

Comunicación Reputacional y Bienestar Animal - Claves para empoderar al sector porcino

Puntos a tener en cuenta

- 1** La Comunicación Reputacional se basa en los pilares de confianza, percepción y reputación, con el objetivo de fortalecer la imagen y fomentar la lealtad del consumidor.
- 2** La transparencia es esencial para ganar la confianza de la sociedad y una narrativa honesta es clave para construir una marca memorable. En este sentido, las alianzas estratégicas con organizaciones medioambientales y la apuesta por la innovación y la sostenibilidad ambiental, económica y social es fundamental para mejorar la imagen del sector porcino.

Jueves 7 de marzo



17:20 - 18:00



Alberto Herranz
Director de INTERPORC

- 3** El sector porcino es crucial para el bienestar social al proporcionar proteína asequible y crear empleo en zonas rurales, contribuyendo a la vertebración territorial. Con una presencia global, el sector necesita comunicar su compromiso con la seguridad alimentaria y el bienestar animal, fortaleciendo así su reputación y posición como un actor esencial en la economía española.
- 4** El sector porcino se enfrenta a desafíos como las nuevas tendencias en alimentación y las *fake news* que surgen en torno al sector, mientras que la demanda de información sobre bienestar animal aumenta entre los consumidores. Las certificaciones en bienestar animal ofrecen transparencia y garantizan el cumplimiento de normativas rigurosas, fortaleciendo la comunicación entre el sector y los consumidores.





Comunicación reputacional

Para empezar a hablar de comunicación, es importante destacar que **la narrativa es clave para conectar con nuestra audiencia y fortalecer nuestra posición en el mercado**. Por eso, desde INTERPORC, hemos sabido identificar el gran potencial que tiene la comunicación para poner en valor todo el trabajo y esfuerzo que hay tras un sector como este y conseguir que nuestro público conozca cuál es la realidad del sector porcino en la actualidad.



¿Cuáles son los fundamentos de la Comunicación Reputacional?

- ✓ Confianza
- ✓ Percepción
- ✓ Reputación

La importancia de todo esto reside en que una **reputación sólida impulse la confianza y la lealtad del consumidor**.



¡Pregunte al ponente!

Comunicación Reputacional y Bienestar Animal - Claves para empoderar al sector porcino

Como Interprofesional, tenemos una misión, una visión y una serie de valores.

 **MISIÓN:** promover una **actividad porcina moderna, innovadora y global que sea sostenible** económica, social y medioambientalmente, y difundir ante la sociedad la buena labor del sector español y las bondades del consumo equilibrado de carne y productos cárnicos.

 **VISIÓN:** **contribuir de forma decisiva a que el sector porcino español se mantenga como el referente mundial** que lidera los avances en Bienestar Animal, la lucha contra el cambio climático, el desarrollo de las zonas rurales y el respeto a las personas y comunidades locales.

 **VALORES:** profesionalidad, ética, compromiso social, globalización, protección de la naturaleza, honestidad, vinculación con la sociedad rural, sostenibilidad, bienestar animal, cercanía, innovación y modernidad respetuosa con la tradición.



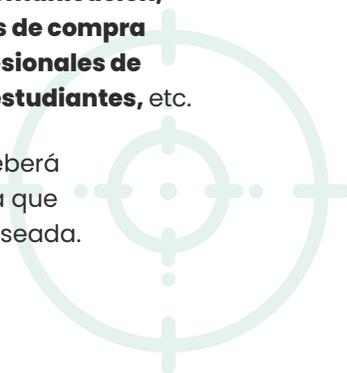
 **¡Pregunte al ponente!** 

Público objetivo

La comunicación debe alcanzar a los **profesionales del propio sector ganadero** (ganaderos, veterinarios, etc.) mediante la comunicación interna del sector, pero también a otros grupos de interés, incluyendo los **medios de comunicación**, tanto sectoriales como generalistas, **decisores de compra** (consumidores, amas de casa, jóvenes), **profesionales de salud** (enfermeros nutricionistas y médicos), **estudiantes**, etc.



En función de los públicos objetivos, se deberá establecer una comunicación u otra para que nuestro mensaje llegue a la audiencia deseada.



Transparencia

La transparencia se ha convertido en un pilar fundamental hoy en día para ganarse la confianza de la sociedad y debe ser un propósito como marca. **Ser honestos sobre nuestras prácticas construye una base de confianza sólida entre nuestra audiencia.**

Una narrativa poderosa es la fuerza impulsora detrás de una marca memorable.

Debemos apostar por construir una **narrativa impactante que consiga transmitir a la sociedad todo el esfuerzo y trabajo que realizan a diario los profesionales del sector porcino, pero siempre desde la verdad, la transparencia y el aval científico.**





Las alianzas estratégicas fortalecen nuestra reputación, siendo importante colaborar con organizaciones medioambientales y otros actores clave para elevar la imagen del sector porcino y fortalecer nuestra reputación.

