo de capa blanca.

Un total de **300 niños,** 100 de cada colegio divididos en 4 clases de 25 cada una.

Concursos Internacional de cortadores de jamón de capa blanca
Premios Interporc Spain 2017 - 2018

Durante el periodo 2017 – 2018, Interporc ha celebrado en total 7 concursos de cortadores de jamón de capa blanca, Premios Interporc Spain 2017 – 2018.

Sepor - Interporc Spain. Lorca, Murcia 2017. Feria Sepor. Noviembre.

Benaoján- Interporc Spain. Benaoján, Málaga 2017. Feria de la Chacina. Diciembre.

Sabor a Málaga- Interporc Spain. Málaga 2017 Feria Sabor a Málaga. Diciembre.

JCHA- Interporc Spain. Tokio 2018.Feria Foodex Japón. Marzo.

Interporc Spain. Dos Hermanas. Sevilla. 2018 Mayo.

Interporc Spain. Pola de Laviana Asturias. 2018. Feria de Pola de Laviana. Mayo.

Final Interporc Spain - Meat Attraction. Madrid. Septiembre.

Con muy poco tiempo de vida, nuestro concurso internacional de cortadores se ha consolidado como uno de los premios más importantes en el mundo del corte de jamón, tanto a nivel nacional como internacional.

El carácter Internacional que añadimos en esta temporada le ha dado el plus que necesitaba para instaurarse como el único premio a nivel internacional que otorga una institución española en el mundo del corte de jamón y que a su vez ayuda a la promoción de uno de nuestros productos estrella de España, como es el jamón de capa blanca.

Por otro lado, la realización de la final ha sido todo un reto hecho realidad. El giro realizado para intentar encontrar el mejor cortador del mundo, mediante pruebas prácticas donde la subjetividad queda en un segundo plano, ha resultado en un concurso único e inigualable hasta la fecha, marcando en el mundo de los concursos un antes y un después. Muchas son las felicitaciones que hemos recibido desde todo tipo de Asociaciones, Interprofesionales, Denominaciones de Origen y particulares, tanto por el desarrollo del mismo en un marco incomparable, como la creatividad desarrollada en las pruebas a realizar.

Participación en el programa "Saber vivir"

La carne y los productos del cerdo "son alimentos muy vinculados a la sociedad española y de alto componente social, ya que en torno a su consumo y disfrute se reúnen familiares y amigos, especialmente en épocas como el verano", resaltó el director de la Interprofesional del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC), Alberto Herranz, durante su intervención en el programa. Explicó que entre las propiedades nutricionales de la carne de cerdo destaca el aporte de proteínas de alto valor biológico, y de minerales como el potasio, el zinc y vitaminas del grupo B. Asimismo, contiene todos los aminoácidos esenciales y en las proporciones necesarias para una dieta equilibrada.

Durante el programa se han explicado las diferencias entre los principales cortes del cerdo, como el solomillo y el lomo, de los que ha destacado su gran contenido en proteínas de calidad y su bajo contenido en grasas y grasas saturadas, entre un 2 y un 11% de grasa intramuscular. Además, ha apuntado que, alrededor del 70% de la grasa de la carne de cerdo es subcutánea y se puede eliminar fácilmente.

Proyecto Eduksano

La Interprofesional del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC) forma parte del grupo de las 16 asociaciones del sector primario, la industria alimentaria, distribución, chefs y padres de alumnos, que se han unido al proyecto Eduksano con el objetivo de que se incorpore la asignatura de nutrición como obligatoria en los planes de estudio de primaria y secundaria.

Entre las actividades previstas por las asociaciones, destaca un estudio comparativo del modelo japonés y la elaboración de un informe independiente sobre la dieta de los españoles y la incidencia del nivel de consumo de alimentos básicos y saludables, como la carne de cerdo, en aspectos como la obesidad, las enfermedades cardiovasculares o la diabetes.

POR UNA EDUCACIÓN NUTRICIONAL OBLIGATORIA

Alianza con Iberia para impulsar la Internacionalización del sector porcino español

La Interprofesional del Porcino de Capa Blanca firmó un acuerdo con la compañía aérea IBERIA, que permite a sus asociados acceder a beneficios para volar tanto en los vuelos con IBERIA como en los operados por American Airlines y British Airways, con el objeto de impulsar la internacionalización de las empresas del sector porcino y ofrecer apoyo en sus viajes internacionales.

INTERPORC reafirma su compromiso con el deporte

La Interprofesional del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC) es una de las patrocinadoras oficiales del "VI Torneo de Pádel del China Club Spain".

El patrocinio por parte de INTERPORC de este evento deportivo forma parte del importante programa de actividades que desarrolla la Interprofesional en favor del deporte y la alimentación saludable.

El Torneo de Pádel que organiza cada año 'China Club Spain', contribuye a promover la integración de la comunidad china en España a través de la interacción deportiva y tiene como objetivo reunir a profesionales de distintos ámbitos para mejorar y profundizar en el conocimiento de ambas culturas. Cabe recordar que el sector porcino español está absolutamente comprometido con la sociedad y con los consumidores de los más de 130 países en los que está presente, entre ellos de forma destacada en China.

INTERPORC se une a la carrera "10K Mercamadrid" en apoyo al deporte y la alimentación saludable

INTERPORC, en su compromiso con el fomento del deporte y la alimentación saludable, participó de forma activa en la carrera 10k Mercamadrid, que bajo el lema "Para mejorar tus hábitos sobran los motivos. Deporte y alimentación = vida sana" se celebró en el interior de los mercados e instalaciones de Mercamadrid.

El evento deportivo, que congregó a 7.000 corredores, nació hace tres años con el objetivo de promover los hábitos saludables y acercar a todos los ciudadanos el trabajo diario de los profesionales de uno de los mercados más grandes del mundo, retos muy en línea con los de la Interprofesional.

La colaboración por parte de INTERPORC de esta carrera forma parte de un importante programa de actividades que desarrolla la Interprofesional en favor del deporte y la alimentación saludable y para trasladar a los consumidores las propiedades nutritivas y saludables del consumo de carne de cerdo.

INTERPORC refuerza su compromiso en la lucha contra la obesidad

INTERPORC firmó un convenio de colaboración con la Sociedad Española para el Estudio de la Obesidad (SEEDO) que tiene como principal objetivo colaborar en la promoción y divulgación de un alimentación saludable y equilibrada, así como resaltar los beneficios del consumo de carne de cerdo de capa blanca. De esta forma, INTERPORC refuerza su compromiso en la lucha contra la obesidad y el sobrepeso y en la promoción de un estilo de vida más saludable.

SEEDO-SEO
Sociedad Española de Obesidad
PREVENCIÓN OBESIDAD
ALIGERA TU VIDA

3.2. Apoyos al desarrollo de la internacionalización sectorial

3.2.1. Elaboración de Información y Documentación sobre comercio exterior

SISTEMA DE INFORMACIÓN COMERCIO EXTERIOR (SICE)

Se trata del sistema de información y documentación relativo al comercio exterior e internacionalización de los productos del sector porcino de capa blanca. Sus finalidades son:

- Apoyar y complementar la información sobre comercio exterior que ya elaboran o utilizan las distintas asociaciones y organizaciones vinculadas al sector porcino de capa blanca.
- Contribuir a la mejora del conocimiento e imagen del sector porcino de capa blanca, así como a la mayor transparencia de sus mercados.
- Potenciar la imagen de INTERPORC como referente en información sectorial, especialmente en lo relativo a comercio exterior e internacionalización del sector porcino de capa blanca.

Los datos recogidos por el SICE permiten la elaboración de diferentes informes y documentos de interés para el sector, como son:

- Informe evolución de las exportaciones españolas de porcino, de periodicidad mensual.
- Mapas de posicionamiento estratégicos de mercados de productos del porcino de capa blanca.
- Informes y fichas de países-mercado sobre comercio exterior sectorial y sobre mercados exteriores de interés prioritario, que se apoyan en documentos complementarios sobre el "Sector en cifras".
- Estudios especializados de interés para los socios de INTERPORC, tales como impactos de tratados comerciales, proyecciones comerciales en áreas geográficas especiales, proyectos de convenios bilaterales, etc.

- Memoria anual de internacionalización de INTERPORC.

Toda esta información actualizada y de carácter público, está recogida en la web www.sinfoporc.com

3.2.2. Actividades de Promoción Comercial Exterior

Por la enorme importancia y necesidad que la exportación tiene para el conjunto del sector porcino español de capa blanca, INTERPORC desarrolló durante 2018 un ambicioso Plan de apoyo a la internacionalización del sector porcino español de capa blanca, en ejecución de la Extensión de Norma.

Se desarrollaron acciones en los principales países destino a nivel mundial por su volumen de importaciones y consumo, por la evolución de su crecimiento de compras internacionales, o bien por su interés estratégico para determinados productos porcinos, atendiendo al mismo tiempo a los resultados obtenidos de la consulta sectorial realizada sobre identificación de necesidades y prioridades reales en materia de internacionalización del sector.

En 2018, se llevaron a cabo iniciativas de diversa índole en los siguientes países terceros y de la UE: **China, Japón, Corea del Sur, Vietnam, México, Austria, Singapur, India, Francia, Portugal y Myanmar.**

> JAPÓN

- Participación con stand informativo en la feria **FOODEX Tokio** celebrada del 6 al 9 de marzo, ofreciendo *showcooking* diarios con la mejor carne de cerdo española por el prestigioso y mediático chef local Inoue, acompañado de diversos actos de corte y degustación de jamón y embutidos de cerdo de capa blanca a cargo del cortador profesional Sergio Bellido.
- En el mismo stand, el día 7 se celebró la edición japonesa del **Concurso Internacional de Cortadores de Jamón de Capa Blanca INTERPORC SPAIN,** que contó con la participación de 6 cortadores nipones.

> MÉXICO

- Participación junto a 12 empresas españolas de porcino de capa blanca en la **feria Expo Antad & Alimentaria de Guadalajara.** En el propio stand de INTERPORC se desarrollaron numerosas acciones como *showcooking* diarios de la mano del prestigioso chef mexicano Ricardo Carrillo, que realizó diversas recetas al estilo mexicano con carne de cerdo española, junto a actos de corte y degustación de jamón y embutidos de cerdo de capa blanca por parte del cortador profesional, Abraham Cambres, ganador del 'Concurso Nacional Interporc Spain de Cortadores de Jamón de Capa Blanca 2017'.
- Encuentro institucional entre empresas españolas de porcino de capa blanca participantes en la feria y representantes de la Consejería del MAPAMA y de la Oficina Económica y Comercial en México.

> AUSTRIA

- Esponsorización del 10º aniversario de la **fiesta española "La Caña de España" en Viena,** con aportación de jamones de capa blanca y embutidos para degustación durante un cóctel ofrecido por la Embajada, y sorteo de tres jamones de cerdo de capa blanca durante la fiesta.

