

Memoria de actividades de la Organización  
Interprofesional Agroalimentaria del  
Ovino y el Caprino



interovic

AÑO 2022

1.- Sumario	
2.- Interovic y el sector del ovino y el caprino español.....	4
2.1.- Participación en distintos foros.....	4
2.1.1.- Eventos y Jornadas de formación .....	4
2.1.2.- Participación en ferias/congresos.....	7
2.1.3.- Ferias y misiones internacionales.....	7
2.2.- Reuniones y encuentros .....	8
2.2.1.- Reuniones con distintas Administraciones .....	8
2.2.2.- Reuniones y encuentros con diversas asociaciones .....	9
3.- Promoción.....	10
3.1.- Comunicación de las actividades de INTEROVIC.....	12
3.1.1.- Notas de prensa .....	12
3.1.2.- Gestión de entrevistas.....	13
3.1.3.- Boletín informativo .....	13
3.1.4.- Redes sociales: .....	13
3.2.- La web de la Interprofesional .....	13
3.2.1.- Redes Sociales.....	14
3.3.- Campañas europeas de promoción .....	16
3.3.1.- Campaña europea “Carne Sabrosa y Sostenible” (2021-2023) .....	16
3.3.2.- Campaña Europea de Promoción del bienestar Animal en España y Hungría” (2022-2024).....	27
3.4.- Campañas propias de promoción .....	28
3.4.1.- Campaña Origen Nacional “Más cerca es mejor” .....	28
3.4.2.- Campaña especial Semana Santa .....	32
3.4.3.- Detectives de la carne .....	32
3.4.4.- Campaña Nutricional .....	33
3.4.5.- Campañas de apoyo en terceros países .....	33
3.4.6.- <i>Beef and Lamb from Spain</i> .....	35
3.4.7.- Promoción de la Certificación Bienestar Animal INTEROVIC España, BAIE.....	36
3.5.- Promoción de la defensa del consumo de la carne .....	37
3.5.1.- Carne y Salud .....	37
3.5.2.- Realidad Ganadera .....	44
4.- Promoción de la investigación.....	45
4.1.- Bienestar Animal .....	45
4.2.- Medicamentos disponibles para ovino y caprino .....	46

4.3. Reducción del uso de antibióticos en el sector.....	48
4.4.- Calidad Nutricional carne de lechal, cordero y cabrito .....	50
4.5.- Análisis de ciclo de vida para el sector del ovino y el caprino de España .....	50
4.6.- Bienestar animal de corderos en cebo intensivo: Emisión de gases de efecto invernadero, Niveles de estrés y Digitalización de comportamiento etológico .....	51
5.- La mejor información y conocimiento sobre las producciones y los mercados del ovino y el caprino.....	53
6.- Extensión de norma.....	56
6.1.- Orden AAA/2497/2015, de 17 de noviembre .....	56
6.2.- Orden APA/1203/2020, de 14 de diciembre .....	57
7.- Grupos de trabajo de Interovic .....	59
8.- Comisión de Cumplimiento Normativo .....	60
9.- Cierre cuentas anuales INTEROVIC.....	62

## 2.- Interovic y el sector del ovino y el caprino español.

### 2.1.- Participación en distintos foros

Con la finalidad de divulgar las actividades de INTEROVIC se realizaron numerosas presentaciones en las que la OIA participó de una manera activa, cabe destacar:

#### 2.1.1.- Eventos y Jornadas de formación

Presentación libro “Sostenibilidad en la producción ganadera” 23 de febrero Madrid	Evento Presentación campaña WREU 26 - 27 de abril Bruselas
Evento “Global Gastronomic Trends” 01 de marzo Madrid	Evento presentación Roadshow y campaña del Paquito 05 de mayo Madrid
Presentación Beef and Lamb 08 de marzo Madrid	Jornada de formación en Córdoba 06 de mayo Córdoba
Evento de formación en Sevilla 10 al 11 de marzo Sevilla	Jornada de formación en Zamora 10 de mayo Zamora
Jornada de formación BAIE 31 de marzo Villarobledo, Albacete	Formación para profesionales en Ávila 11 de mayo Ávila
Premio Best!n Food (Alimentaria) 6 de abril Barcelona	Jornada de formación para Alcampo 11 de mayo Madrid
Premios QCom.es 22 de abril Madrid	El Paquito 31 mayo – 24 junio Madrid y Valencia

