



Entrevista con Ignasi Pons, nuevo secretario general de Fecic

Ha sido a comienzos de este año 2023 cuando Ignasi Pons ha llegado a la secretaría general de Fecic, la Federación Empresarial de Carnes e Industrias Cárnicas. Pons tiene una dilatada experiencia en el sector ya que lleva más de 22 años en la Federación. Los retos de futuro del sector y algunos temas de actualidad marcan lo más destacado de esta entrevista.

Jesús Cruz
eurocarne
jcruez@eurocarne.com

CONOCIÁMOS OFICIALMENTE A COMIENZOS de este año el relevo en la secretaría general de Fecic. Josep Collado la abandonaba para pasar a ocupar cargos de representación institucional y al frente de la Federación estará Ignasi Pons, quien lleva más de 22 años trabajando en Fecic y desde hace cuatro era adjunto a la dirección. Pons es veterinario por la Universitat Autònoma de Barcelona y tiene también formación posterior en gestión empresarial y de gestión de entidades.

Hablamos con él en esta entrevista sobre muchos de los aspectos que preocupan hoy en día a los industriales cárnicos en relación al incremento de costes, los ataques que recibe el sector, la futura IGP para el Jamón Serrano o la necesidad de fomentar y diversificar las exportaciones, etc.

Mayo 2023

Ignasi, llevas ya 22 años dentro de Fecic y ahora has llegado a la dirección general de la Federación. ¿Qué ideas vas a tratar de fomentar desde esta organización?

Bueno, dentro de la Federación tenemos un comité ejecutivo que es el que establece las líneas en que trabaja la asociación. Eso es algo que no va a cambiar, pero sí que creo que debemos enfocarnos en los nuevos retos que nos vienen. Hay que prepararse para la sostenibilidad, que va a ser un reto difícil y que tenemos que afrontar más pronto que tarde.

“Estamos trabajando con diputados para que surja una proposición no de ley sobre el uso de aguas regeneradas dentro de industrias cárnicas”

Sin embargo, para saber qué retos debemos afrontar primero hay que conocer bien a las empresas, sobre todo en los momentos difíciles que están pasando. Hay que escucharles y darles respuesta a sus necesidades. En Fecic hacemos muchas reuniones, tenemos muchos comités para distintos temas, pero no todos los empresarios pueden abandonar sus responsabilidades diarias para asistir a reuniones sobre temas de sostenibilidad, laborales, etc.

Las grandes sí que pueden porque tienen personal específico para ello, pero en muchos casos las medianas y pequeñas no. Por tanto, es necesario acercarse a ellas para conocer mejor los problemas que están atravesando, qué necesitan, etc. Conocer la situación de todas ellas, independientemente de su tamaño, es vital porque quizás en épocas de bonanza todo es adaptable, pero en momentos difíciles cada tipo de empresa necesita soluciones más personalizadas.

Obviamente, cada empresa, dependiendo de su posición en la cadena cárnica, ya haga carne fresca o elaborados, tiene unas necesidades específicas hoy en día.

Y a esto hay que sumar la idiosincrasia de las empresas, ya que hay algunas que exportan y otras no. Unas venden solo en la UE y otras a terceros países como China, etc... Todo esto te acaba mostrando cómo cada uno de ellos puede afrontar el momento que vivimos actualmente.

Hoy en día estamos viendo que hay un relevo generacional al frente de muchas industrias cárnicas. ¿Qué puede suponer esto para el futuro del sector?

Los cambios son buenos en todo y en muchos casos hablamos de gente que viene del sector, que ha estado trabajando ya en sus empresas y, por tanto, aportarán ideas y propuestas nuevas. En estos cambios hemos visto cómo se produce, por ejemplo, una mayor apuesta por el mercado internacional o por la incorporación de nuevas gamas, como las *plant-based* o platos preparados. Incluso también vemos cómo algunos de ellos han apostado por la apertura de tiendas propias tratando de buscar una mayor proximidad con el consumidor.