> CHINA

- INTERPORC organizó la ***"International Spanish Pork Week"*** **en Shanghái (China)** del 13 al 18 de mayo, recogiendo una serie de actividades con un triple objetivo: promocionar la seguridad y las cualidades de los productos del porcino español en el gigante asiático, facilitar los intercambios comerciales entre empresas españolas e importadores chinos y fortalecer las relaciones institucionales entre ambos países.

Durante toda la semana, INTERPORC contó con la participación de 21 empresas de porcino españolas, que acompañaron a una amplia delegación de la Interprofesional para participar en dos importantes ferias internacionales: la ***China International Food, Meat and Aquatic Products*** **(FMA China)** y **'SIAL Shanghái'.** Se mantuvieron diversos encuentros institucionales con autoridades chinas y de la Comisión Europea, y se participó en conferencias y encuentros con importadores del gigante asiático.

En la conferencia ***International Food Policy, Laws & Regulation Summit,*** el Director General de Sanidad de la Producción Agraria del MAPAMA, Valentín Almansa, hizo una presentación sobre el sector porcino español, en la que subrayó la situación sanitaria y de bienestar animal, la capacidad de abastecimiento, la trazabilidad y la calidad, como factores clave del sector porcino para el acceso a nuevos mercados. Esta conferencia, de marcado carácter institucional, contó con la presencia de autoridades e importadores chinos.

En ambas ferias, INTERPORC desarrolló en su stand un extenso programa de actividades como *showcooking* diarios ofrecidos por chefs del propio país con la mejor carne de cerdo española o actos de corte y degustación de jamón curado, a cargo del cortador profesional español Abraham Cambres.

Con la participación en ambas ferias, INTERPORC cumplió el esperado objetivo de promover la imagen conjunta de las marcas de las empresas participantes, bajo el paraguas de *Spanish Pork,* ofreciendo a los visitantes identificar una imagen consolidada de país-sector, permitiendo a las empresas promocionar sus marcas propias.

Asimismo, y en paralelo a la feria 'SIAL China', INTERPORC celebró el miércoles 16 de mayo la ***'Spanish Pork Night',*** un encuentro entre importantes importadores y distribuidores chinos, autoridades españolas y chinas y medios de prensa especializados, para disfrutar de espectáculo flamenco, juegos y degustación de productos típicos españoles.

Todas estas actividades se compaginaron con la participación y acompañamiento de INTERPORC en **la misión de alto nivel** que realizó en China la Unión Europea, encabezada por **el Comisario de Agricultura y Desarrollo Rural de la UE, Phil Hogan.** Durante SIAL, el Comisario Hogan visitó el stand de INTERPORC, donde tuvo ocasión de saludar personalmente a todas las empresas participantes en el pabellón español de porcino.

- El 19 de septiembre, INTERPORC viajó a Pekín para continuar su intensa campaña promocional en el gigante asiático, impartiendo a profesionales de hostelería previamente seleccionados un **curso intensivo de corte de jamón serrano** en el Instituto Cervantes de Pekín, con la colaboración de ICEX.

El objetivo de esta acción fue formar a los agentes del canal HORECA chino sobre las características y beneficios tanto del jamón serrano como de la carne de cerdo española de capa blanca, para que estos profesionales incorporen los productos de cerdo de capa blanca a sus portfolios y traten de ofertarlos en el mercado nacional.

- Del 20 al 22 de septiembre, INTERPORC repitió participación en la feria ***China International Meat Industry Exhibition (CIMIE),*** celebrada en la ciudad de Pekín, y organizada por *China Meat Association* (CMA). De forma previa a la feria, el día 19 INTERPORC asistió a la "Conferencia Mundial del Desarrollo de la Industria de la Carne 2018".

Durante la feria, INTERPORC participó con stand propio, donde desarrolló diversos actos de corte y degustación de jamón de capa blanca, a cargo del cortador profesional Cristo Muñoz. Al mismo tiempo, se interactuó con diversos visitantes profesionales y prensa especializada, distribuyendo diverso material informativo y promocional de INTERPORC y del sector porcino español de capa blanca.

Además, INTERPORC participó activamente en el **"Festival de Jamón"** organizado por CMA para presentar la técnica de corte de jamón de capa blanca español entre los visitantes chinos.

- INTERPORC participó, del 5 al 10 de noviembre, como única organización agroalimentaria española, en la primera edición de la **Exposición Internacional de Importación de China (CIIE,** por sus siglas en inglés), a la que acudieron más de 200.000 compradores chinos. En su primera edición, CIIE se convirtió en el principal evento relativo a la importación de todo tipo de productos, entre ellos las carnes y los productos cárnicos, y ayudó a las empresas participantes profundizar en sus conocimientos sobre el mercado chino, entablar relaciones comerciales, desarrollar su negocio y promocionar sus marcas.

El stand de INTERPORC acogió durante la celebración de CIIE numerosas degustaciones y demostraciones de corte de jamón de capa blanca. Por este espacio pasaron importantes visitas, destacando la del Comisario de Salud y Seguridad Alimentaria de la UE, Vytenis Andriukaitis, el Embajador de España en China, Rafael Dazcallar, o la Vicepresidenta de la Cámara de Comercio de Import-Export (CFNA), Yu Lu, entidad afiliada al Ministerio de Comercio de la República Popular de China. Asimismo, INTERPORC mantuvo un encuentro con la Secretaria de Estado de Comercio y Presidente de ICEX, Xiana Méndez, para analizar la situación actual, evolución y necesidades del sector porcino español en China.

También en el marco de esta feria, la Interprofesional estuvo presente en la *China International Meat Conference* (CIMC) como invitada de honor.

> SINGAPUR

INTERPORC participó en el **Festival Spanish Extravaganza,** que se celebró en el Hotel Capella de Singapur del 30 de mayo al 2 de junio de 2018. Durante el festival se llevaron a cabo diversas actividades:

- Comida y cena de menú español con carne de cerdo de capa blanca a medios de comunicación de Singapur.
- Feria profesional dirigida a profesionales del canal HORECA.
- Cenas & tapas diseñadas por chefs estrellas Michelin, que emplearon productos porcinos españoles en su elaboración.
- Spanish Extravaganza Brunch.

> INDIA

En virtud del "Convenio de colaboración entre INTERPORC y el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA) para la promoción de los productos cárnicos españoles en los mercados internacionales, a través de ferias y certámenes en los años 2018 y 2019", INTERPORC organizó participación agrupada de empresas en la feria **FOOD & HOTEL INDIA,** celebrada en el Hotel Sahara Star de Mumbai. Participaron cuatro empresas españolas de cerdo de capa blanca.

Durante la feria, INTERPORC ofreció diversos actos *showcooking* con carne de cerdo de capa blanca española a cargo del prestigioso chef indio Michael Swamy, con el objeto de difundir las excelencias y seguridad de la carne de cerdo de capa blanca español y sus productos.

Además, INTERPORC organizó un Seminario sobre el mercado indio, impartido por un prestigioso importador de carne y productos cárnicos, y celebró una serie de encuentros B2B entre las empresas participantes y los visitantes a esta primera edición de la feria en la India.

Respecto a la competición culinaria *India International Culinary Classic,* que fue patrocinada por INTERPORC con el apoyo de la Federación India de Asociaciones Culinarias y la *West Indian Culinary Association,* los galardonados con el "Spanish Pork de Oro" fueron el chef Chetan Chavan del Hotel Sahara Star y la chef Asmita Prasad del Grand Hyatt Mumbai, que impresionaron al jurado con los platos que elaboraron a base de cerdo español de capa blanca.

> VIETNAM

INTERPORC viajó a Hanoi a finales de noviembre para organizar participación agrupada de empresas en la primera edición de la feria **FOOD & HOTEL HANOI,** junto a 6 empresas españolas de porcino de capa blanca. Se trata de una feria que nace con la finalidad de ofrecer una ruta directa a los exportadores y proveedores internacionales de las industrias de la alimentación y hosteleras emergentes del norte de Vietnam.

En el stand de INTERPORC se ofrecieron diversos *showcooking* con carne de cerdo española y productos, a cargo del reconocido chef español Tony Carrascal, residente en Ho Chi Minh, aprovechando su buen conocimiento de la gastronomía vietnamita. Asimismo, se desarrollaron degustaciones de embutidos y jamón de capa blanca, ofrecidas por el maestro cortador Diego Ferreras.

Como acción paralela a la participación en la feria, el día previo al inicio de la misma, el día 27 de noviembre, INTERPORC organizó en el hotel Meliá de Hanoi **reuniones B2B** entre empresas españolas de porcino e importadores, distribuidores y principales agentes del canal Horeca del país. A continuación, tuvo lugar un *showcooking* con carne de cerdo española y cena cóctel a base de tapas elaboradas con productos porcinos españoles. Nos acompañó a este evento el Consejero Económico y Comercial de la Embajada de España en Vietnam, quien felicitó y destacó la presencia de INTERPORC – sector porcino español junto a empresas españolas ya presentes en el mercado vietnamita pero interesadas en incrementar su cuota de venta en el mercado vietnamita. Hizo también mención a las oportunidades que ofrece el acuerdo de libre comercio UE – Vietnam, que entrará en vigor en próximos meses.

> PORTUGAL

El 16 de noviembre, INTERPORC viajó a Lisboa para celebrar **un curso de corte de jamón de capa blanca,** en colaboración con el Instituto Cervantes de Lisboa, y dirigido al sector HORECA luso. El objetivo de esta acción fue ofrecer en el país una buena imagen del cerdo de capa blanca español, y más concretamente del jamón de capa blanca, a través de un curso teórico-práctico sobre las técnicas de corte del producto.

Misiones inversas:

• Alimentaria Barcelona – *Spanish pork Summit*

En el marco de la feria **'Alimentaria Barcelona 2018'** INTERPORC firmó diversos acuerdos de colaboración y reconocimiento institucional con Asociaciones cárnicas y de importadores representativas de Malasia, Filipinas, India y Singapur, con la finalidad de impulsar las relaciones comerciales entre ambos países.

Estos convenios contemplan acciones de colaboración en distintas áreas -formación, eventos empresariales, relaciones comerciales, etcétera- y permitirán reforzar en estos países la 'marca España' en productos del porcino, asociada a calidad, innovación, y a un modelo de producción que es referente mundial en sostenibilidad, bienestar animal y seguridad alimentaria.

• Bloggers e influencers de Corea del Sur

INTERPORC organizó a finales de junio una **misión inversa** con un **grupo de medios de prensa especializados y bloggers gastronómicos surcoreanos,** con el objetivo de mostrar de primera mano el sector del cerdo de capa blanca. Su visita incluyó una jornada informativa en el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), visitas a plantas de carne y productos elaborados, y turismo gastronómico.