Evento en colaboración con  
CarniMad  
23 de mayo  
Madrid

Trashumancia Roadshow  
27 al 29 de mayo  
Torrecaballeros, Segovia

Jornada Bureau Veritas BAIE-  
PAWS  
31 de mayo  
Evento en línea

Foro Ganadero Cárnico  
01 de junio  
Madrid

Foro del Ovino, Tierras  
7 de junio  
Evento en línea

El Mejor Paquito de Madrid  
08 de junio  
Madrid

Jornada de formación con Alcampo  
08 de junio  
Madrid

Encuentro con ACES  
08 de junio  
Madrid

Premios Hot Concept  
30 de junio  
Madrid

Jornada de formación BAIE  
04 de julio  
Albacete

Visita Centro Innovación de  
Mercadona  
05 de julio  
Valencia

Jornada de degustación en  
Cremenes  
27 de agosto  
León.

Trashumancia Roadshow  
15 al 18 de septiembre  
Zamora

Webinar sobre comercio ovino y  
caprino en Singapur  
20 de septiembre  
Evento en línea

Presentación de BAIE en INLAC,  
caprino de leche  
20 de septiembre  
Evento en línea

Presentación Paquito clandestino  
22 de septiembre  
Madrid

Congreso Bienestar Animal  
03 al 04 de octubre  
Talavera de la Reina

Paquito en Barcelona  
06 al 27 octubre  
Barcelona

Trashumancia Roadshow en  
Cáceres  
07 al 09 de octubre  
Cáceres

Trashumancia Roadshow en Baños de Montemayor  
14 al 16 de octubre  
Cáceres

Congreso “Declaración de Dublín”  
18 al 22 de octubre  
Dublín

Jornada de formación BAIE  
18 de octubre  
Evento en línea

SEPOR Lorca  
25 de octubre  
Murcia

Degustación en Ovinnova de Zamora  
27 a 28 de octubre  
Zamora

Presentación BAIE INLAC, ovino de leche  
28 de octubre  
Zamora

Presentación SEOC  
28 de octubre  
Zamora

Jornada MAPA sobre el sector del OVINO  
03 de noviembre  
Madrid

Jornada Bureau Veritas sobre BAIE  
07 de noviembre  
Evento en línea

Gala de ASEDAS  
08 de noviembre  
Madrid

Congreso de Bienestar Animal  
13 al 15 de noviembre  
Madrid

Presentación campaña “Más Cerca es Mejor”  
16 de noviembre  
Madrid

Premios ORIGEN  
28 de noviembre  
Madrid

III Congreso Hispano-Luso de Ganadería Extensiva y Desarrollo Rural. "Sostenibilidad Garantizada"  
01 al 02 de diciembre  
Cáceres

PASTOREO – POP UP  
02 al 11 de diciembre  
Madrid

The agricultural outlook for meats  
09 de diciembre  
Evento en línea

Formación con Acyre  
12 de diciembre  
Madrid

Formación IES Hotel Escuela  
13 de diciembre  
Madrid

Jornada del Ovino  
Castuera, Badajoz  
13 de diciembre

Presentación Compromiso Bienestar Animal B+  
14 de diciembre  
Madrid

Jornada de ALAS - Encuentro  
Agricultura y Medio Ambiente  
19 de diciembre  
Madrid