¿A qué retos se enfrenta el sector cárnico?

El primero de todos debe ser no perder lo que tenemos. Esto significa que debemos seguir trabajando para estar presentes en mercados internacionales en los que ya llevamos trabajando tiempo. Otro de los retos a corto plazo es la peste porcina africana (PPA) y por supuesto está todo lo relacionado con la sostenibilidad. En mi opinión debemos lograr hacer un sector más circular y para esto hay muchas posibilidades dentro de las empresas a través del aprovechamiento de la energía, del agua y de los subproductos que generan, por ejemplo.

A este respecto, estamos trabajando con diputados para que surja una proposición no de ley sobre el uso de aguas regeneradas dentro de industrias cárnicas. Somos un sector que consume mucha agua, sobre todo para limpieza. Si analizamos el caso de los mataderos, se utiliza agua potable para limpiar zonas sucias para volver a llenarlas de ganado, por ejemplo. Entonces, ¿qué sentido tiene malgastar agua de boca cuando puedes utilizar aguas de las depuradoras de las propias industrias cárnicas?

Este uso lo tenemos permitido por un reglamento que ya sacó Bruselas de las aguas reutilizadas para que los Estados legislen sobre los usos concretos. Por tanto, analicemos qué sectores pueden utilizarlas.

En el momento actual, cada segmento de la cadena cárnica atraviesa una problemática. ¿Cómo ve sus diferentes situaciones?

Efectivamente cada una de ellas tiene una situación muy particular y no se puede generalizar. Hay que separar el porcino del vacuno y este del ovino-caprino, ya que hay muchas veces que se intentan juntar estos dos. Para mí deben ir separados ya que en estos momentos el vacuno está co-

menzando a crecer, a consolidarse y así lo avalan los últimos datos de sacrificio y de exportaciones. Por tanto ya ha cogido un rumbo y avanza bien. En ovino-caprino su situación merece un análisis muy particular ya que es muy compleja y el futuro es complicado con una caída continua en el consumo.

En cuanto al porcino, vemos cómo ha habido una reducción de censos, de ganaderos e incluso de industrias. Por tanto también requiere de un análisis específico, ya que hemos pasado los tiempos de crecimientos continuos. El ejemplo lo tenemos con los datos de 2022 que deben hacernos reflexionar y no estar tan pendientes de temas como la PPA que sí, que está ahí y que puede llegar en cualquier momento y será desastroso, pero analicemos qué nos está pasando. Sabemos que nos ha ido muy bien, pero ahora han bajado las exportaciones, el consumo... Pero debemos sentarnos a pensar qué estrategias tomamos para consolidar lo que tenemos y cambiar esta tendencia.

Y específicamente para el porcino, ¿qué medidas se proponen desde Fecic?

Una de las cuestiones que debemos afrontar es la búsqueda de nuevos mercados y alternativas, tanto para los que exportan como para los nuevos exportadores. Esto pasa, repito, por abrir más mercados y por poder vender más productos en los países a los que ya podemos exportar.

Por suerte es un sector que ha trabajado mucho la internacionalización para llegar donde está hoy en día. Lo que debemos hacer es utilizar las herramientas que tenemos para buscar esas nuevas vías de comercialización.

Otro trabajo a hacer está relacionado con la imagen de la carne y del sector. Esto no hay que olvidarlo y así poder mejorar el posicionamiento del sector cárnico, no solo al porcino sino también al vacuno o al ovino.

Ante la situación actual que pasan muchas de las empresas cárnicas, sobre todo las de elaborados cárnicos, ¿qué mensaje se les puede transmitir desde Fecic? ¿Hay alguna forma de solventar la situación que atraviesan?

Tenemos identificadas las cuestiones que están impactando de forma directa en su cuenta de resultados y, por tanto, trabajamos en ello. En la asamblea general de Fecic, que acabamos de celebrar, analizamos esta situación y compartimos herramientas que tienen que ayudarles a superar estos momentos complicados que atraviesan. Hay soluciones que son sólidas y es cuestión de implantarlas.