3.2.3. Otras actuaciones de INTERPORC en apoyo de la internacionalización desarrolladas en 2018

• INTERPORC y ABPA, Reunión bilateral España y Brasil

Representantes de Junta directiva de INTERPORC y la Asociación Brasileña de Proteína Animal (ABPA) se reunieron en Madrid con el objeto de estrechar relaciones y debatir distintas temáticas sobre la situación del sector porcino a nivel mundial.

Entre los temas abordados también se refirieron a las tendencias, oportunidades y amenazas del sector porcino en la internacionalización, así como a las perspectivas de consumo en los diferentes mercados, y las preferencias de los consumidores.

• Estudio "El mercado del porcino en China"

En 2018, INTERPORC realizó un "Estudio de mercado para la campaña de promoción de INTERPORC en China", con un doble objetivo: mapear y radiografiar la distribución del porcino importado, y determinar la imagen de marca y producto para INTERPORC.

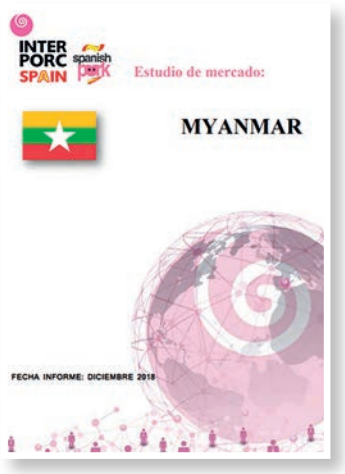
Este estudio realiza un profundo análisis de la producción y demanda de porcino en China, las importaciones, la influencia de los precios, la guerra comercial entre China y EEUU, el proceso de distribución del porcino importado, sus principales actores, los usos y preferencias del distribuidor y consumidor, diferencias por canales y regiones, así como opciones de promoción y recomendaciones.

El 4 de octubre se realizó en Madrid un acto de presentación de dicho estudio a sector y empresas.

• INTERPORC, presente en el encuentro empresarial España – China

Presidente y Director de INTERPORC estuvieron presentes en el encuentro empresarial España-China celebrado en la sede de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), durante la visita del Presidente de la R.P. China, Xi Jinping, trasladando a la delegación china "el buen momento que atraviesan las relaciones entre ambos países en materia de porcino". A dicho acto asistieron diversas autoridades de ambos países, entre ellas los Ministros de Comercios de España y China.

En esta visita, el Presidente chino, Xi Jinping, y su homólogo español, Pedro Sánchez, firmaron el nuevo Protocolo para la exportación de carne y productos cárnicos de porcino, que permite la apertura del mercado chino a la carne fresca, jamón con hueso y embutidos de porcino españoles. Hasta el momento, España solo podía exportar a China carne congelada o bien deshuesada y curada durante un mínimo de 313 días.

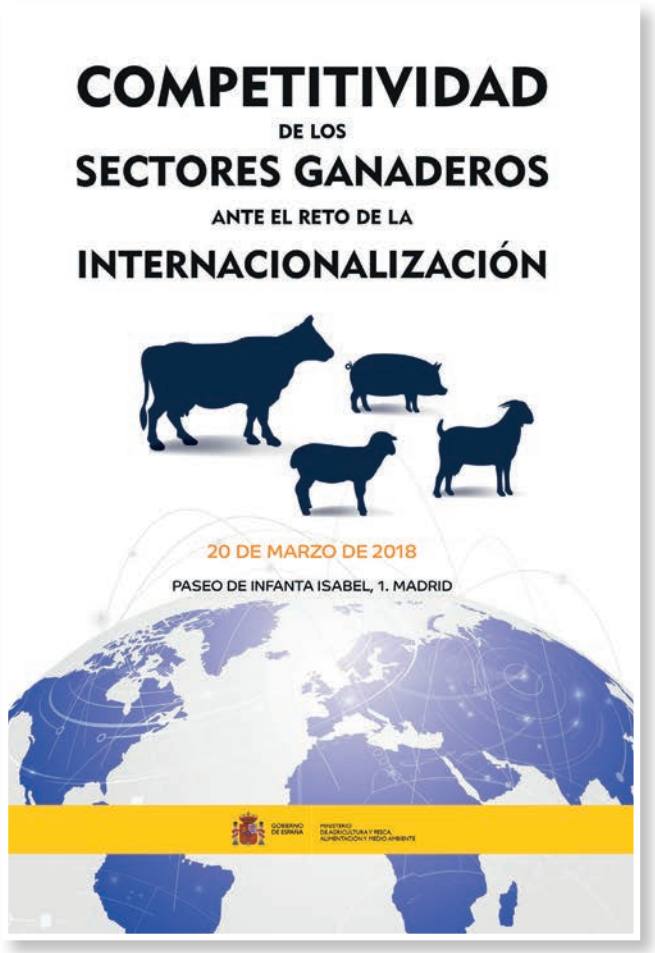


• Estudio sobre "El mercado del porcino en Myanmar"

INTERPORC encargó la realización de un estudio sobre "El mercado del porcino en Myanmar", que analiza el contexto político, socioeconómico, demográfico y cultural del país, e incluye datos de comercio exterior, análisis de la oferta local y de la demanda, canales de distribución, percepción del producto español, información sobre acceso al mercado, recomendaciones, direcciones de interés, etc.

• Jornada sobre "Competitividad de los sectores ganaderos ante el reto de la internacionalización"

INTERPORC fue invitado participar en esta Jornada, enmarcada dentro del proyecto RENGRATI (Red Nacional de Granjas Típicas) y organizada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.



3.3 Actuaciones en apoyo de los sistemas, la competitividad, la sostenibilidad y la bioseguridad en la cadena sectorial

3.3.1 Potenciación de los sistemas de información/conocimiento sectorial

Base de datos BDporc

Desde el año 2013 existe una colaboración entre INTERPORC y el Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentaria (IRTA), por la que la Interprofesional impulsa el Banco de datos de Referencia del Porcino española (BDporc), gestionado por el IRTA.

A través del servicio que ofrece el Sistema BDporc, se realizaron las siguientes acciones y servicios a los asociados de INTERPORC:

- Emisión trimestral del informe BDporc con los resultados técnicos medios de los grupos de referencia establecidos.
- Emisión trimestral del informe específico de INTERPORC de evolución de los principales índices recogidos en BDporc, así como un análisis de predicciones.
- Emisión mensual de una Nota técnica para INTERPORC con evoluciones, análisis, estudios de los datos contenidos en BDporc, en formato Resumido Nota Flash).

A través de esta información se puede ver la constante mejora y profesionalidad del sector porcino español. A través del Sistema BDporc podemos observar las tendencias y hacia donde evolucionan los sistemas de producción.

BDporc
Banco de Datos de Referencia del Porcino Español

IRTA

Barómetro Porcino

Desde enero de 2015 INTERPORC, conjuntamente con MERCOLLEIDA, publica el "Barómetro Porcino" que es una descripción y valoración periódica de la coyuntura de los precios del porcino en los principales mercados mundiales.

Incluye:

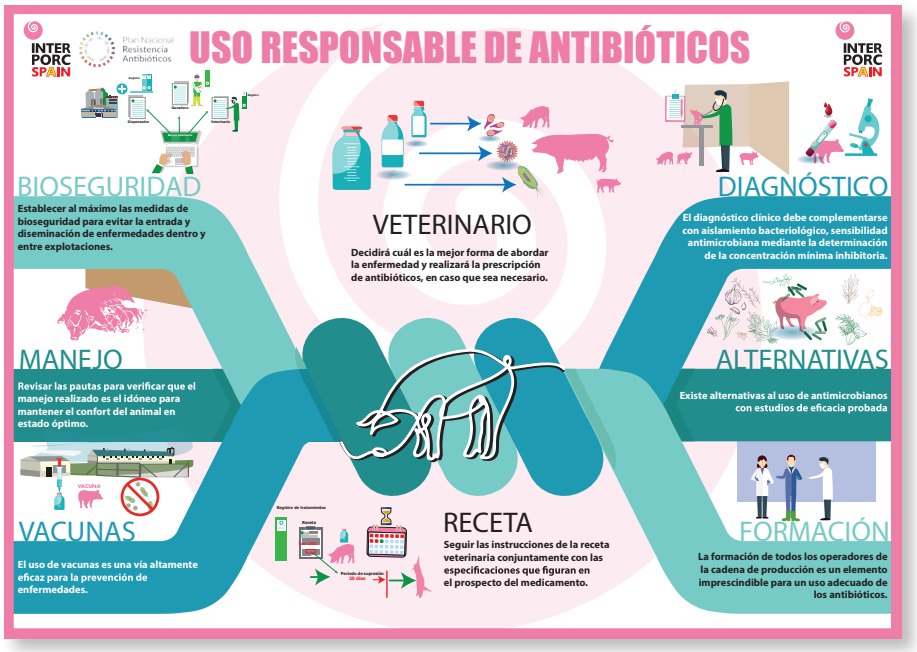
- Coyuntura de precios del cerdo vivo, la carne de porcino y análisis de su evolución y tendencia, en España, UE, Asia y América, recogiendo estadísticas, textos de análisis y gráficos ilustrativos.
- Coyuntura de precios de materias primas para alimentación del ganado porcino y análisis de su evolución y tendencia, recogiendo estadísticas, textos de análisis y gráficos ilustrativos.
- Un mapamundi resumen visual de la evolución de los precios del cerdo en los principales mercados mundiales.
- Un Balance mensual resumen de toda la coyuntura de precios que ha caracterizado al sector porcino en el mes, el cual se incorpora a un "Cuadro de Control" del sector porcino español de capa blanca.

• Otra información Complementaria sobre aspectos geográficos, fletes marítimos, mercados de futuro, cotizaciones del dinero, energía, IBEX, etc.

3.3.2. Actuaciones en apoyo de la bioseguridad sectorial y sanidad animal

Uno de los objetivos de INTERPORC es promover programas de investigación y desarrollo que impulsen los procesos de innovación en el sector porcino de capa blanca. El grupo de Trabajo de I+D+i de INTERPORC está integrado por técnicos de las organizaciones y asociaciones miembro de la Interprofesional, además de contar con el apoyo de especialistas de empresas del sector y la colaboración de prestigiosos centros de Investigación y universidades españolas. En el ámbito de la investigación, desarrollo e innovación, en 2018 se impulsaron varios estudios e investigaciones:

Grupo de uso racional de antibióticos:



Compuestos por distintos expertos en el ámbito veterinario español. Durante el año 2018 se han desarrollado las siguientes actuaciones:

- Creación de grupo operativo MAPRESPORC para la elaboración de las bases para el desarrollo de una herramienta interactiva de control de patógenos bacterianos porcinos fruto de la colaboración entre sector productivo y

agencia española del medicamento. Esta herramienta ayudará en un futuro a una prescripción veterinaria más adecuada y responsables.

- Elaboración y difusión de un póster, díptico y guía de uso responsables en jornadas técnicas y acontecimientos destacados en todo el territorio español.
- Elaboración de un póster de bioseguridad en explotaciones porcinas enfocada como un punto básico para un uso racional de antibióticos.
- Jornadas de divulgación de la importancia del uso racional de antimicrobianos en producción porcina.
- Asesoramiento a empresas para implantación de programas de reducción de antimicrobianos.

