

## IMAGEN DE LA CARNE DE CERDO A NIVEL INTERNACIONAL

Leal M

FANUS. Universidad Maimónides  
*leal.marcela@hotmail.com*

A continuación se describen algunas iniciativas llevadas a cabo en diferentes países las cuales tienen como objetivos generales valorizar nutricionalmente la carne de cerdo, aumentar el conocimiento y la información que de ella poseen tanto los profesionales como los consumidores.

El rol de los profesionales es fundamental para lograr que sus pacientes realicen elecciones basadas en una información acertada de la composición nutritiva, de las características de su crianza y producción, y de los aspectos culinarios a considerar al momento del servicio por parte del consumidor.

### MEXICO

#### **Confederación de Porcicultores Mexicanos (CPM).**

Participaron en el XVII Congreso Nacional de Diabetes. En el evento representantes de la cadena porcícola, junto con profesionales de las ciencias de salud y nutrición coincidieron en afirmar que la Información es la base de la toma de decisiones certeras, y un paciente informado logrará mejorar su estado de salud. Y es en esta etapa donde la responsabilidad de los productores es fundamental.

El país alcanza un consumo de 14 kg anuales por habitante.

La carne de cerdo ha reducido su contenido de grasa en un 31 % y hoy presenta un contenido de grasa entreverada entre 3 y 14 %.

### ECUADOR.

#### **XIII CONGRESO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE DE NUTRICIONISTAS DIETISTAS. I CONGRESO IBEROAMERICANO DE NUTRICIÓN: "La Nutrición es un Compromiso de Todos".**

Organizado por CONFELANYD (Confederación Latinoamericana de Nutricionistas Dietistas).

La empresa Pronaca, comercializadora de Cerdo Procesado, fue uno de los principales auspiciantes del congreso.

Invitando a Lic. Marcela Leal (Argentina), como conferencista del Tema "Beneficios Nutricionales de la Carne de Cerdo".

Esta empresa brinda servicios a sus Consumidores:

Centro de Información. Respuestas a las consultas frecuentes vinculadas a los temas de Calidad y Seguridad Alimentaria.

Servicios al Consumidor: Recetas favoritas del mes.

Servicio de Nutrición.

Nutrición Infantil.

## PERÚ

### Asociación Peruana de Porcicultores (APP).

Realizan un Festival Gastronómico con el Objetivo de informar a la población que este alimento no transmite la gripe AH1N1. En el mismo se realizan platos elaborados a base de carne de cerdo, como una medida destinada a promover su consumo rico en proteínas, descartando ser portador del nuevo virus de la influenza.

La Campaña se titula "Perú sin gripe porcina". En la misma los chefs presentan diversos platos a base de cerdo.

El consumo per cápita de carne de cerdo promedio nacional llega a 4,1 kg por año.

## BRASIL

### Asociación Brasileña de Criadores de Cerdo(ABCS).

En los últimos 15 años el consumo de carne porcina ha pasado de 8 kg por habitante (1993), a 15 kg en 2008.

Brasil es el cuarto productor mundial del producto.

Según un estudio elaborado por ABCS, el 49% de los consumidores locales prefiere el sabor de la carne de cerdo.

Un prejuicio muy difundido en Brasil es la asociación de la carne porcina con la obesidad y la falta de control de calidad.

Con el objetivo de revertir esto se realiza la Campaña "Una nueva mirada sobre la carne porcina", la cual tiene el objetivo de aumentar el consumo interno en 2 kg per cápita para 2010.

## ESPAÑA

### Confederación de Organizaciones Empresariales del Sector Cárnico de España (CONFECARNE).

Confecarne, es una organización empresarial que agrupa a la Asociación de Industrias de la Carne de España (AICE), y la Federación Catalana de Industrias de la Carne (FECIC).

Dentro de la institución, el Grupo de Trabajo Nutrición y Salud, ha promovido un Servicio de Información Nutricional de la Carne de Cerdo: es un servicio de atención telefónica sobre aspectos nutricionales de la carne de cerdo, y está asesorado por expertos en Nutrición Humana y Dietética, quienes facilitan información respaldada a todas aquellas interesadas en conocer los aspectos nutricionales y saludables de esta carne.

Las consultas al mismo provienen de Profesionales de la Salud, Consumidores, Industria, Medios de Comunicación, Restauración (Catering) y Distribución.

También realizan Eventos Científicos, por ejemplo el "III Congreso de Porcino Ibérico: Expectativas de futuro y tendencias internacionales del consumo y promoción de los productos".

## ESTADOS UNIDOS

Las empresas que comercializan Carne Porcina cuentan en su staff con Profesionales Nutricionistas.

Las empresas presentan información:

- ✓ ES BUENO. Información sobre nuevas recetas, información nutricional, consejos de cocina.
- ✓ PARA LOS NIÑOS. Posibilidad de explorar recetas con el objetivo de llevar una vida más saludable y ampliar los conocimientos.
- ✓ LA SALUD Y EL CERDO. Enlaces para obtener recomendaciones de cómo ayudar a la familia a prevenir la triquinosis y la diabetes tipo II.
- ✓ Recetas y fotografías aportadas por National Pork Board.

Han realizado un Estudio de Investigación del "Cambio en las preferencias del consumo de la carne del cerdo". Realizado por el Instituto Heartland de USA.

Las principales conclusiones del estudio indican que el consumidor prefiere:

- a) Productos frescos a lo largo de todo el año.
- b) Es mayor su tendencia a adquirir productos precocinados que son más rápidos de preparar.
- c) Prefiere productos con marca.
- d) Cada vez compra más en grandes supermercados.
- e) Come más fuera de casa.
- f) Busca más mercancías producidas de una manera responsable.

## COLOMBIA

### Asociación Colombiana de Porcicultores.

#### Fondo Nacional de la Porcicultura

Organizan la "Semana Nacional de la carne de cerdo."

La campaña busca:

- ✓ Dar a conocer la industria porcina tecnificada

de Colombia.

- ✓ Proyectar la imagen sana, nutritiva y exquisita de la carne de cerdo.
- ✓ Lograr el fortalecimiento de la cadena porcícola y aumentar el consumo de carne de cerdo.

Para el logro de estos objetivos han realizado:

- a) Una Campaña Publicitaria de impacto a nivel nacional.
- b) Eventos en Supermercados.
- c) Incorporación de Asesores Gastronómicos.
- d) Incorporación de Nutricionistas y Promotores.

### **Los Objetivos logrados fueron:**

Aumento de las ventas en los puntos de venta que se vincularon a la campaña.

Transmisión de manera efectiva del concepto de la carne de cerdo como alimento saludable, de fácil preparación y variedad en sus cortes.

Aumento del número de cabezas sacrificadas a nivel nacional.

Mayor presencia en los medios de comunicación y reconocimiento de la Semana de la Carne de Cerdo como noticia.

### **BIBLIOGRAFÍA.**

1.III Curso de Producción de Carne Porcina y Alimentación Humana. 1º Congreso del NEA de Producción y Carne Porcina. Resistencia, Chaco. 2006.

2.XIII Congreso latinoamericano y del caribe de nutricionistas y dietistas. I Congreso Iberoamericano de Nutrición. "La Nutrición es un compromiso de todos". Organizado por CONFELANYD – Confederación Latinoamericana de Nutricionistas Dietistas. Guayaquil, Ecuador. 2005.