Por otro lado, también veo que hay algunos de los temas que hemos comenzado a trabajar hace tiempo y ya hay ciertas mejoras. En cuestiones como esta debemos buscar esos mecanismos que nos permitan bajar lo que se paga por la energía y a la vez ser sostenibles. Y aquí hay muchas posibilidades, hay mucho por trabajar.

¿Cómo se pueden seguir fomentando las exportaciones cárnicas?

Es cuestión de, como hemos dicho, ampliar el número de productos que se exportan y el de países a los que exportar. Se trata de tener más presencia en aquellos mercados donde ya estamos presentes. De esta forma ya tendríamos mucho ganado.

En cuanto a destinos, quizás el mercado latinoamericano podría trabajarse más. A esto habría que sumar todos aquellos países africanos en los que se consuman productos de los que elaboramos, no solo la carne de cerdo, que es la más internacionalizada.

Y no debemos olvidarnos de India, que cuenta con un gran número de habitantes y aunque una pequeña parte sean los que pueden comprar productos importados, ya son millones.

Todo esto es una carrera de fondo, en la que ya venimos trabajando, y no debemos dejar de correr, de seguir apostando por ello.



Pons junto al presidente de Fecic, Josep Solà.

¿Considera que hay un ninguneo hacia el sector cárnico por parte de la Administración con medidas como no incluir la carne en el grupo de alimentos a los que se ha bajado el IVA?

No. No creo eso. Nos sentimos respaldados por las Administraciones y con ellas estamos trabajando bien. Claro que nos gustaría que, por ejemplo, en la cartera del presidente Pedro Sánchez o de un ministro cuando visita un país como China llevara el tema del fomento de las exportaciones cárnicas. Y una de las cuestiones que tiene España y no hay en otros países es que cuando te vas a un país de fuera de la UE te puedes llevar en la cartera el tema de las buenas frutas y hortalizas que aquí se producen, buenos vinos, buen aceite de oliva, etc.

Estamos respaldados por la Administración y trabajamos coordinadamente con sus responsables a través de nuestro contacto directo con las empresas y, a su vez, con las interprofesionales. Uno de los grandes éxitos del sector es esto precisamente.

En cuanto a lo del IVA, claro que lamentamos que no se haya incluido a la carne y productos cárnicos dentro de la rebaja de este impuesto. La carne cumple todos los requisitos que se exigieron a los alimentos a los que se redujo el IVA. Lo hablamos

“ ¿Por qué no va a poder el sector cárnico hacer productos que no lleven carne? Pueden hacerlos perfectamente y no debemos hablar de esto solo como una competencia, sino que pueden convivir perfectamente”

con las administraciones, con las patronales, etc, pero no ha habido resultado positivo. Seguiremos insistiendo, porque solo hay que mirar las medidas que otros países como Portugal o Marruecos han tomado. Esto no hace sino darnos argumentos y herramientas para seguir insistiendo.

La venta de análogos cárnicos ha ido creciendo en los últimos años e incluso muchas empresas cárnicas están invirtiendo y desarrollando este tipo de presentaciones. ¿Qué opinan desde Fecic de esta tendencia?

Lo vemos como una oportunidad para las empresas cárnicas. Hay unos productos y tienen el *know how* sobre cómo hacerlos, la tecnología adecuada, el conocimiento, etc. Lo único que hay que hacer es trabajar con otros ingredientes.

Ya hay un mercado que los demanda, un consumidor que los quiere y si tú no cubres ese espacio, va a llegar alguien que los haga. Si analizamos un poco, por ejemplo, hubo un día que se planteó hacer la cerveza sin alcohol y las cerveceras fueron quienes cogieron el reto de hacerla. En el caso de los vehículos eléctricos, los fabricantes de automóviles de combustión son los que los están haciendo. Han salido otras empresas que los hacen, claro que sí.