Plan de control regional de PRRS

A partir de los resultados de los años anteriores en los planes de control piloto en Tauste, Segovia y Lleida, además de las colaboraciones puntuales con otros planes o empresas, se ha introducido nuevas iniciativas de control adaptadas para cada región, determinado los distintos aspectos a mejorar estableciendo el siguiente orden de prioridad:

- Bioseguridad: a través de la secuenciación genética de parte del virus y las auditorías de bioseguridad y riesgos se ha determinado que el nivel de bioseguridad tiene un gran impacto sobre la probabilidad de entrada y difusión de una misma cepa vírica en una explotación, compañía o región, marcando un orden interno de pautas según las deficiencias en cada estructura.
- Región / Densidad: especial hincapié en la densidad de explotaciones como principal riesgo en biocontención y difusión dentro una zona por aumento de la probabilidad de contacto sea directo o indirecto. Aumentando intensificación en aspectos como la vacunación estratégica y otras acciones enfocadas a la disminución de la presión de infección.

Se ha mantenido la colaboración con las Administraciones de las distintas Comunidades Autónomas con especial hincapié en Castilla y León que ofrece sus servicios oficiales de diagnóstico a los muestreos derivados del plan de control.

Creación de una base de datos de índices de riesgo en PRRS según explotaciones, dependiendo de los resultados de una auditoría en cada una de ellas.

Disponibilidad a todo el sector productivo de un análisis epidemiológico de las cepas víricas detectadas comparadas con las existentes en nuestra base de datos.

Participación en distintas jornadas de divulgación de los resultados iniciales de los planes de control y colaboración en iniciativas preliminares.

Proyecto Salmonella

El proyecto *Salmonella* se viene desarrollando desde agosto de 2015 en granjas de Andalucía y Murcia, y en un matadero piloto en Andalucía, con el objetivo de establecer las estrategias para el control de esta bacteria y reducir su prevalencia.

El objetivo principal de la Fase II del proyecto Salmonella de INTERPORC, al igual que en la fase I, es reducir la prevalencia de Salmonella en granjas piloto.

Para este fin se aplicaron distintas medidas seleccionadas a partir del informe final de la fase I y de los resultados del meta-análisis "Revisión sistemática y meta-análisis de las estrategias de control de Salmonella en la producción porcina", en una selección de granjas piloto de prevalencia y nivel de bioseguridad conocidos.

Hepatitis-E

Se desarrolla un convenio de colaboración entre INTERPORC y la Fundación Investigación Biomédica del Hospital 12 de octubre para la realización del proyecto "Importancia del virus de la hepatitis E (VHE) en la epidemiología de las hepatitis virales agudas sintomáticas, en un área sanitaria del suroeste de Madrid".

El objetivo principal de este proyecto es para estimar la incidencia de las hepatitis víricas agudas (VHA, VHB, VHC, VHD y VHE) en una muestra de la población del área sanitaria atendida por el HU120. (Hospital Universitario 12 de octubre) Los objetivos secundarios del dicho proyecto son los siguientes:

1. Describir la importancia relativa y la epidemiología del virus de la hepatitis E como causante de hepatitis aguda en nuestro medio.
2. Describir las características demográficas, analíticas y epidemiológicas de los pacientes afectados por las hepatitis virales agudas.

Teniendo en cuenta que en el laboratorio del Hospital 12 de octubre se realiza el diagnóstico microbiológico de la práctica totalidad de episodios de hepatitis aguda (atendidos en consultorios de Atención Primaria y urgencias del hospital) del área sanitaria 11, con una población aproximada de 431.300 habitantes; pueden estimarse las tasas de incidencia de las hepatitis víricas sintomáticas en la población estudiada.

Proyecto Staphylococcus aureus

INTERPORC colabora con el Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria (INIA) para realizar el trabajo sobre el comportamiento de *Staphylococcus aureus* en jamón curado loncheado.

Staphylococcus aureus es una bacteria patógena causante de intoxicaciones alimentarias. La contaminación con estafilococos se atribuye a una manipulación inadecuada en combinación con un almacenamiento en condiciones

de abuso de temperatura. Las operaciones de deshuesado, troceado y/o loncheado del jamón curado pueden dar lugar a la contaminación con *S. aureus*.

El proyecto realiza ensayos en jamón curado loncheado inoculado con *S. aureus* y envasado al vacío para conocer el comportamiento de *S. aureus* a distintos valores de a_W y distintas temperaturas de conservación. Se ensayarán distintas a_W (0.89, 0.92, 0.94), representativas de jamón curado disponible comercialmente, y distintas temperaturas de almacenamiento (8ºC, 22ºC, 30ºC).

Jornadas sobre bioseguridad

El modelo de producción del sector porcino de capa blanca español es, a día de hoy, el más garantista del mundo con la salud y el bienestar del ganado. Los ganaderos españoles trabajan con ahínco en el cuidado de los animales y velan por que se encuentran en las mejores condiciones. En este sentido la importancia de la bioseguridad en las granjas de porcino españoles es clave, ya que es la herramienta más eficaz para mejorar y mantener el estatus sanitario del sector.

En 2018 se han realizado **12 jornadas de bioseguridad** en diferentes lugares de España, en las cuales han participado, además de los coordinadores y ponentes, veterinarios, ganaderos, empresarios, etc. del sector de porcino de capa blanca.

- Competitividad del sector porcino frente a las amenazas sanitarias bioseguridad.
- 2018 un año complicado en material de sanidad animal y bioseguridad.
- Respuesta a la problemática de la producción porcina. Sanidad Animal y Antibiótico
- Sector porcino español y las amenazas sanitarias
- Apuesta por la bioseguridad en la nueva ordenación sectorial
- Sector porcino frente a la amenaza de la PPA
- Nueva ordenación sectorial. Mejoras en bioseguridad
- Actualización de la situación de la PPA y bioseguridad en España
- La bioseguridad, clave en la competitividad
- Situación de la PPA en Europa y medidas de bioseguridad en España
- Situación de la PPA en Europa. ¿Qué podemos hacer?
- Situación de la PPA en Europa y medidas de bioseguridad en España

3.3.3. Actuaciones en apoyo del Bienestar Animal y del Desarrollo Sectorial Sostenible

El año 2018 se ha caracterizado por la enorme y creciente preocupación de la sociedad en general por aspectos relacionados con el **BIENESTAR ANIMAL** y con la **SOSTENIBILIDAD FUTURA DEL PLANETA TIERRA;** de forma que tales aspectos se han convertido no solo en claras exigencias para los operadores de cualquier actividad económica agroalimentaria, sino también en evidentes factores de competitividad y diferenciación para los sectores que , como el Porcino de Capa Blanca, ocupan una importante posición estratégica en los mercados mundiales. En este contexto, en 2018 INTERPORC ha dado atención prioritaria a la optimización de las actuaciones sectoriales relacionadas con uno y otro aspecto.

- En lo relativo al **BIENESTAR ANIMAL,** en 2018 se ha podido verificar el extraordinario impulso adquirido por las denominadas "corrientes animalistas" y por las organizaciones detractoras del consumo de carne y otros productos procedentes de la ganadería; siendo evidente el impacto de estas corrientes en la imagen de la carne y, sobre todo, en el consumo de carnes en España. Ante lo cual INTERPORC se ha visto obligado a intensificar sus esfuerzos a fin de evidenciar los avanzados y eficaces sistemas de bienestar animal implantados en el sector productor ganadero de porcino de capa blanca español, lo cual es reconocido a nivel mundial y es exponente de la elevada capacidad competitiva del sector.

  Efectivamente, la producción de porcino de capa blanca en España es un referente internacional de lo que se conoce como "ganadería moderna" y profesionalizada, especialmente sensibilizada con el bienestar animal y con el cuidado del medio ambiente, en la que se aplica el modelo de producción europea basado en la más exigente legislación en bienestar animal, seguridad alimentaria y protección del medio ambiente. Uno de los objetivos prioritarios de INTERPORC es promover que las más exigentes políticas de bienestar animal sean relevantes a nivel de la UE, las empresas del sector, la sociedad civil y el entorno científico e investigador en su conjunto.

  En este contexto, INTERPPORC ha desarrollado un potente Sistema de Bienestar Animal y Bioseguridad (IAWS), diseñado por un equipo de profesionales del ámbito de la ganadería y la industria altamente cualificados y especializados en la materia, y validado por un Comité Científico de alto nivel, materializándose en forma de una Marca de Garantía y configurándose como uno de los más ambiciosos referentes europeos en materia de bienestar animal.

  Esta certificación recoge la preocupación de las empresas (granja, industria, centro de sacrificio, transportistas) por el cuidado de los animales, expresando un compromiso a largo plazo con las buenas prácticas ganaderas, en sintonía con los actuales valores de la sociedad y las preferencias de los consumidores.

• En lo que se refiere al área de la SOSTENIBILIDAD Y DEL DESARROLLO SECTORIAL SOSTENIBLE, en 2018 se ha consolidado e intensificado, en todo el ámbito mundial, el convencimiento de la necesidad ineludible e irreversible de actuar de forma profesional, decidida y activa, con el fin de buscar y asegurar la "SOSTENIBILIDAD REAL DEL PLANETA TIERRA", lo cual ya se acepta como un compromiso inequívoco e insoslayable de todos los actores económicos, sociales y políticos de cualquier sociedad avanzada. En este contexto, resulta evidente que el sector porcino de capa blanca español tiene que asumir y compartir esos objetivos y contribuir en su justa medida a dicha "Sostenibilidad del Planeta Tierra".

INTERPORC ha incorporado en su Plan Estratégico y en su nueva propuesta de Extensión de Norma objetivos y actividades orientados a impulsar la implantación en el sector porcino de capa blanca español de políticas y compromisos de apoyo a la "Sostenibilidad Integral" y de "Desarrollo Sectorial Sostenible". A destacar en este sentido la creación de un CONSEJO ASESOR DE SOSTENIBILIDAD integrado, inicialmente, por los socios y equipos técnicos de INTERPORC, y cuyo misión fundamental es promover la incorporación de los operadores sectoriales a declaraciones, pactos, acuerdos, convenios, protocolos, compromisos y certificaciones relativos a la sostenibilidad integral y al desarrollo sectorial sostenible.

Otros proyectos e iniciativas de INTERPORC relacionados con el apoyo a la "Sostenibilidad Integral" han sido los siguientes:

- Elaboración y difusión de información y documentación sobre sostenibilidad y desarrollo sectorial sostenible.
- Identificación y evaluación de necesidades de actuaciones sectoriales destinadas a mejorar el posicionamiento sectorial en materia de sostenibilidad y desarrollo sectorial sostenible.
- Estudios sobre racionalización del uso de antibióticos en la producción de porcino
- Evaluación de niveles de bioseguridad en explotaciones de porcino y definición de buenas prácticas en esta materia.
- Actuaciones en defensa de la imagen de las explotaciones de porcino de capa blanca.

