



## INTERPORC

### **Manuel García: “Trabajamos para que la reputación del sector porcino sea la que realmente se merece”**

El presidente de la Interprofesional del Porcino de Capa Blanca, ha defendido la comunicación como un elemento fundamental de la labor de la organización.

El objetivo de toda la comunicación que realiza la Interprofesional del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC) es que el sector porcino tenga una reputación acorde a los éxitos alcanzados en sostenibilidad económica, social y medioambiental.

Unos resultados que, según ha destacado su presidente, Manuel García, han convertido al porcino español en un referente mundial en bioseguridad, gestión, bienestar animal, seguridad alimentaria y calidad de producto. Así lo ha expuesto Manuel García en la Jornada Técnica ARAPORC celebrada recientemente en Sevilla.

En su intervención, el presidente de INTERPORC ha detallado parte de la labor de la Interprofesional como referente de comunicación del sector. Además, se ha referido a la defensa que realiza ante los medios y la opinión pública “de la verdadera realidad actual de la ganadería y la industria porcinas, frente al relato falso que nos sigue asociando a una imagen de un pasado lejano que ya no existe”.

En su opinión, es muy importante de realizar acciones que lleguen a todos los públicos de interés del sector. Así, se ha referido a algunas de las más recientes, como el patrocinio del programa ‘Grand Prix’ en TVE, la Tarjeta Blanca en la ‘Queens League y en la Kings & Queens Cup’, eventos como los ‘Diálogos de la Cumbre de los Sistemas Alimentarios de la ONU’ o el de ‘Impulso al liderazgo de la mujer en el sector agroalimentario español’, junto con la constante presencia en eventos internacionales. “Consumidores, medios de comunicación, administraciones... Para INTERPORC, todos los públicos objetivos son importantes y por eso estamos permanentemente analizando las oportunidades que surgen en todos los canales para lanzar nuestros mensajes y estrechar nuestra relación con ellos”, destacó el presidente.

Lo importante, ha aseverado, es que “nuestra comunicación refleje nuestros valores y que se realice adaptando los mensajes a cada público objetivo. Ese es el camino que sigue INTERPORC en comunicación en representación de todo el sector”.

### **EL PORCINO DE CAPA BLANCA EN ANDALUCÍA**

Manuel García también se ha referido al porcino de capa blanca de Andalucía como “una de las zonas de referencia del sector”.

El presidente expuso que, entre enero y octubre de 2023, esta comunidad autónoma produjo un total de 234.735 toneladas de carne y productos porcinos, “una cifra similar a la del año 2022”. Además, en ese mismo periodo, con 83.750 toneladas exportadas (3,7% del total español) por un total de 263,7 millones de euros (3,6% del total español), Andalucía mantenía el sexto lugar en el ranking de exportaciones españolas de porcino tanto en volumen como en valor.

Aunque eso supone un descenso en volumen respecto a 2023, la facturación es prácticamente la misma, lo cual implica “un crecimiento del valor de las exportaciones que muestra un sector porcino andaluz cada vez más asentado en el exterior con productos de calidad”, concluyó. ■