Por tanto, ¿por qué no va a poder hacer el sector cárnico productos que no lleven carne? Pueden hacerlos perfectamente y no debemos hablar de esto solo como una competencia sino que pueden convivir perfectamente.

En Fecic tenemos un grupo de trabajo para este tipo de productos con las empresas asociadas que las elaboran, e incluso con otras que no son socias de Fecic que los hacen y a las que se les deja participar en este grupo. Buscamos que sea algo positivo en el que compartir la experiencia de este proceso innovador. Hay empresas que llevan haciéndolo 4 o 5 años y otras que acaban de empezar. Debemos percibirlo como una oportunidad y sería un error no afrontarlo así.

Pero claro, debemos hablar del tema de las denominaciones cárnicas y el uso que de ellas hacen estas empresas para comercializar sus productos. Es un tema que debemos tratar con respeto porque entramos en conflictividad dentro del sector.

Si lo miramos con lo que está pasando en el resto de Europa, a nivel legislativo esto no está legislado. Sí que tenemos el Reglamento 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor en el que te dice cómo tienes que etiquetar para no confundirle y que es un marco regulatorio a nivel

europeo. Pero deberíamos preguntarnos si estamos confundiendo al consumidor al poner salami vegano sin carne 100% vegetal. Lo digo porque en España tenemos nuestra Norma de Calidad de los Derivados Cárnicos y es un limitante, ya que las denominaciones cárnicas quedan solo para aquellas que contengan carne, pero con eso no podemos impedir que productos que se elaboren en otro Estado miembro que no tenga estas limitaciones y que su administración entienda que ese etiquetado es correcto puedan venderlo en España. Tendríamos que reflexionar sobre esto ya que decimos que los fabricantes españoles de análogos cárnicos no pueden utilizar la denominación cárnica pero no estamos impidiendo que en España se puedan comercializar productos de este tipo de otros países que sí que las usan.

Y para esto tenemos el ejemplo de la gran distribución que te pide que le hagas un producto que ponga salami o chorizo vegetal sin carne 100% vegetal. Si en Países Bajos se hace y está permitido,

lo puede comercializar en nuestro país con lo que tu objetivo, proteger la denominación cárnica, no lo has conseguido.

Por todo esto, la Norma de Calidad no es una herramienta en estos momentos para impedir la comercialización de estos productos con estas denominaciones. Si el acuerdo y lo que el sector piensa, incluso dentro de Fecic, es que no se deben utilizar, no tenemos la herramienta para defendernos bien. Y si no la hay, debemos valorar qué hacer. Debemos reflexionar sobre todo esto.

¿Cómo valoráis la consecución de una IGP para el Jamón Serrano desde Fecic?

Respecto a esta figura de calidad, hablando con las empresas asociadas, unas están de acuerdo con ella y otras no. En nuestra opinión es un proyecto que tiene ya muchos años y algunas de las partes del pliego de condiciones deberían ser actualizadas y adaptadas a nuestros días. Eso es lo que planteamos desde Fecic.

PRODUCTIVIDAD - FIABILIDAD - RENTABILIDAD



PULIDORA PARA MAGRO



DESHUESADORA DE PALETAS



CUCHILLO NEUMÁTICO



DESHUESADORA DE JAMONES



GUBIADORA NEUMÁTICA MANUAL



DESCORTEZADORA DE JAMONES



CRUELLS talleres SL Pere Llosas 4
E-17800 OLOT (Girona) SPAIN
 Tel. +34 972 260 531 • Fax +34 972 266 154
 e-mail: cruells@cruells.net

www.cruells.net

Arrancó ya en 2008 y por entonces el sector jamonero era diferente al de hoy en día. Si analizas en profundidad otras IGP que han ido saliendo en los últimos años, ves que a esta, sin entrar en temas sensibles, hay cosas que deberían ser afinadas y actualizadas.

Desde Fecic siempre hemos pensado que las IGP son un tema cultural, enriquecedor y que suma al sector.