## 2.1.2.- Participación en ferias/congresos

FITUR Presentación Roadshow  
Trashumancia  
19 de enero  
Madrid

SPRIM- Jornadas Internacionales  
de Nutrición Práctica  
21 de enero  
Madrid

Virtual Kick-off meeting WREU  
27 de enero  
Bruselas

Infoday Comisión Europea  
01 al 02 de febrero  
Evento en línea

MEAT ATTRACTION  
08 al 10 de marzo  
Madrid

Congreso AECOC  
15 al 16 de marzo  
Lleida

MADRID FUSION  
28 al 30 de marzo  
Madrid

SALÓN GOURMETS  
25 – 28 de abril  
Madrid

Organic Food Iberia / Eco Living  
Iberia 2022  
08 al 09 de junio  
Madrid

Forum Gastronómico de A  
CORUÑA  
25 al 27 de septiembre  
A Coruña

Congreso de la SEOC  
Zamora  
27 de octubre

## 2.1.3.- Ferias y misiones internacionales

Evento B2B en Osaka  
20 de junio  
Japón

Evento B2B en Tokio  
21 de junio  
Japón

Participación en Feria JFEX, Tokio  
22 al 24 de junio  
Japón

Evento con CHEFS en Bangkok  
27 de junio  
Tailandia

Evento B2B en Embajada de  
España en Bangkok  
27 de junio  
Tailandia

Jornada apertura del mercado de  
EEUU  
05 de octubre  
Madrid

Inspección de autoridades  
japonesas  
25 de octubre  
Zamora

Inspección de autoridades de  
Republica Dominicana  
18 de noviembre  
Zamora

## 2.2.- Reuniones y encuentros

INTEROVIC mantuvo diversas reuniones y participó en grupos de trabajo con la Administración Europea, Central y Autonómicas, colaborando en proyectos fomentados por diversos Ministerios. Las actividades más destacables son:

### 2.2.1.- Reuniones con distintas Administraciones

Unión Europea:

- DG de Agricultura y Desarrollo Rural, Unidad de Promoción de los productos agrarios.
- DG de Agricultura y Desarrollo Rural, Unidad de producción Animal.
- REA, Agencia Ejecutiva Europea de Investigación.

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación:

- Secretaría General de Agricultura y Alimentación.
  - Dirección General de Producciones y Mercados Agrarios.
    - Subdirección General de Productos Ganaderos.
    - Subdirección General de Medios de Producción Ganaderos.
  - Dirección General de Sanidad de la Producción Agraria.
    - Subdirección General de Sanidad e Higiene Animal y Trazabilidad.
    - Subdirección General de Acuerdos Sanitarios y Control en Frontera
  - Dirección General de la Industria Alimentaria.
    - Subdirección General de Estructura de la Cadena Alimentaria.
    - Subdirección General de Promoción Alimentaria.
    - Subdirección General de Control de la Calidad Alimentaria y Laboratorios Agroalimentarios.
  - Dirección General de Desarrollo Rural. Innovación y Política Forestal.
    - Subdirección General de Innovación y Digitalización.
    - Subdirección General de Dinamización del Medio Rural.

- Subsecretaría de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
  - Subdirección General de Análisis, Coordinación y Estadística.
- Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA).
  - Subdirección General de Regulación de Mercados.

#### Ministerio de Transición Ecológica y el Reto Demográfico

- Secretaría de Estado de Medio Ambiente.

#### Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad:

- Secretaria general de Consumo y Juego
- Dirección General de Salud Pública
- Agencia española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS).
- Agencia española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN).

#### Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

- Secretaría de Estado de Comercio.
- ICEX.
- Subdirección General de Comercio Internacional de Mercancías.

#### Ministerio de Educación y Formación Profesional

- Secretaría de Estado de Educación.

#### Ministerio de Trabajo y Economía Social

- Dirección General de Trabajo Autónomo, Economía Social y Responsabilidad Social de las Empresa.

#### Federación Española de Municipios y Provincias

### 2.2.2.- Reuniones y encuentros con diversas asociaciones

Durante 2022 INTEROVIC mantuvo diversas reuniones con Asociaciones sectoriales, representativas de Sociedad Civil, de la Distribución, Organizaciones Interprofesionales y otras entidades del área agroganadero, entre otros:

- Entidad Nacional de Acreditación – ENAC
- GP. Socialista
- GP VOX
- GP Ciudadanos

- GP Popular
- Confederación de Consumidores y Usuarios CECU
- ASEDAS
- ACES
- FIAB

## 3.- Promoción

La promoción es la actividad más importante de la Interprofesional del Ovino y Caprino. Desde hace años, trabajamos para acercar la carne de lechal, cordero y cabrito a nuevos públicos objetivos e impulsar la sostenibilidad de nuestro sistema de producción gracias al pastoreo. Además del premio Alimentos de España a la Comunicación, este año hemos sido nuevamente galardonados con el **premio BestInFood**, los únicos premios en creatividad de marketing alimentario, destacando la calidad del trabajo llevado a cabo en la campaña europea “Carne de lechal, cordero y cabrito, sabrosa y sostenible” (2021-2023).



