"El sector porcino ha pasado de ser invisible a imprescindible"

Alberto Herranz, director de INTERPORC, asegura que la crisis del COVID-19 ha puesto en evidencia "el valor de los profesionales del sector porcino, que no han dejado de trabajar para asegurar el abastecimiento a la población"

Durante la crisis del COVID-19 "el sector porcino ha pasado de ser invisible a imprescindible, somos un servicio esencial como proveedor de alimentos, y debemos seguir dándonos a conocer y comunicar todo lo que hacemos y cómo lo hacemos y lo que aportamos, no solo en cuanto a productos sanos y saludables, también como generadores de riqueza, de empleo y fijadores de la población rural".

Son palabras del director de la Interprofesional del porcino de Capa Blanca (INTERPORC), durante el webinario organizado por The Farm donde manifestó que "además de redoblar sus esfuerzos en todos los eslabones de la cadena para llevar los productos de porcino a todos los rincones de España, el sector ha seguido trabajando en todas aquellas materias en las que somos un referente internacional: calidad, seguridad alimentaria, protección del medio ambiente y bienestar animal".

El porcino, un sector líder

En el webinario en el que también participaron Miguel Ángel Higuera, director de Anprogapor y Josep Collado, secretario General de FECIC, Herranz, explicó las principales fortalezas del porcino, "**un sector líder, el sector ganadero más importante de España** y una de las principales potencias internacionales, pero debemos actuar como tales, creérnoslo y comunicarlo, y no vale con que lo hagan unos pocos, somos muchos, más de 80.000 granjas, 4.000 industrias, 200.000 trabajadores".

Para Herranz "es una tarea que tenemos que hacer todos en nuestro día a día, dar ese paso hacia adelante y trasladar con orgullo lo que hacemos, es la única herramienta que tenemos para

hacer frente a los que dan una visión distorsionada de nuestra labor y quieren manchar nuestra reputación".

Responder a las demandas de los consumidores

El sector porcino realiza un trabajo "minucioso en todos y cada uno de los eslabones y su primer objetivo es atender a las demandas de los consumidores, cada vez más exigentes en cuanto a productos sanos y saludables pero que a su vez sean elaborados con una mayor atención al medio ambiente y al cuidado de los animales".

El director de INTERPORC aseguró que aunque "contemos con el modelo de producción más exigente del mundo en el cuidado de los animales y la protección del medio ambiente estas son cuestiones innegociables en las que debemos seguir avanzado".

En su opinión, el consumidor está dispuesto a pagar un poco más por productos de calidad, pero también por valores como la sostenibilidad y el bienestar animal "y ahí es donde no debemos quedarnos rezagados, debemos ir acordes con las expectativas sociales e incluso adelantarnos a ellas".