Economía Circular

La economía circular es un sistema de aprovechamiento de recursos en el que prima la reutilización y reciclaje de los productos para volver a incorporarlos a la cadena de producción, otorgándoles una nueva vida útil y evitando que se conviertan en un residuo que pueda afectar al medio ambiente.

Durante la cría del ganado porcino se genera un abono orgánico de gran valor, el estiércol o purín. Se compone mayoritariamente de agua, nitrógeno, fósforo y materia orgánica. Esta composición le convierte en un excelente fertilizante natural que ha sido empleado habitualmente en la agricultura tradicional, así como en una fuente de energía renovable.

El purín, por tanto, se utiliza para producir electricidad y para abonar los campos y cultivos que proveerán de alimentos al ganado y a las personas. De esta forma los nutrientes no se pierden, sino que se reaprovechan en un ciclo biológico natural que además reduce la necesidad de aplicar abonos "no naturales" a los cultivos.

Por tanto, el ciclo del estiércol o purín es un claro ejemplo de economía circular, donde un cultivo proporciona alimento a los cerdos y éstos, a su vez, proveen de nuevo abono a los cultivos.

Para asegurar el máximo aprovechamiento de los nutrientes por los cultivos es importante aplicar los estiércoles y purines en las dosis y momentos adecuados, tal y como marca una estricta normativa. Con ello se impiden pérdidas al aire y al subsuelo, se evita cualquier impacto ambiental y se garantiza la protección del medio ambiente.

El uso responsable y adecuado de abonos orgánicos, como el estiércol o purín, para la fertilización de los cultivos es parte fundamental de una agricultura moderna y sostenible y garantiza la continuidad del ciclo productivo en línea con las mejores prácticas de la economía circular.

Pacto mundial

INTERPORC forma parte de la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, para la consecución de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): fin de la pobreza, hambre cero, salud y bienestar, educación de calidad, igualdad de género, agua limpia y saneamiento, energía asequible y no contaminante, trabajo decente y crecimiento económico, industria, innovación e infraestructura, reducción de las desigualdades, ciudades y comunidades sostenibles, producción y consumo responsable, acción por el clima, vida submarina, vida de ecosistemas terrestres, paz, justicia e instituciones sólidas y alianzas para lograr los objetivos.

INTERPORC es miembro del Grupo de Trabajo de Agroalimentación de la Red Española del Pacto Mundial, formado por 38 entidades, y asiste a las reuniones periódicas del Grupo de Trabajo.

Además, en 2018, INTERPORC participó activamente en el Día Mundial de la Alimentación, uniéndose al estilo de vida #Hambre Cero (ODS 2), el lema con el que la ONU celebró el 16 de octubre el Día Mundial de la Alimentación, y con el que pretendía concienciar a la sociedad de las acciones que pueden ayudar a lograr un mundo libre de hambre: desperdiciar menos alimentos, producir más con menos y adoptar una dieta más saludable.

Dentro del Objetivo número 2, 'Hambre Cero', desde la Interprofesional se llevan a cabo numerosas acciones, como el convenio de colaboración con la Sociedad Española para el Estudio de la Obesidad (SEEDO), cuyo principal fin

es precisamente la promoción y divulgación de una alimentación saludable y equilibrada, así como resaltar los beneficios del consumo de carne de cerdo de capa blanca dentro de una dieta saludable y también en dietas para el control o la pérdida de peso. El Pacto Mundial publicó las buenas prácticas de INTERPORC en este sentido.

En línea con estas acciones, la Interprofesional realiza también otras acciones para la difusión y promoción de una alimentación saludable y equilibrada, como numerosos talleres de cocina saludable dirigidos a adultos y a niños; simposios científicos que avalan los beneficios de una dieta saludable; y colabora en la investigación para el desarrollo de productos cárnicos adaptados a las recomendaciones nutricionales que velan por la salud de los consumidores, entre otras iniciativas.

Otras acciones de INTERPORC, como el impulso junto con otras asociaciones del proyecto EduKsano, que persigue el objetivo de que se incorpore la asignatura de nutrición como obligatoria en los planes de estudio de primaria y secundaria; colaboración con Universidades, Centros Tecnológicos y afines en proyectos de innovación tecnológica, mejoras de procesos, soluciones técnicas, etc., tales como proyectos de investigación y divulgación en la reducción y reutilización de purines, la disminución del uso de agua en la producción cárnicos, la menor emisión de gases de efecto invernadero, la reducción del uso de antibióticos en el sector porcino, o los esfuerzos de la Interprofesional por fomentar la economía circular, y su labor de concienciación del sector porcino y de la sociedad en general sobre estos temas también contribuyen a la consecución de los ODS marcados por la ONU.

3.3.4. Responsabilidad social corporativa

Con la llegada de la Navidad, una fecha tan especial donde la solidaridad debe ser una de las grandes protagonistas, INTERPORC quiso contribuir a que familias y personas con dificultades económicas pudieran disfrutar y compartir alimentos alrededor de su mesa. INTERPORC donó más de 150 kilos de carne de cerdo y sus elaborados al Centro de Acogida Municipal para personas sin hogar San Isidro, a la Hermandad El Refugio (ambos de Madrid) y al Centro de Acogida Assís (en Barcelona).

Los alimentos que reparte se dividen en dos categorías: para la elaboración de cenas calientes, carne de cerdo; y para la elaboración de bocadillos o comidas frías, jamón serrano, jamón cocido, chorizo, salchichón y fuet.

Esta iniciativa se enmarca dentro de las numerosas actividades solidarias que realiza INTERPORC con el objetivo de ayudar a los sectores más desfavorecidos de la población, como es el caso de su participación en el objetivo 'Hambre Cero' del Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas con el que pretende concienciar a la sociedad de las acciones que pueden ayudar a lograr un mundo libre de hambre.

3.4. Actuaciones de carácter institucional, cooperación y representación

3.4.1. Actividades para la defensa de la carne

INTERPORC ha continuado durante el año 2018 creando sinergias con otras Interprofesionales cárnicas con el fin de colaborar en la difusión de la buena labor del sector y las bondades del consumo de carne dentro de una dieta equilibrada. Esto se ha traducido en la puesta en marcha de diferentes acciones, entre las que destacan:

Cátedra 'Carne y Salud'

En 2018 se ha promovido diferentes investigaciones científicas sobre aspectos relacionados con la carne y los productos cárnicos, así como actividades de difusión de los resultados obtenidos.

En este sentido, a lo largo del año se ha trabajado en la elaboración de investigaciones o estudios sobre aspectos como:

- La carne en los comedores escolares
- Compuestos bioactivos de la carne
- Bienestar animal
- Las carnes en las pirámides de alimentos. Estudio comparativo.
- Estudio comparativo de la composición de carnes frescas
- Estudio de los datos nutricionales del etiquetado de los derivados cárnicos más consumidos en España y comparación con los datos BEDCA.
- Estudio de la contribución de la carne fresca y derivados a la ingesta de grasa, grasa saturada, sal y hierro.

'Carne y salud' en Radio Nacional de España –Radio 5

Se ha emitido un espacio radiofónico semanal bajo el título 'La carne, en Radio 5' en Radio Nacional de España –Radio 5. En el programa se han abordado de manera rigurosa cuestiones relacionadas con el sector y con el papel de la carne dentro de una dieta equilibrada a la luz de los últimos avances científicos.

II Fórum EFE de Alimentación Saludable "Carne y Salud"

El Fórum de Alimentación Saludable, organizado por la plataforma Carne y Salud, la Agencia EFE y Efeagro, ha estado dedicado a 'Alimentación y deporte popular'. En el encuentro intervinieron la doctora África López Illescas, especialista en medicina deportiva del Consejo Superior de Deportes; Chema Martínez, atleta, campeón de Europa en 10.000 metros en 2002 y subcampeón en 2006; el chef Joaquín Felipe; y Miguel Cartagena, subdirector técnico de "Carrera de la Mujer". Los ponentes pusieron en valor el papel de la carne dentro de una alimentación variada y equilibrada para los deportistas populares.

Participación en el Foro *Meat Attraction*

Se desarrolló diversas actividades durante la celebración de *Meat Attraction* 2018 en Madrid. Entre las mismas cabe destacar la organización y desarrollo de la jornada 'El papel de la carne y la ciencia en la alimentación', en el que la decana del Colegio Profesional de Dietistas-Nutricionistas de Madrid (CODINMA) y el periodista y escritor David Ruipérez, autor de 'El carnívoro feliz', hablaron en torno a la importancia de la investigación científica en el ámbito de la alimentación.

Convenio con la Sociedad Española de Protección y Bienestar Animal (SEPROBA)

Se han firmado un Convenio con la Sociedad Española de Protección y Bienestar Animal para impulsar la investigación científica en aspectos relacionados con la mejora del bienestar de los animales y la elaboración de informes sobre esta materia.

3.4.2. Participación en Foros, Conferencias y Eventos

V Foro Internacional del Sector Porcino: "De la globalización a la conectividad total"

En noviembre celebramos el V Foro Internacional del Sector Porcino de INTERPORC contando con la participación de un elenco de expertos de gran relevancia nacional e internacional, bajo el lema "Nos encantan los nuevos retos. Orgullosos de lo nuestro". Más de 200 representantes del sector porcino nacional asistieron a este evento anual, referente en el sector, para escuchar las intervenciones de ponentes del más alto nivel que trataron los temas más actuales del sector porcino.

En el acto se contó con la presencia, entre otros, del Director General de Sanidad de la Producción Agraria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Valentín Almansa; del Jefe de gabinete del Comisario europeo de Salud y Seguridad Alimentaria Vytenis Andriukaitis, Arūnas Vinčiūnas; del Director de Productos Básicos y Comercio del COPA-Cogeca, Daniel Azevedo; y de la la analista comercial de la Federación de Exportadores de Carne de Estados Unidos (USMEF), Jessica Spreitzer.

