



La exportación como motor del sector porcino español

Un modelo de producción sostenible con valor añadido

ALBERTO HERRANZ. Director de INTERPORC (Interprofesional del Porcino de Capa Blanca).

RESUMEN

El año 2017 ha sido nuevamente un año histórico para el sector porcino de capa blanca español, con cifras que nos consolidan como un motor estratégico de la economía nacional y como una gran potencia mundial, que además es referente internacional en aspectos como la calidad y seguridad alimentaria, el bienestar animal o el respeto al medio ambiente.

Estas materias, claves para conquistar los mercados internacionales, son fruto de un modelo de producción sostenible en todos los eslabones de la cadena de valor del sector porcino, desde el ganadero a la industria. Este esfuerzo conjunto ha sido determinante para, en tan solo una década, duplicar nuestra facturación en el exterior llegando a más de 130 países de todo el mundo.

PALABRAS CLAVE: porcino, sostenibilidad, trazabilidad, calidad, bienestar animal, medio ambiente, exportaciones.

El sector porcino español es el más importante de la ganadería de España, con una facturación que supera los 15.000 millones de euros. Representa el 14% de la producción agraria, el 37% de la producción ganadera y el 1,4% del PIB nacional. Por lo que respecta a la posición de España en el mundo, es destacable nuestro rol como uno de los principales operadores del porcino, y debemos sentirnos orgullosos de ejercer un indudable liderazgo tanto por nuestra envergadura productiva y comercializadora como por la elevada competitividad y por la imagen de calidad y seguridad de nuestros productos.

En la última década el crecimiento en el exterior podría calificarse de espectacular, incrementándose en cerca de un 60% en volumen y duplicando el valor de los productos del porcino exportados. Así, en 2017 las exportaciones del sector porcino superaron los 2 millones de toneladas, lo que supuso un crecimiento superior al 5% respecto al año anterior; y los 5.022 millones de euros, un 12% más con respecto a 2016.

En el contexto comunitario, Francia volvió a situarse como nuestro principal comprador tanto en volumen -con un total de 326.727 toneladas- como en valor, con 896,8 millones de euros. Le siguieron Italia, con 176.851 toneladas y 380 millones de euros; Portugal, con 132.805 toneladas y 363 millones de euros; Polonia, con 74.726 toneladas y 170,7 millones de euros; Reino Unido, con 71.249 toneladas y 237,8 millones de euros; y Alemania, con 68.621 toneladas y 265,8 millones de euros.

Por su parte, las exportaciones extra-comunitarias representaron en 2017 el 37% del total de las exportaciones en volumen y el 35% en valor, con China a la cabeza con 323.682 toneladas y 509 millones de euros. La segunda posición fue para Japón con 118.530 toneladas (436,4 millones de euros), seguida de Corea del Sur, con 68.592 toneladas (168,1 millones de euros), y Hong Kong con 55.593 toneladas (119,5 millones de euros).

En cuanto a productos, casi el 80% de nuestra facturación exterior proviene de la venta de carnes frescas, refrigeradas o congeladas, que alcanzaron los 1,5 millones de toneladas y los 3.607 millones de euros. También en un lugar destacado se encuentran los despojos de porcino, de los que vendemos 276.011 toneladas que hacen un total de 313 millones de euros.

Estos dos productos representan el 86% del volumen exportado y el 78% de la facturación exterior del porcino español. No obstante, siguen ganando peso las ventas de embutidos (74.249 toneladas), tocino (67.425 toneladas) y jamones y paletas curados (60.287 tn). Estos últimos destacan por su im-

