



Publicación mensual
n° 206 / Año XX
MAYO 2023

Colegio de Veterinarios de Madrid
C/ Maestro Ripoll, 8
28006 Madrid
Telf.: 91 411 20 33
anaporc@anaporc.com
www.anaporc.com

Edita
Asociación Nacional
de Porcinocultura Científica

Presidente y director
Juan Grandía

Vicepresidente
Juan Luis Criado

Vocales
Javier Rodríguez (secretario),
Miguel Ángel Jiménez (Tesorero),
José Luis Lacruz, Victoria Falceto, Carlos Piñeiro,
Guillermo Ramis, Francisco José Pallarés,
Julián Redondo, Pedro López, Rafael Pallás.

Comité Científico
Carlos Piñeiro, Rafael Pallás, Victoria
Falceto, Guillermo Ramis, Francisco José
Pallarés.

Redactor jefe
Chema Valdés
chema@grupoicm.es

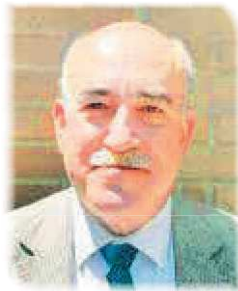
Diseño y maquetación
Daniel Salmador
daniel@grupoicm.es

Producción
Grupo ICM
Avda. San Luis, 47 - 28033 Madrid
Telf.: 91 766 99 34
www.grupoicm.es

Publicidad
Carmen Paramio
carmen@grupoicm.es
Telf.: 673 44 28 09

Depósito legal
M 54749-2003

Quedan hechos los depósitos que marca la ley. Se prohíbe la reproducción total o parcial del material gráfico y literario que incluye la revista, salvo por autorización escrita.



APROXIMACIÓN AL FUTURO DEL SECTOR Y DE LA CARNE DE CERDO

JUAN GRANDÍA
PRESIDENTE DE ANAPORC

Todos los que formamos la asociación Anaporc nos preocupamos por cuáles son las prioridades actuales para nuestro sector y también para un futuro próximo, tanto para seguir desarrollando nuestra actividad ganadera con los mejores estándares profesionales, como para continuar nuestro camino en la excelencia de la producción y de la exportación de la carne de porcino. Para ello, creemos que debemos seguir promocionando las exportaciones de carne de cerdo a los mercados actuales, pero también emergentes. En este sentido, es obvio que trabajamos para crear demanda y ayudando a la industria a brindar al cliente lo que quiere, y ya nuestra carne de cerdo se está exportando a cerca de 100 países. Además, tenemos representantes en mercados internacionales clave y, a través de nuestra interprofesional Interporc, promocionamos y mostramos la carne de cerdo española en un gran número de ferias comerciales de un gran número de países, con lo que supervisamos con ello el comportamiento del consumidor a nivel internacional. Estas campañas aseguran que los consumidores recuerden la facilidad, la conveniencia y el valor de la carne de nuestros cerdos. Desde otra perspectiva, debemos seguir protegiendo la reputación de la carne de cerdo española y promover sus beneficios, educando sobre todo a los consumidores del futuro, que son clave para garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la industria alimentaria y ganadera de nuestro país. Igualmente, es esencial seguir trabajando en influir en las actitudes y percepciones del consumidor en torno a la carne de cerdo, y trabajar junto con la industria para proteger y promover su valor, tanto nutricional como medioambientalmente.

Por supuesto, seguir mejorando la salud y el bienestar de los animales, reducir las patologías que nos afectan y demostrar altos estándares de calidad en la producción. No hay duda alguna de que el sector porcino español ha hecho grandes avances en los últimos años para prevenir la propagación de enfermedades animales emergentes, como ahora la PPA, reducir el uso de antibióticos y mejorar el entorno físico y medioambiental en la explotación, y lo seguiremos haciendo en el futuro gracias también a las nuevas tecnologías de recogida de datos en las granjas.

Estamos desarrollando plataformas que demuestran que somos una industria responsable que siempre se tomará en serio en el futuro el cuidado, el impacto del sector en el medio ambiente y el bienestar de nuestro ganado, además de potenciar nuestra labor como veterinarios en el intercambio de información con otros productores en el caso de brotes de patologías significativas,



www.anaporc.com

como disentería porcina o PEDv, ya que ayudan a prevenir una mayor propagación de la enfermedad.

Por último, y al lado de la industria, es nuestra labor mejorar la rentabilidad para seguir siendo competitivos en nuestro país y en el extranjero, proporcionando información independiente sobre los mercados, las políticas comerciales y de los estudios sobre las tendencias y gustos de los consumidores, además de comprender tanto el mercado global como los impactos locales de los cambios en la oferta y la demanda, identificando problemas en la cantidad o calidad del suministro de mano de obra a la industria porcina, mediante la recopilación de evidencia, y facilitar a los responsables políticos y a las partes interesadas que se brinde el apoyo necesario a nuestro sector.