

El sector porcino español, tercera potencia mundial en comercio exterior



El sector porcino español cierra un año 2018 marcado por la estabilidad y consolidación de los buenos datos alcanzados en los años anteriores y ligeros incrementos, tanto en la producción, superior a los 4,5 millones de toneladas, como en las exportaciones, con 2,16 millones de toneladas.

Así lo ha avanzado esta mañana en Madrid el director de la Interprofesional del Porcino de Capa Blanca ([INTERPORC](#)), **Alberto Herranz**, quien ha destacado que las ventas al exterior del sector porcino marcaron otro registro histórico en volumen en 2018, al crecer un 3,3%, mientras que en facturación se mantuvo estable, con 4.826 millones de euros, cifra ligeramente inferior a la del ejercicio anterior.

Herranz ha subrayado el significativo **crecimiento de las ventas a países extracomunitarios**, que se incrementaron cerca de un 8% en volumen, con 854.481 toneladas; y un 1,2% en valor, con 1.784 millones de euros. En cuanto a las exportaciones a la Unión Europea, se incrementaron en un 0,6%, con más de 1,3 millones de toneladas, lo que representa más del 60% del total exportado. Francia sigue siendo nuestro principal mercado comunitario, seguido de Portugal, Italia, Alemania y Reino Unido.



Por lo que se refiere a productos, ha añadido que el 85% de nuestra facturación exterior proviene de la venta de carnes frescas, refrigeradas o congeladas, y despojos, un porcentaje muy similar al del pasado año, y ha resaltado la “importancia del incremento de las exportaciones de jamones y paletas curados, que crecieron un 10% en volumen y más de un 7% en valor, en tanto, se trata de productos de gran valor añadido”.

Destacado incremento de las exportaciones en los últimos 5 años

Alberto Herranz ha señalado la “extraordinaria evolución del sector porcino en los últimos 5 años”. Desde el año 2014 hasta 2018 el sector ha incrementado sus exportaciones en un 47% en volumen y un 36% en valor hasta alcanzar los 4.826 millones de euros.

Ha subrayado que España vende más y mejores productos del porcino en el mundo, gracias a la apuesta por la calidad y variedad y a la adaptación de nuestras empresas a los gustos y tendencias de los consumidores tanto españoles como de los países en los que estamos presentes y en los que contribuimos a hacer ‘marca España’.

Así mismo, el director de [INTERPORC](#) ha indicado que “buena parte de este éxito internacional **se debe a la implementación del modelo de producción más exigente del mundo en materia de sostenibilidad** y bienestar animal”.