Asimismo, se celebró una interesante mesa redonda compuesta por cuatro prestigiosos expertos en comunicación: Agustín Medina, publicista; Ramiro Sueiro, socio y CMO de la consultora digital Gestazión; José Manuel Velasco, presidente de Global Alliance forPublicRelations and Communication Management; y Javier Andrés Ortega, director de Marketing de Atresmedia Publicidad, que hablaron sobre los nuevos desafíos en comunicación.
Fotos de V Foro Porcino, poner programa y fotos ponencias (pdf)

PROGRAMA

10:00 – 10:20 **APERTURA INSTITUCIONAL Inauguración. Discurso de bienvenida**
D. Manuel García
Presidente INTERPORC

10:20 – 10:40
¿Por qué fomentar la participación del sector porcino en la Economía Circular?
D. Arūnas Vinčiūnas
Jefe de gabinete del Comisario europeo de Salud y Seguridad Alimentaria, **Vytenis Andriukaitis**

10:40 – 11:00
El éxito de la Internacionalización del sector porcino de capa blanca
D. Daniel de Miguel
Director Internacional INTERPORC

11:00 – 11:20
Cómo navegar en el período de comercio Internacional incierto - perspectiva de los productores de carne de cerdo
D. Daniel Azevedo
Director Productos Básicos y Comercio COPA-COGECA

11:20 – 11:5 **Coffee Break**

11:50 – 12:10
Crecimiento sostenible en la producción de carne de cerdo en los Estados Unidos
Dña. Jessica Spreitzer
Analista del mercado USMEF

12:10 – 12:30
Las 8 claves para diseñar una estrategia ganadora exitosa en el sector porcino de capa blanca
D. Alberto Herranz
Director General INTERPORC

12:30 – 13:45
Mesa redonda – Es el momento de afrontar nuevos desafíos en comunicación
D. Agustín Medina
Publicista. Académico de Honor de la Academia Española de la Publicidad
D. Ramiro Sueiro
Cheif Marketing Officer (CMO) de Consultora digital Gestazión
D. José Manuel Velasco
Presidente de la Global Alliance for Public Relations & Communication Management
D. Javier Andrés Ortega
Director de Marketing de Atresmedia Publicidad

13:45 – 14:00 **Reconocimientos**
14:00 – 14:15 **Clausura**
D. Luis Planas
Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación
14:30 **Cóctel**

INTER PORC SPAIN

FISP

MADRID 20 NOV 2018

V FORO INTERNACIONAL SECTOR PORCINO

Nos encantan los nuevos retos
Orgullosos de lo nuestro

D. Luis Planas

Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación del Gobierno de España. Es Licenciado en Derecho y funcionario de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social. Cuenta con una amplia trayectoria diplomática como embajador Permanente de España ante la UE y embajador de España en Marruecos. Asimismo tiene una sólida experiencia en el ámbito comunitario donde ha ocupado diversos cargos, entre ellos, Secretario general del Comité Económico y Social Europeo o Director de gabinete del comisario europeo. Fuertemente vinculado a Andalucía también ha sido consejero de Agricultura y Pesca y consejero de la Presidencia de la Junta.

D. Manuel García –Presidente INTERPORC

Licenciado en Magisterio y Máster en Ganadería Integral (Colegio de Veterinarios de Cáceres). En 1985 se incorporó a Nanta como Jefe de Integración Porcina de la zona de Extremadura, siendo sus posteriores cargos: Director comercial de Nanta Porcino para España, Director comercial de Inga Food para España y Director comercial de Nanta España. Actualmente es el Director General de Inga Food, y forma parte del Comité Ejecutivo del clúster Trouw Nutrition Iberia (Nutreco). Su trayectoria profesional ha estado ligada al sector de la ganadería y especialmente al sector porcino, siendo actualmente miembro del Comité de Dirección de ANPROGAPOR, de la Lloja Agropecuária de Mercolleida, de la Lonja Agropecuaria de Extremadura y de ASICI, además de ostentar desde 2015 el cargo de Presidente de INTERPORC.

D. Arunas Vinciunas

Embajador Extraordinario y Plenipotenciario desde 2007, y actualmente Jefe de Gabinete del Comisario de Salud y Seguridad Alimentaria de la Comisión Europea, D. Vytenis Andriukaitis, desde el año 2014. Previamente, ocupó en 2013 el cargo de Presidente del Comité de Representantes Permanentes (COREPER 1), durante la Presidencia de Lituania del Consejo Europeo de la UE. Su carrera profesional ha estado siempre ligada al ámbito de las relaciones internacionales en el plano político europeo.

D. Alberto Herranz- Director INTERPORC

Ingeniero Agrónomo. Proyecto de tesis doctoral en Bienestar Animal. Autor del libro de Bienestar Animal. Máster en gerencia de cooperativas agroalimentarias. Ponente en diversos grupos de trabajo en la Comisión Europea y Parlamento Europeo. Tras una trayectoria en empresas multinacionales del sector de las materias primas, en el año 1997 pasa al mundo asociativo, a la dirección de organizaciones del sector porcino. En. 2013 es nombrado director de la Interprofesional Agroalimentaria del porcino de capa blanca.

Daniel de Miguel, Director Internacional INTERPORC

Licenciado en Veterinaria en 2007 y Máster en Seguridad Alimentaria del Colegio de Veterinarios de Madrid. Su carrera profesional ha estado siempre ligada al ámbito del comercio exterior agroalimentario, ofreciendo información y asesoramiento a las empresas cárnicas españolas interesadas en acceder a los distintos mercados exteriores, en permanente colaboración con el Ministerio de Agricultura español. En la actualidad, dirige el Departamento Internacional de INTERPORC, con el fin de impulsar el Plan de Apoyo a la Internacionalización del Sector porcino español de capa blanca y optimizar la imagen del sector y de sus productos en el exterior.

D. Daniel Azevedo

Director de la Unidad de Comercio y Productos Básicos de COPA-COGECA, Organización europea que representa a 70 Organizaciones agrícolas nacionales y Cooperativas para defender sus intereses ante las autoridades europeas. Es Ingeniero de Recursos Naturales, Graduado en la Universidad de Évora (Portugal) y actualmente es el coordinador del Grupo de trabajo de COPA-COGECA sobre tecnología agrícola. Anteriormente, trabajó en la DG Agricultura y Desarrollo Rural después de especializarse en medidas agroambientales en la Universidad de SLU, en Suecia. El señor Azevedo proviene de una familia que produce vino y aceite de oliva en Vila Real, en la Región del Duero de Portugal. @florindo_daniel

Dña. Jessica Spreitzer

Analista comercial de la Federación de Exportaciones de Carne de los Estados Unidos (USMEF) desde 2014, ofreciendo análisis sobre la industria de la carne en Estados Unidos y el comercio, a las partes interesadas internacionales y nacionales, y contribuyendo al mismo tiempo a los pronósticos e informes de exportación de USMEF. Jessica tiene título universitario en Administración de Empresas y Desarrollo Internacional por la Universidad de Tulane y una maestría en Desarrollo Internacional con enfoque en Seguridad Alimentaria de la Universidad de Denver.

D. José Manuel Velasco Guardado

José Manuel Velasco Guardado es el presidente de la Global Alliance for Public Relations and Communication Managament, la federación que aglutina a asociaciones de comunicadores y entidades académicas de todo el mundo. Trabaja como consultor de comunicación, coach y formador de directivos.
Es Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y ha cursado el Advanced Strategic Program en el Institute for Management Development (IMD) de Lausana (Suiza). Es coach ejecutivo y de equipos certificado por la International Coach Federation (ICF).

D. Agustín Medina

Publicista de dilatada carrera, y autor de campañas tan emblemáticas como la del hombre de la tónica Schweppes o las privatizaciones de Telefónica y Tabacalera. Ha formado parte del jurado en los festivales publicitarios más prestigiosos del mundo, es académico de honor de la Academia Española de la Publicidad y Premio de Honor del Club de Creativos. Autor de 13 libros sobre temas de comunicación y marketing, es docente en diferentes escuelas de negocio y ponente habitual en foros nacionales e internacionales.

D. Javier Andrés

Javier Andrés es director de Marketing de Atresmedia Publicidad. Además de en este importante grupo mediático, en el que lleva 15 años, ha desarrollado su carrera en diferentes empresas líderes del sector de los medios de comunicación, como Mediaset, Sogecable o QxJ, donde ha tenido responsabilidades tanto en el ámbito de la publicidad como en el de los contenidos.
Es licenciado en Ciencias Empresariales con especialidad en Marketing y Máster en Comunicación Corporativa y Publicitaria y en Investigación de Mercados.

D. Ramiro Sueiro

Ramiro Sueiro es socio fundador y director creativo ejecutivo de Gestazión y cofundador de Recetizate.com. Es experto en marketing digital, con especialidad en áreas como social media, inbound marketing o gamificación, y ha desarrollado campañas de marketing para grandes clientes nacionales e internacionales. Es coautor del libro 'Cómo conseguir 10.000 seguidores en Twitter', director académico en The Valley Digital Business y docente en diferentes escuelas de negocio.

3.4.3. Acuerdos, Convenios y viajes institucionales

Acuerdos y convenios

- INTERPORC mantiene un acuerdo de colaboración con el Instituto Cervantes desde 2014 para realizar diversas acciones para la promoción de productos de porcino de capa blanca y su vinculación a la cultura y tradición española. En 2018 se desarrollaron diversos cursos de corte de jamón en la sede de Instituto Cervantes de Pekín y Lisboa.
- Acuerdo sobre cooperación para el desarrollo comercial entre *Meat Traders Association* (Singapur) y INTERPORC
- Acuerdo sobre cooperación para el desarrollo comercial entre *Meat Importers and Traders Association* (MITA) de Filipinas y INTERPORC
- Acuerdo sobre cooperación para el desarrollo comercial entre *Malaysia Association of Pork Products Importers and Exporters* (MAPPIE) y INTERPORC
- Acuerdo de colaboración con INIA y ASICI para desarrollar actividades en marco del proyecto Listeria cero.
- Acuerdo de colaboración con IRTA para la elaboración de 24 informes BDporc sobre la producción porcina, además del patrocinio del premio Porc D´Or.
- Acuerdo de colaboración con Mercolleida para la elaboración del Barómetro porcino, de 12 informes anuales y de un balance sobre situación del mercado.
- Acuerdo de colaboración con la Consejería de Agricultura y Ganadería de Castilla y León y FEASPOR para promover el plan regional de control del PRRS (síndrome respiratorio y reproductivo porcino), mejora del bienestar animal y de la producción porcina, así como para la apertura y mantenimiento de canales comerciales y nuevos mercados.
- Acuerdo de colaboración con la Universidad de Córdoba y el Centro de Vigilancia Sanitaria Veterinaria (Visavet) de la Universidad Complutense de Madrid para estudio y control de *Salmonella*.
- Convenio de colaboración con la Sociedad Española para el Estudio de la Obesidad (SEEDO), con el fin de promover y divulgar un alimentación saludable y equilibrada, así como resaltar los beneficios del consumo de carne de cerdo de capa blanca.

