



Sector porcino español, una década conquistando China

● **Alberto Herranz**

Director de Interporc.

El pasado mes de mayo desde la Interprofesional del Porcino de Capa Blanca (Interporc) organizamos en Shanghái (China), un amplio programa de actividades, que bajo el título 'International Spanish Pork Week', tenía como objetivo promocionar 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.

El marco elegido para celebrar esta 'Semana Internacional del cerdo español en China' eran las dos importantes ferias internacionales que se celebraban en esas fechas, la China International Food, Meat and Aquatic Products (FMA China) y la 'SIAL Shanghái', donde se evidenció, una vez más, el enorme interés entre España y China por seguir intensificando las relaciones comerciales entre las empresas españolas de productos del porcino y los importadores y distribuidores del gigante asiático.

El comercio en materia de porcino entre España y China se remonta a tan sólo una década. Sin embargo, en ese tiem-



po hemos trabajado de forma importante en crear fuertes lazos comerciales, apostando por la confianza mutua y la búsqueda del interés recíproco, a lo que se suma el fuerte compromiso de ambos países con nuestras sociedades y con los consumidores. Hoy podemos afirmar que las relaciones institucionales y empresariales, tanto con autoridades como con compañías, es excepcional.

La industria del sector porcino español trabaja cada día para llevar alimentos sanos, seguros y de calidad a los ciudadanos de todo el mundo. Nuestro mayor compromiso, y a la vez nuestra mayor satisfacción, es alimentar de forma saludable a unos consumidores que nos merecen el mayor



de los respetos y a los que estamos profundamente agradecidos por la confianza que depositan en nosotros.

Esa confianza se la devolvemos con duro trabajo, y también con una dosis extra de responsabilidad. El sector porcino español está absolutamente comprometido con la sociedad y con los consumidores de los más de 130 países en los que estamos presentes, entre ellos de forma destacada China, en la que hace apenas 10 años la presencia de productos del cerdo español era escasa pero la buena acogida por parte de los consumidores chinos y la estrecha



colaboración entre importadores de su país y empresas españolas ha dado lugar a que en este corto espacio de tiempo estemos entre los tres mayores exportadores de productos del porcino a China y de que, a su vez, China sea nuestro segundo mayor comprador internacional.

Los importadores de China saben que los productos del cerdo español cuentan con los mayores estándares de calidad y seguridad del mundo, y también que las empresas españolas son socios fiables que cumplen sus compromisos en plazos, calidades y volúmenes. Por su parte, los españoles conocemos cada vez mejor las demandas de los consumidores chinos y las necesidades de los importadores de este país.

Prueba de esta confianza y conocimiento nos la dejan los números, sólo en el año 2017 las ventas al país asiático alcanzaron las 323.682 toneladas y los 509 millones de euros, convirtiéndose así en el segundo mercado exterior de la carne y elaborados del porcino español tanto en volumen como en valor. Asimismo, España se posicionó como segundo mayor exportador mundial al país asiáti-



co. Sin embargo, lo más importante, no es que cada vez vendemos más sino que lo hagamos a mayor precio, como corresponde a un producto que apuesta por la calidad y variedad y que tiene como meta principal adaptarse a los gustos y tendencias de todos los consumidores.

Por otra parte, todo parece seguir indicando que el consumo de carne de porcino en China seguirá creciendo en mayor medida que la producción interior, lo que unido a las políticas comerciales de los últimos meses, que elevan los aranceles a Estados Unidos, el primer proveedor de porcino al país, permiten concluir que se abren importantes oportunidades para potenciar las exportaciones españolas de porcino, para lo que seguiremos trabajando intensamente desde Interporc en todo lo que a nuestras competencias se refiera, para que el porcino siga conquistando, no sólo el mercado chino sino otros muchos a los que le queda por llegar. 🐷