Innovación y sostenibilidad

La innovación y la sostenibilidad se han convertido en imprescindibles para la sociedad, siendo importante apostar por prácticas que beneficien al medioambiente y fortalezcan nuestra reputación en la industria.



En este sentido, la **sostenibilidad** se debe abordar desde una triple vertiente: **social, económica y medioambiental**.



Bienestar social

Nuestra contribución al bienestar social es crucial al proveer a la población mundial de **proteína asequible y de alto valor biológico**.



Este compromiso se visibilizó enormemente durante la pandemia. No paramos, fuimos un sector esencial que permitió alimentar a la población.

La **creación de empleo** donde más se necesita, en el medio rural, es una de nuestras grandes fortalezas.

El sector porcino crea 415.000 puestos de trabajo (directos, indirectos e inducidos), ubicándose 43% de granjas en núcleos de menos de 5.000 habitantes. En este sentido, contribuye a la **fijación de la población y a la vertebración territorial** al dotar a los pueblos de infraestructuras.

No debemos olvidar que un gran porcentaje de nuestra producción se destina a la exportación. Por tanto, **nuestra labor de comunicación no se puede limitar únicamente a España**, sino que nuestras empresas llegan a 130 países, llevando con orgullo el sabor, la versatilidad, la seguridad alimentaria y el bienestar animal de nuestra producción más allá de nuestras fronteras.





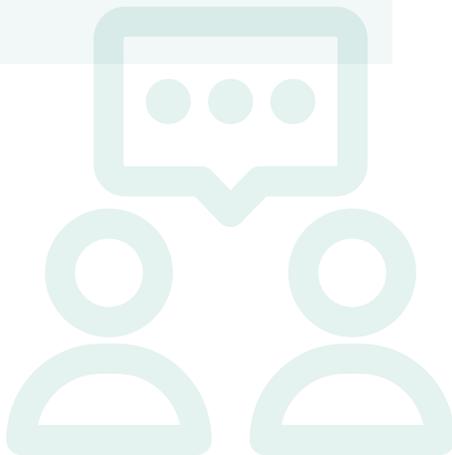
Comunicación Reputacional y Bienestar Animal – Claves para empoderar al sector porcino

Somos el tercer mayor productor mundial, el primer productor europeo y el primer exportador mundial junto a EE.UU. En definitiva, **somos un sector estratégico para la economía española** y la vertebración del territorio que, además, supone una **importante fuente de empleo para el país**.

Desde la perspectiva de la comunicación, **necesitamos dar voz a los verdaderos protagonistas del sector: las personas**.



Para transmitir nuestro propósito es necesario **empoderar al sector porcino**, contando historias **auténticas de personas reales** que trabajan en el sector a diario. **Juntos podemos construir una reputación sólida que impulse al sector porcino y lo posicione como el sector esencial que consigue alimentar a la población mundial**.



¡Pregunte
al ponente!



Bienestar Animal

Para empezar a hablar de Bienestar Animal, es importante recalcar que los consumidores quieren conocer cada vez más información sobre **cómo se producen los alimentos**, cuál es su contenido nutricional y que se les garantice una **seguridad alimentaria**. Por ello, el sector porcino se enfrenta a una serie de retos:

-  La **creciente cultura del veganismo**, sobre todo entre los más jóvenes que renuncian al consumo de carne. En este sentido, con la ayuda de científicos **expertos en nutrición debemos defender a la carne como un elemento primordial dentro de una dieta equilibrada**, además de ser un elemento fundamental dentro de la dieta mediterránea que tiene una gran riqueza y es alabada a nivel mundial.
-  Las **crecientes protestas frente a las mal denominadas “macrogranjas”** que, desde el punto de vista legal, es un término inventado por ciertos grupos y, además, existe una limitación de plazas recogida en el RD 306/2020.
-  El aumento de las **exigencias en materia de Bienestar Animal por parte de los consumidores**.



Todos estos movimientos surgen del desconocimiento y de la desconexión cada vez mayor que existe entre el entorno urbano y el rural.



Comunicación Reputacional y Bienestar Animal – Claves para empoderar al sector porcino

Desde la Comisión Europea, los políticos se están haciendo eco de las exigencias del consumidor y, fruto de ello, en agricultura y ganadería surgen normativas alineadas con la estrategia *Farm to Fork* que podríamos decir que es el corazón del Green Deal, cuyo objetivo es hacer que **Europa sea la primera región climáticamente neutra en 2050.**



Con estas estrategias, la Unión Europea pretende transformar el actual sistema alimentario de la UE en un **modelo más sostenible.**

Como parte de esta estrategia, la CE pretende considerar distintas opciones para el **etiquetado sobre Bienestar Animal** para transmitir mejor este valor a través de los alimentos. Es decir, **Europa lo tiene claro, sigue avanzando y dando pasos para llevar el Bienestar Animal a otro nivel.**

La opinión de la sociedad europea con respecto al Bienestar Animal fue objeto de estudio a través de una **encuesta realizada en el Eurobarómetro en 2023.** La conclusión reflejada es que:

- Para el 91% de los ciudadanos es importante proteger el bienestar de los animales de granja.
- El 84% creen que debe ser protegido mejor que hasta este momento.
- El 67% quiere tener más información sobre cómo se crían los animales.