CUADRO 1

Evolución de las exportaciones del sector porcino español 2008-2017

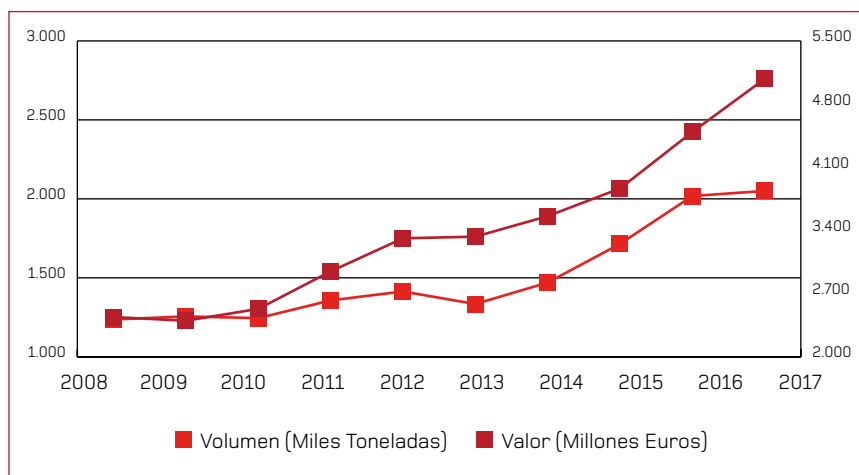


TABLA 1

Total exportaciones españolas del sector porcino

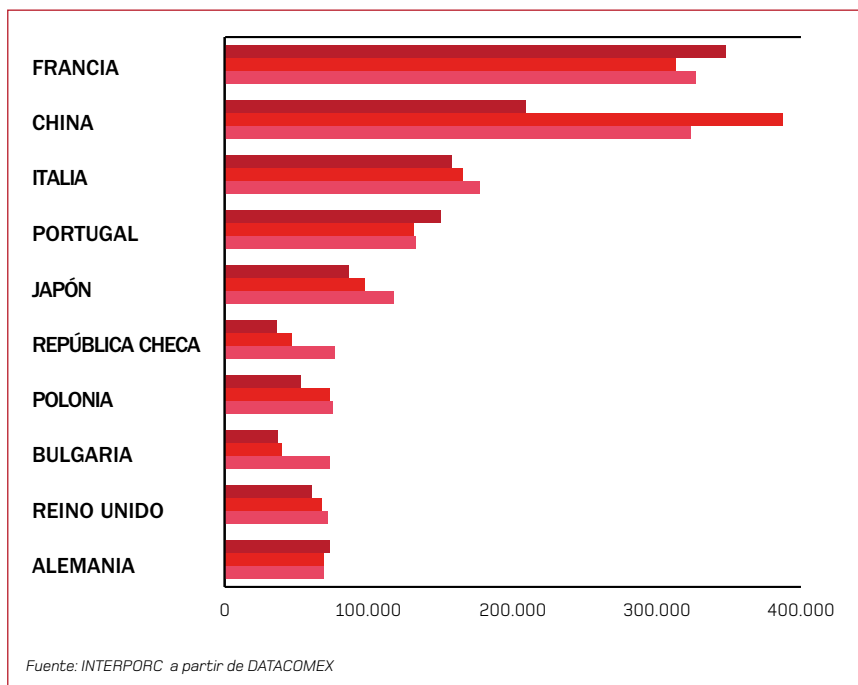
PAÍSES DESTINATARIOS	AÑO 2017			
	Toneladas	%	Miles de euros	%
TOTAL UE 28	1.330.846	62,6%	3.252.847	64,8%
TOTAL EXTRA-UE 28	793.417	37,3%	1.763.697	35,1%
TOTAL MUNDO	2.124.367	100,0%	5.022.585	100,0%





CUADRO 2

Principales países destino de las exportaciones españolas del sector porcino (Sin incluir animales vivos) (Toneladas)



portante crecimiento en valor acercándose a los 500 millones de euros, lo que supone un incremento superior al 40% en los últimos diez años.

SEGURIDAD Y CALIDAD ALIMENTARIA CONQUISTANDO EL MUNDO

España no sólo vende más porcino en el mundo, sino que lo vende a un precio mayor, como corresponde a un producto que además de ser, es percibido como un producto de calidad en los más de 130 países de todo el mundo en los que está presente. Un logro sostenido gracias a factores como la calidad, la seguridad alimentaria y la implementación del modelo de producción europeo, el más exigente del mundo en cuanto a bienestar animal y cuidado del medio ambiente.