“El proyecto de una IGP para el Jamón Serrano tiene ya muchos años y algunas de las partes del pliego de condiciones deberían ser actualizadas y adaptadas a nuestros días”

¿Y cuáles son esos puntos que consideran que deberían ser revisados o actualizados en el pliego de condiciones?

No se trata de cosas concretas, pero sí que podemos mencionar, por ejemplo, el bienestar animal, que debería ser contemplado en el pliego. Además también habría que revisar los controles, entre otros temas. Son en definitiva cuestiones que entre el sector de 2008 y el de 2023 tecnológicamente han avanzado mucho y esta evolución tienes que contemplarla. Si todo esto no se recoge en el pliego de condiciones, puede ser algo que a la larga sea también limitante porque las IGP a veces generan problemas de este tipo, ya que su legislación es a veces muy limitante.

¿Cómo valoran desde Fecic manifiestos como la Declaración de Dublín en la que se muestra el papel de la ganadería y la producción cárnica en la economía y el desarrollo de muchos países?

Nos parecen muy buenas ya que todas las iniciativas que surjan a favor de la carne, de los productos cárnicos y de lo que pueden aportar, son muy interesantes. Como sector tenemos ataques desde muchos frentes: aditivos, etiquetado, bienestar animal... Y a mí me gustaría trabajar en la mejora de la percepción que la sociedad tiene del sector cárnico. Esto es algo que no lo cambias inmediatamente, sino que va cambiando con tiempo.

Para tener buena imagen primero de todo debes hacer las cosas bien y en Fecic trabajamos en estos temas con programas como el Plan de Autocontrol

que tenemos puesto en marcha junto al Ministerio de Agricultura. Desde el sector evaluamos a nuestras empresas y si estas lo hacen mal lo notificamos a las autoridades. Hace ya 5 años que empezamos. Hoy en día hay más de 60 empresas que participan y más de 70 productos que recogemos en los puntos de venta y analizamos. De esta forma tenemos una herramienta que se convierte en referente ante situaciones críticas en medios de comunicación por problemas de alertas. La gente se pone en contacto con este programa de autocontrol que tiene su propia web. Por tanto se ha convertido en un referente para el sector.

Este tipo de herramientas son las que hay que poner en valor para que el consumidor vea que no tenemos nada que esconder, que las cosas se hacen bien, que ponemos recursos humanos y económicos para que la carne y los productos que le llegan cumplan con los estándares de calidad que ellos esperan. Esto es importante.

También ayudan a luchar contra mensajes negativos que te llegan, porque hay otras veces que salen en foros y en otros sitios porque las empresas se lo buscan al hacer las cosas mal. También para estos casos tienes que tener herramientas como una base de datos que tenemos de este proyecto respaldado por el Ministerio de Agricultura con el Departamento de Calidad y Fraudes en el que tenemos un histórico y sabemos quién está mal, cómo están hechas las cosas, se comparte con las comunidades autónomas...

Todo esto está bien en cuanto a la autovigilancia que se da en el propio sector, pero y en cuanto a la imagen de la carne o la difusión de sus cualidades a la sociedad, ¿cabría alguna mejora?

Se está trabajando mucho y hay iniciativas en marcha a través de las interprofesionales. Es algo que se tiene que hacer de forma coordinada. Lo que ocurre es que no es sencillo cambiar las percepciones. Es muy fácil decir “esto no es bueno o no está bien” y luego revertirlo cuesta. Además de con las organizaciones también estamos trabajando con nuestras empresas, pero esto es más largo que un maratón.

Hay que seguir ahí, corriendo porque poco a poco vas avanzando y tu posicionamiento, con la experiencia, lo vas mejorando. Tus propuestas, tu documentación, a medida que pasa el tiempo y las trabajas, ves cómo las puedes ir moldeando y adaptando. En mi opinión estamos empezando a tener herramientas sólidas para que esto vaya calando poco a poco en el consumidor. e