En España, los datos de la encuesta muestran cifras idénticas, posicionándose los encuestados a favor del Bienestar Animal (91%), pidiendo que esté más protegido (84%) y con opiniones similares en cuanto al deseo de disponer de más información (66%). Por tanto, es evidente que existe una preocupación y una necesidad de disponer de más información por parte de los ciudadanos europeos.

La certificación en bienestar como fortaleza



Ante todos estos retos y exigencias, **¿cómo puede responder el sector?**

En primer lugar, es importante destacar la **proactividad y orgullo del sector y su capacidad para evolucionar constantemente y adaptarse a los cambios**. Esto lo demuestran algunos datos: **el sector porcino es el principal productor porcino a nivel europeo y el segundo exportador a nivel mundial**.

El sector tiene la posibilidad de comunicar al consumidor todos los esfuerzos que realiza para implementar mejoras en Bienestar Animal a través de la certificación INTERPORC Animal Welfare Spain (IAWS), todo ello, partiendo de la base de que en Europa ya contamos con la legislación más exigente del mundo.



 **¡Pregunte al ponente!** 

Comunicación Reputacional y Bienestar Animal - Claves para empoderar al sector porcino

La primera normativa surgió en el año 1974 en este caso en mataderos, posteriormente en el transporte y, desde ahí a los animales de granja. En el caso de los animales de producción a nivel nacional, la primera reglamentación en granja surgió en el año 2000 con el RD 348/2000 del que derivó la normativa de Bienestar Animal específica para el porcino (RD 1135/2002).



Desde aquel Real Decreto, el sector ha llevado a cabo avances muy importantes en Bienestar Animal y seguirá avanzando aún más con el recientemente publicado RD 159/2023.

La certificación IAWS en Bienestar Animal parte de la base de la normativa europea, teniendo en cuenta dos aspectos importantes, la salud física y el estado emocional del animal. A partir de ahí se desarrollan 4 pilares fundamentales que permiten definir realmente el Bienestar Animal:

-  La alimentación
-  Las instalaciones
-  La sanidad
-  El comportamiento



Comunicación Reputacional y Bienestar Animal – Claves para empoderar al sector porcino

Estos pilares, las 5 libertades de los animales terrestres que guían a la OMSA y los 12 principios generales del Bienestar Animal han permitido la elaboración del Reglamento Técnico de Bienestar Animal y Bioseguridad IAWS que sirve como una herramienta para cumplir con la legislación y con otros requisitos mucho más exigentes que van más allá, dándole el carácter de certificación con máximas garantías de Bienestar Animal.

La certificación en Bienestar Animal, como la certificación IAWS, se convierte así en una herramienta de empoderamiento del sector porcino, ya que:

- Está promovida por el propio sector porcino de manera voluntaria.
- Se aplica en todos los eslabones de la cadena de valor, demostrando un firme compromiso con el Bienestar Animal.
- Está avalada y evaluada por un Comité Científico independiente.
- Su transparencia está validada por organizaciones de protección y defensa de los animales.
- Es más rigurosa y exigente, gracias al control efectuado a través de entidades de certificación totalmente independientes acreditadas por ENAC.
- Garantiza la evaluación del 100% de los animales.
- Ofrece constante formación gratuita.





Comunicación Reputacional y Bienestar Animal - Claves para empoderar al sector porcino

- > Comprende una visión holística del bienestar, incluyendo aspectos como sanidad, bioseguridad, manejo de los animales, seguridad alimentaria y trazabilidad.
- > Se adelanta a futuras reglamentaciones.
- > Establece tres sistemas diferentes de producción.



En definitiva, la certificación en Bienestar Animal permite abrir un canal de comunicación entre el sector porcino y el consumidor con una máxima transparencia y garantía de control.





INTERPORC

La Organización Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC) es una entidad sin ánimo de lucro en la que están representados todos los sectores de la cadena de valor del porcino de capa blanca: producción, transformación y comercialización. Se trata de la organización interprofesional más importante del sector cárnico por el volumen de la producción porcina de nuestro país.

Esta organización está regida por la Ley 38/1994, de 30 de diciembre, reguladora de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias. En base a esta ley, se establece una extensión de norma aprobada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) con todas las áreas básicas de actuación a desarrollar y cumplir por parte de INTERPORC.

Dentro de esas áreas básicas de actuación se incluyen:

- ✓ Promoción y comunicación en el mercado interior
- ✓ Promoción internacional
- ✓ Producción ganadera: mejora de la imagen, sostenibilidad y gestión de crisis sectoriales
- ✓ I+D+i, calidad, bioseguridad y sanidad animal
- ✓ Estudios y sistemas de información

En definitiva, todas las acciones buscan la defensa y promoción de la buena imagen del sector porcino de capa blanca.