En cuanto al primer factor, la calidad: solo puede comprenderse si está presente en todos los eslabones de la cadena. En primer término, en la adaptación de las explotaciones a las normativas tanto de bienestar animal como de protección medioambiental.

España fue el primer país de la Unión Europea en cumplir con la normativa comunitaria en bienestar animal, hito que alcanzó en 2013. Dicha normativa regula aspectos relacionados con la explotación y cría, con la sanidad, el transporte y el sacrificio. De esta forma, nuestros ganaderos no sólo han mejorado las

España no sólo vende más porcino en el mundo, sino que lo vende a un precio mayor, como corresponde a un producto que además de ser, es percibido como un producto de calidad en los más de 130 países de todo el mundo en los que está presente



instalaciones de las granjas sino todo el modelo de producción. Es por eso, que el esfuerzo realizado por el sector en las últimas décadas, no se limita al cuidado de los animales, también a la mejora de las infraestructuras y las prácticas de manejo, así como a la formación y concienciación del personal empleado.

En este sentido, hay que tener en cuenta que los propios profesionales del sector porcino son los primeros interesados en el cuidado de los animales, toda vez que cuanto mayor es el bienestar de los mismos, mayores son las repercusiones positivas sobre la calidad de la carne. Un animal que carece de bienestar y que por tanto sufre estrés, es más sensible a padecer enfermedades.

Podemos afirmar que el sector porcino español mantiene un riguroso sistema de trazabilidad 'desde la granja a la mesa' que permite seguir todo el proceso de un producto desde el nacimiento del animal hasta que llega al consumidor. De esta forma se asegura no sólo la mejora de vida de los animales sino la ejecución de buenas prácticas en cada uno de los eslabones de la cadena, en pro de un producto de calidad, respetuoso con el medio ambiente y con el cuidado de los animales y con garantías sanitarias de primer nivel, que son en definitiva las llaves que nos han abierto las puertas de todos los continentes y las que nos permitirán seguir conquistando nuevos mercados.

De cara a los próximos años, el reto de las empresas españolas está en incrementar las ventas de forma sostenible

EL PAPEL DE INTERPORC EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR PORCINO

El porcino, es sin duda uno de los sectores que más ha contribuido a la potenciación de nuestro sector agroalimentario en el exterior. El dinamismo demostrado nos ha hecho llegar a países donde antes era impensable, por eso es necesario resaltar la apuesta decidida de nuestras empresas en esa andadura internacional, en la que nosotros, desde INTERPORC, como no podía ser de otra manera, dedicamos buena parte de nuestros esfuerzos a facilitarles el trabajo.

Nuestras tareas en esta materia pasan por: la coordinación entre todos los

organismos que participan en el proceso de internacionalización; la interlocución con las autoridades sanitarias o comerciales de los países-destino; el mejor aprovechamiento de recursos para estudios de mercados y tendencias; el establecimiento de relaciones con importadores y distribuidores internacionales; la información y formación a las empresas; y el apoyo a la exportación mediante un intenso programa de acciones en diferentes países.

De cara a los próximos años, el reto de las empresas españolas está en incrementar las ventas de forma sostenible para no depender en demasía de un solo socio, y hacerlo además mejorando el margen comercial con productos de mayor valor añadido. Para conseguirlo son fundamentales todas las cuestiones nombradas anteriormente así como profundizar en el conocimiento de los consumidores y de los canales de distribución y potenciar la marca España.

En definitiva, nuestra labor es dar apoyo a nuestros asociados en todos aquellos ámbitos en los que es relevante aunar esfuerzos y difundir las excelencias del modelo de producción español y las cualidades de nuestros productos, que cada día son más conocidos y reconocidos en todo el mundo gracias a la excelente labor de todo el sector, que cuida al máximo todos los aspectos para llevar a cualquier rincón del mundo la carne y los productos del cerdo blanco español. ■