3.4.4. Colaboración con organismos e instituciones

- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) y sus Consejerías en el exterior
- Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (MINECO) y sus Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior.
- ICEX España Exportación e Inversiones
- Instituto Cervantes
- Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital (MINETUR)
- Embajadas en España de cada uno de los países en los que INTERPORC desarrolla el Plan de Apoyo a la Internacionalización del sector porcino de capa blanca.
- Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)
- Asociaciones / Organizaciones homólogas de otros países
- *CIQA (China Entry-Exit Inspection and Quarantine Association)*
- Asociación Interprofesional del Cerdo Ibérico (ASICI), Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria (INIA), Instituto de Productos Lácteos de Asturias (IPLA), Centro Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA)
- Turespaña
- Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA)
- Iberia Compañía

3.5. Comunicación y generación de imagen del sector porcino de capa blanca español

3.5.1. Gabinete de Comunicación e Imagen

El Gabinete de Comunicación de INTERPORC es el encargado de trasladar a los medios de comunicación noticias de interés sobre las bondades de la carne de cerdo de capa blanca, la importancia del sector porcino en la economía española y las actividades promovidas por la Interprofesional. Así mismo, desde el gabinete se ha realizado un seguimiento continuo de las informaciones publicadas de interés para el sector del porcino de capa blanca y se ha mantenido puntualmente informados a los socios de la Interprofesional tanto de las actividades de la misma como de asuntos de importancia para el sector.

Los principales objetivos del gabinete de comunicación son:

- Divulgar las bondades nutricionales del consumo de carne y derivados del cerdo blanco ante la sociedad en general y la comunidad científica en particular.
- Poner en valor las buenas prácticas del sector porcino, que cuenta con el modelo de producción más exigente del mundo en todas las fases del proceso, desde la granja a la mesa.
- Difundir las actividades institucionales y promocionales llevadas a cabo por la Interprofesional y mantener informados de las mismas a sus asociados.

La comunicación de INTERPORC se ha dirigido fundamentalmente a algunos segmentos de la población, como mujeres de más de 30 años (prioritarias para el producto), medios de comunicación, profesionales de los sectores salud y nutrición, líderes de opinión en el sector de la gastronomía y agentes del sector porcino, cárnico y agroalimentario.

Durante 2018, INTERPORC ha llevado a cabo numerosas campañas de promoción y divulgación de los productos del porcino de capa blanca para explicarle al consumidor las bondades del consumo de una carne blanca y saludable, asociada a una dieta equilibrada y, al mismo tiempo, asequible y versátil.

A lo largo de 2018 se han realizado diversas acciones con medios manteniendo un contacto fluido y de cercanía con ellos. El trabajo se ha traducido en la publicación de 1.445 noticias recogidas en los medios nacionales e internacionales sobre el sector porcino español, los productos del cerdo de capa blanca y las actividades de INTERPORC.

En total, la difusión realizada por la Interprofesional ha logrado llegar a una audiencia de más de 265,8 millones de personas, con un valor económico estimado superior a los 4,7 millones de euros según los datos de KANTAR.

Las principales acciones han sido:

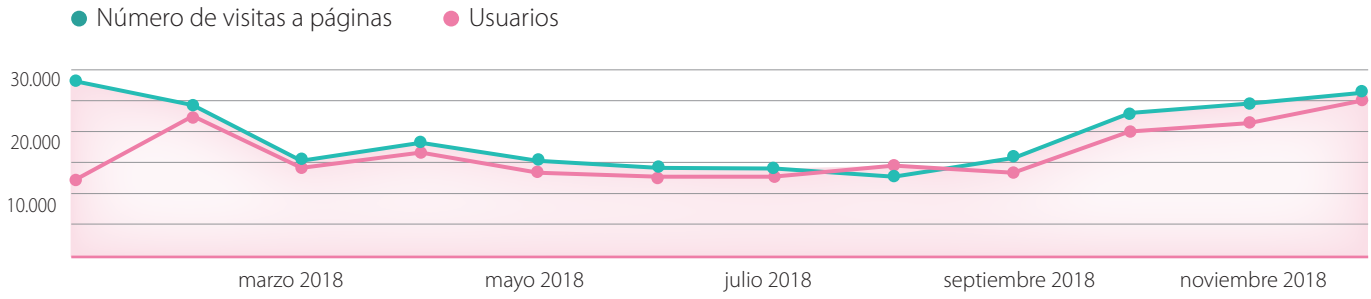
- Envío de 71 notas de prensa en 2018, segmentando en cada caso el tipo de medios receptores de la misma: generalistas, especializados, de salud, etc.
- 4 ruedas de prensa Madrid, Barcelona, Mérida, Pueblanueva
- Encuentros con líderes de opinión y gestión de decenas de entrevistas y artículos de opinión en medios sectoriales y generalistas, como Antena 3, Onda Cero, Agencia EFE, Agrosfera TVE, Radio Castilla-La Mancha, Castilla-La Mancha TV, Radio 5-RNE, Capital Radio, Gestiona Radio Intereconomía, entre muchos otros.
- Envío quincenal de la newsletter 'INTERPORC News', informando a miles de abonados de la actualidad del sector y de las actividades de INTERPORC.
- Edición de publicaciones para los medios de comunicación y líderes de opinión: dossier de Prensa, dípticos informativos y materiales de apoyo cuyo objetivo es facilitar la labor de los periodistas y grupos de interés
- Organización de encuentros con blogueros gastronómicos tanto nacionales como de otros países como Filipinas, Corea del Sur, Taiwán, China o Vietnam.
- Preparación de encuentros con la prensa de las comunidades autónomas, seguimiento de la información publicada y elaboración de informes sobre la campaña 'Pork Lovers Tour'.

3.5.2. Comunicación Digital (web, Redes Sociales y otros)

INTERPORC continuó potenciando en 2018 su presencia en Internet y redes sociales sabedora de la creciente importancia de este canal en la estrategia de comunicación de las empresas y organizaciones.

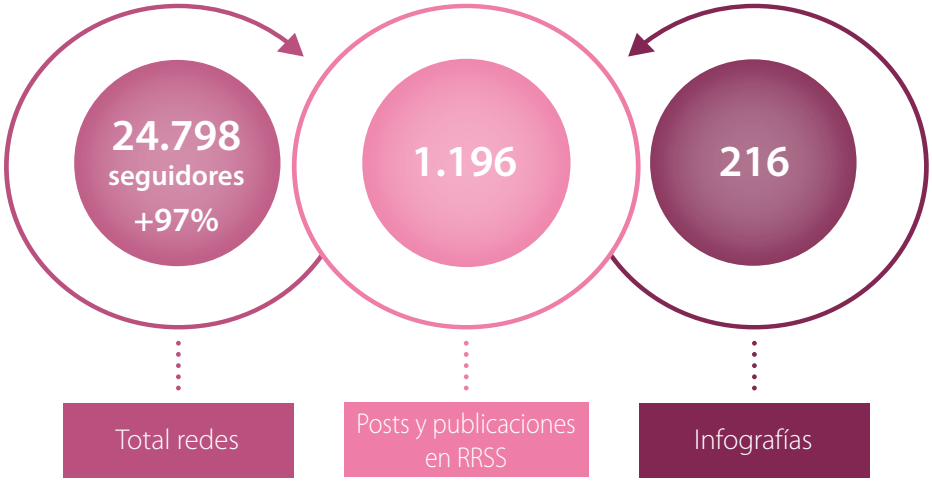
Web de INTERPORC

Mayor dinamismo y visibilidad, así como de contenido más visual e interesante para sus usuarios. En 2018 la web alcanzó 232.000 visitas y 127.000 usuarios.



Difusión en redes

Durante 2018 INTERPORC ha potenciado su presencia en las principales redes. Ha incrementado contenidos de interés y calidad basados en posts, videos y publicaciones específicas para cada canal como infografías o sorteos. Esta labor, se tradujo en un crecimiento exponencial de todas las redes sociales de INTERPORC.



FACEBOOK

En el perfil @interporc se ha creado una identidad corporativa digital y se ha intensificado el contenido en forma de texto, infografías e imágenes. En 2018 se han duplicado el número de seguidores y ha aumentado más de un 82% se alcance gracias a un contenido mucho más visual y la creación de sorteos en los que se ha ido obteniendo una muy buena respuesta. Las infografías han sido muy bien recibidas por los seguidores, siendo algunas de ellas uno de los contenidos con mayor alcance.

Facebook
+122%

Seguidores
18.610

TWITTER

Nuestro perfil experimentó en 2018 un crecimiento del 31%, llegando a los 5.206 followers. Se ha mejorado la calidad de nuestros seguidores mucho más comprometidos con nuestras publicaciones, lo que les ha llevado a participar muy activamente en la conversación digital. También ha sido muy importante la interacción con el sector – ganaderos, industria, *influencers* gastronómicos, carnicerías, I + D + i, cortadores de jamón, etc., generando una red de fuentes informativas confiables para publicar enlaces de contenido asociado a los cuatro contenidos temáticos de nuestras redes (productos, sector, gastronomía y salud).

YOUTUBE e INSTAGRAM

Nuestro canal de Youtube aloja todos los vídeos de las acciones que lleva a cabo la Interprofesional, así como otros de divulgación del trabajo realizado por el sector porcino de capa blanca. En total se ha multiplicado por 4 la audiencia que teníamos en 2017.

En Instagram se ha multiplicado por 3,6 el número de seguidores desde su apertura a finales del año 2017.

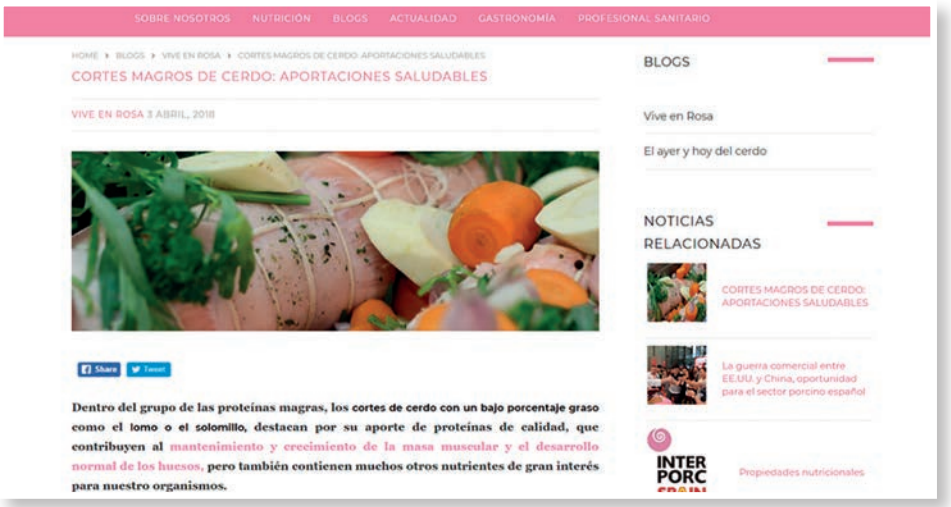
SEGMENTACIÓN DE AUDIENCIAS DIGITALES

A lo largo de 2018 la Interprofesional ha mantenido un proyecto de análisis y conocimiento de los intereses de los usuarios que interactúan en su web o en las RRSS de INTERPORC para la elaboración de contenidos diferenciados para los diferentes públicos.

Se ha trabajado con 3 segmentos principales en función de su vinculación con INTERPORC y sus intereses con respecto a nuestros, diferenciando entre:

-Usuarios interesados en contenidos sectoriales: cifras, informes, artículos de interés, etc.

