INTERPORC: “Comunicamos la verdad porque es el arma más potente del sector porcino”

Comunicar la verdad es el arma más potente con la que cuenta el sector porcino de capa blanca. Así lo ha señalado Alberto Herranz, director de la Interprofesional del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC), la organización que lidera la comunicación del sector en su intervención durante la ‘Jornada sobre sostenibilidad social y económica en la industria porcina’ organizada por la Cátedra Fundación Grupo Jorge Talento e Innovación, de la Universidad de Zaragoza.

El director de INTERPORC ha puesto como ejemplo que el compromiso absoluto del sector porcino con la triple sostenibilidad y con la implementación de medidas que mejoren la sostenibilidad en toda la cadena “es una realidad demostrable con los datos de las administraciones públicas y los organismos oficiales”. “Pero también”, ha añadido, “es un mensaje muy potente que trasladamos constantemente a la sociedad porque debe conocerse”.

Herranz ha puesto en valor la labor de comunicación que realiza INTERPORC frente a bulos que insisten en asociar al porcino con una imagen del pasado totalmente alejada de la ganadería moderna actual que conforma al sector.

“Tenemos claro que la realidad de los datos se va a imponer a relatos falsos y sesgados”. Por eso, ha insistido, “desde INTERPORC comunicamos siempre cifras oficiales”.

Como ejemplos, ha señalado que el porcino es una industria sostenible en lo económico que genera una balanza comercial positiva de 7.720 millones de euros; en lo social, ya que genera 415.000 empleos directos, indirectos e inducidos; y en lo medioambiental, área en la que está logrando importantes descensos en sus emisiones hasta el punto de que, según los datos oficiales del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITECO) el porcino supone solo el 2,43% del total de las emisiones GEI de España.

El resultado es que la carne y los productos elaborados de porcino de España “son proteínas sostenibles”, ha afirmado Herranz. Una condición que eleva su valor dentro del contexto de una alimentación sana y equilibrada y le otorgan un espacio destacado dentro de un protocolo de dieta saludable y sostenible.

Y para seguir produciéndolos, Alberto Herranz ha lanzado otro mensaje, esta vez destinado a los más jóvenes. “Somos un sector que demanda empleo de alta cualificación. Buscamos a profesionales expertos en nuevas tecnologías, genética, bioseguridad, logística, digitalización, marketing o internacionalización”.

Un aviso que ha reforzado indicando que “aquí podéis desarrollar una carrera en un sector vanguardista, líder mundial y cuyas empresas se ubican principalmente en entornos muy ligados con la naturaleza. Creo, sinceramente, que es una propuesta muy atractiva que cubre las demandas profesionales y personales de los jóvenes actuales”.

Acciones de comunicación

Todos ellos son mensajes reales y muy potentes que INTERPORC acerca a sus públicos objetivos a través de diversos canales.

Entre otros, Herranz se ha referido a la intensa actividad que desarrolla la Interprofesional en medios de comunicación y Redes Sociales; acciones como los patrocinios de la *Queens League y la Kings & Queens Cup* o el programa de televisión *El Grand Prix* y los *Premios Porc d’Or y GenZ Awards*; y organización de eventos como la recientemente celebrada jornada ‘Impulso al liderazgo de la mujer en el sector agroalimentario español’.

Sostenibilidad de la industria porcina

Además de la intervención de Alberto Herranz, la Jornada de la Cátedra Fundación Grupo Jorge Talento e Innovación ha abordado temas como la formación del talento interno para avanzar en la sostenibilidad de las empresas, los avances hacia una alimentación responsable y sostenible o las sombras que proyectan los productos vegetales que se presentan ante el consumidor con

denominaciones cárnicas.