-Usuarios interesados en aspectos nutricionales o gastronómicos: consejos nutricionales, artículos sobre propiedades de la carne, recetas, etc.



-Profesionales del sector salud y nutrición: contenidos científicos relacionados con las propiedades de la carne, webinarios profesionales, etc.

3.5.3. Publicaciones

Memoria INTERPORC 2017
Interporc News
Dípticos sobre sector y productos
Barómetros del porcino
Informes BDporc
Fichas países/mercados
Informes evolución exportaciones de porcino
Documentos con fichas de mercados exteriores
Tríptico de cortes y de elaborados de porcino
Dossier de prensa en distintos idiomas
Libro información datos sector (acciones internacionales)
Informes resumen de actividades internacionales realizadas
Recetas (acciones internacionales)
Material audiovisual:

- Acciones de promoción nacionales: Feria Alimentaria, Meat Attraction, webinarios, video resumen actividades Interporc
- Videos Interporc:
  - Economía circular
  - Video Corporativo
  - Video Granja
  - Video Bioseguridad
  - Video felicitación Navidad

• Acciones de promoción internacionales: China, V foro porcino internacional

• Pork Lovers Tour España y Reino Unido

3.6. Acciones cofinanciadas

Plan de Promoción UE – PORK LOVERS EUROPE

En 2018, INTERPORC continuó, por segundo año consecutivo, su campaña de promoción PORK LOVERS EUROPE, financiada con la ayuda de la Unión Europea, según Reglamento (UE) 1144/2014, que continuará en 2019.

Se trata del Plan de Promoción UE en Mercado Interior que INTERPORC presentó en 2016, y que resultó aprobado por la Comisión Europea para su ejecución durante el periodo 2017 – 2020.

Pork Lovers Tour Europe se constituye como la mayor acción promoción itinerante llevada a cabo en el sector porcino español, y consiste en que una espectacular unidad móvil realiza un *roadshow,* recorriendo localidades estratégicas en Reino Unido y España, para convertirse en punto de encuentro de todos aquellos consumidores que quieran conocer en mayor medida las cualidades nutricionales y los valores diferenciales de un producto como la carne de cerdo de capa blanca y sus elaborados, mostrando al mismo tiempo los valores de sostenibilidad asociados a la producción porcina. Se desarrolla durante 3 años, y tiene lugar en 5 países europeos (España, Reino Unido, Portugal, Alemania y Francia).

Está dirigida tanto a profesionales y medios de comunicación como a amas de casa, niños, familias, prescriptores, etc. Pork Lovers Tour España y Reino Unido 2018 comenzó en Mérida el 22 de mayo, visitando desde entonces 28 ciudades de 11 comunidades autónomas, durante 45 días.

Visitaron la unidad móvil cerca de 11.000 personas y 87 grupos organizados, desde niños a amas de casa, pasando por escuelas de hostelería, profesionales de los medios de comunicación o colectivos de discapacitados. Todos recibieron información de primera mano de las cualidades nutricionales de la carne y los productos del cerdo blanco, así como de la gran labor que realizan los más de 300.000 profesionales del sector porcino español, disfrutando con numerosas actividades.

La campaña generó más de 100 informaciones en prensa, radio y televisión, que alcanzaron una audiencia de 8,6 millones de personas.

Feria SIAL París

Complementando el Pork Lovers Tour, y también en el marco de la campaña PORK LOVERS EUROPE, INTERPORC participó con stand informativo en la feria SIAL París, del 21 al 25 de octubre. Se trata de la principal feria agroalimentaria en Europa, en la que se dieron cabida más de 7.200 expositores de distintos segmentos del mercado de la alimentación, contabilizándose un 70% de los visitantes de origen internacional. En el stand de INTERPORC se desarrollaron *showcooking* con productos de cerdo de capa blanca a cargo del prestigioso cocinero Etienne Bastaits. También, se impartieron actos de demostración de corte de jamones de capa blanca, a cargo del maestro cortador Sergio Bellido, ofreciendo degustación de diversos productos cárnicos de capa blanca como chorizo, salchichón o lomo.

Grupo Operativo

SANIGRASAL

En 2018, INTERPORC presentó al Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA) del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, la solicitud de subvención para la fase 2 del Proyecto SANIGRASAL, Proyecto innovador para el desarrollo de derivados cárnicos curados-madurados saludables, seguros, adaptados a mercados globales y demanda de consumidores. El proyecto presentado se enfocaba en reducir/eliminar nitrificantes y reducir grasa/mejorar perfil lipídico de los embutidos crudos curados picados (chorizo vela, salchichón, chorizo sarta y fuet, en versión estándar y reducida en sodio), para incrementar la competitividad internacional de la industria española alineándola con las iniciativas de mejora nutricional de los alimentos.

En el proyecto participan empresas de cinco comunidades autónomas distintas (Castilla la Mancha, Castilla León, Cataluña, Madrid, Murcia). Además, se incluía la subcontratación de dos centros de investigación, uno localizado en Cataluña, el IRTA, y otro en Madrid, el ICTAN-CSIC. Ambos centros cuentan con un gran reconocimiento nacional e internacional en el ámbito de los productos cárnicos y con dilatada experiencia científica en la mejora del perfil nutricional y evaluación de la seguridad alimentaria de los mismos.

INTERPORC lideró la definición del proyecto SANIGRASAL, en el que proponía la revisión y actualización legislativa de los mercados internacionales de interés sectorial, concretamente UE, Japón y USA.

La propuesta presentada consistía en una búsqueda e identificación de la legislación alimentaria aplicable a la reducción de nitrificantes (nitratos y nitritos), grasas (optimización del contenido lipídico) y sal-sodio en derivados cárnicos curados-madurados, así como la regulación y recomendaciones en materia de políticas de mejora del perfil nutricional de alimentos en países de interés (i.e. UE, USA y Japón), que completarían la información obtenida en la fase I del Grupo Operativo (México, Australia y China).

Se proponía, asimismo, analizar las exigencias en seguridad alimentaria en la UE, USA y Japón, especialmente en relación a los requerimientos de validación de procesos y productos, así como los criterios microbiológicos de aplicación en productos elaborados. Se revisarían las directrices y normativas específicas de cada país. Además, INTERPORC solicitaría al Ministerio correspondiente los acuerdos bilaterales que pudieran existir en materia de cumplimiento de requisitos de seguridad alimentaria, así como de las evidencias documentales requeridas para su cumplimiento.

Además, se mediría el impacto potencial de los requerimientos normativos en los procesos y productos. Para ello, se efectuaría la evaluación de las posibles implicaciones en los procesos y en los productos (desde el punto de vista de la calidad y seguridad alimentaria) debidos a los cambios de formulación exigidos para alcanzar las reducciones deseadas y las mejoras en el perfil lipídico. Esta información se utilizaría para determinar la disminución/eliminación que se realizaría en cada uno de los ingredientes en función de los mercados de destino.

La propuesta también incluía la detección de requerimientos comerciales y oportunidades no cubiertas actualmente en los mercados de interés sobre los derivados cárnicos curados-madurados.

En 2018, las actividades consistieron en dar forma al proyecto y presentar la documentación pertinente. La fase 2 de este proyecto no consiguió en 2018 subvención, por lo que la propuesta se presentará mejorada en la convocatoria de 2019.

MAPRESPORC

En 2018 se ha efectuado la presentación a Fase 1 del GO: Proyecto de innovación para el desarrollo de una herramienta interactiva de control de patógenos bacterianos porcinos. (MAPRESPORC), la cual ha sido resuelta de forma favorable y subvencionada.

INTERPORC, como líder del Grupo Operativo MAPRESPORC ha participado en la tarea de Conformación del Grupo Operativo, a fin de conformar y definir el alcance del proyecto innovador así como su viabilidad técnica.
Para ello, con la colaboración del Agente de Innovación, Ayming, se han organizado varias reuniones que han tenido lugar en Lérida, Toledo y Madrid en la que participaron todos los miembros del grupo con el asesoramiento técnico de SCF SOLUCIONES INFORMATICAS.

Una vez definido el proyecto y su alcance, se dio paso a la tarea de redacción del proyecto de innovación además de elaborar una propuesta técnica y económica del mismo que cumpla con los requisitos esperados para alcanzar el éxito.

Para ello se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- Revisión de literatura
- Hipótesis de partida
- Metodología
- Programa Proyecto
- Definición, revisión y aprobación del presupuesto global del proyecto.

Uno de los principales objetivos perseguidos a la hora de plantear la creación de un grupo operativo, es realizar una adecuada difusión del mismo, con el fin de maximizar el impacto de los mismos dentro del sector.

A continuación, se detallan algunas de las tareas de difusión que se han puesto en marcha en 2018:

- Boletines de INTERPORC
- Página web de INTERPORC y Redes Sociales
- Grupos de Trabajo: En estos grupos de trabajo, desde su publicación provisional en junio, se ha informado a los presentes del objetivo del este grupo Operativo, de la evolución del mismo, etc, presentado formalmente la propuesta definitiva desarrollada por el grupo operativo.

3.7. Reconocimientos a la labor de INTERPORC

INTERPORC galardonada con la "Estrella de oro a la excelencia"

INTERPORC fue galardonada con la "Estrella de Oro a la Excelencia" que otorga el Instituto para la Excelencia Profesional (IEP) y que reconoce el compromiso de la Interprofesional con la excelencia y trayectoria profesional dentro del sector agroalimentario, concretamente del porcino de capa blanca.

INTERPORC Galardonada con el premio en comunicación en ANCOPORC

La Interprofesional del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC) fue galardonada en la categoría de Comunicación por la Asociación Nacional de Comerciantes de Ganado Porcino (ANCOPORC) en los tradicionales premios que la Asociación entrega cada año durante la celebración de su Congreso anual.

El premio reconoce, según ANCOPORC, "la gran labor en cuanto a la difusión y promoción de los productos cárnicos porcinos, así como en la realización de videos con fines informativos".

PREMIOS PORC D'OR

El 23 de noviembre de 2018, cerca de 1.000 profesionales del sector porcino entre productores, técnicos, veterinarios, autoridades y representantes de la Administración, así como de las principales asociaciones sectoriales, se desplazaron hasta la ciudad de Lleida para presenciar la XXV edición de los premios Porc d'Or que organiza IRTA, dedicados a reconocer la excelencia en la producción porcina.

Esta nueva edición contó con la co-organización local de La Paeria – Ayuntamiento de Lleida y Mercolleida, además de tener una vez más el apoyo de la Interprofesional del Porcino de Capa Blanca (Interporc) y de Zoetis, compañía que acompaña a los premios desde sus inicios.

Los premios Porc d'Or representan ya el gran evento anual del sector ganadero en general, y porcino en particular.

INTER PORC SPAIN

C/ Marqués de Urquijo nº 10, 2º izda. 28008 Madrid
info@interporc.com
Tel: (+34) 91 161 00 59
www.interporc.com
www.interporcspain.org