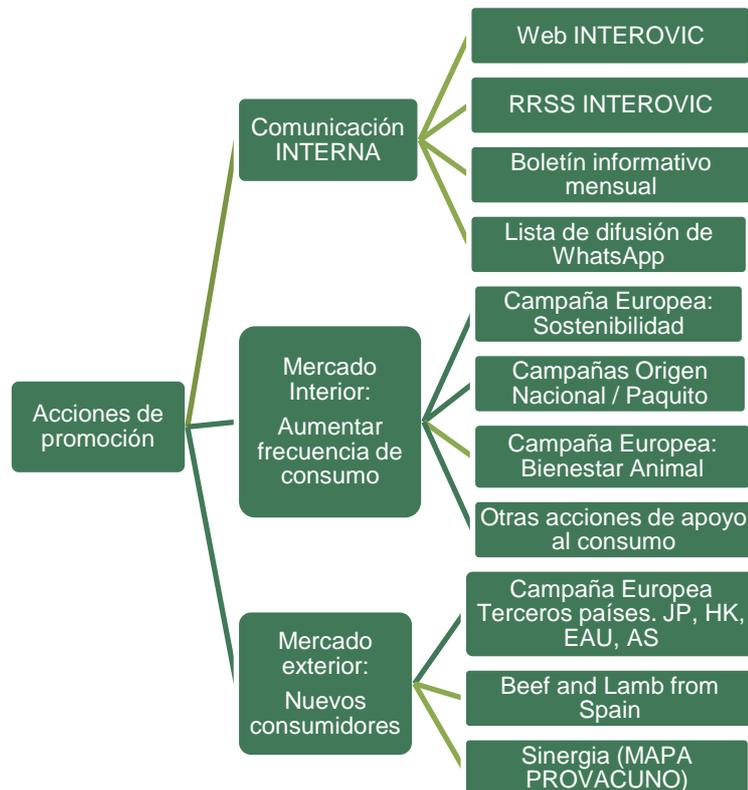
Por otro lado, INTEROVIC viene trabajando otra campaña promocional para promover el **Bienestar Animal**. Un programa europeo multi país en colaboración con PROVACUNO y la Interprofesional húngara JTT.

Por último, en cuanto a programas europeos cabe destacar la **campaña en terceros países** que nos acaba de conceder la Unión Europea. Esta campaña tiene como objetivo la internacionalización del sector y búsqueda de nuevos consumidores, se desarrollará en **Arabia Saudí, Emiratos Árabes, Hong Kong y Japón** durante los años 2023-2025.

En cuanto a fondos propios, seguimos trabajando campañas como “**Detectives de la Carne**”, para acercar nuestros productos al público infantil; “**Más Cerca es Mejor**”, y su ya consolidado pop up Pastoreo; y el “**Día del Cordero**”. Estas campañas buscan rejuvenecer la demanda y generar nuevos momentos de consumo. “**Carne y Salud**” ha sido la vía a través de las INTEROVIC ha promocionado el consumo de la carne en general en colaboración con otras Organizaciones Interprofesionales cárnicas.

Por último la comunicación interna también ha sido un pilar de la comunicación de la interprofesional, a través de redes sociales, boletines periódicos de noticias, la página web o grupos de whatsapp desde INTEROVIC se ha comunicado al conjunto del sector las actividades desarrolladas por la interprofesional.

## Estrategia de promoción de INTEROVIC



## 3.1.- Comunicación de las actividades de INTEROVIC

### 3.1.1.- Notas de prensa

A través de las notas de prensa hacemos llegar a los medios de comunicación información relevante sobre el sector y los diferentes eventos llevados a cabo.

Durante el 2022 se enviaron **32 notas de prensa** clasificadas según la temática o evento realizado. A continuación, listamos todas las notas de prensa emitidas:

1. Colaboración con Mensajeros de la paz en Navidad (enero 2022)
2. Jornadas de formación en Sevilla (febrero 2022)
3. Participación en Madrid Fusión (marzo 2022)
4. Participación en AECOC Congreso productos cárnicos (marzo 2022)
5. El certificado Bienestar Animal INTEROVIC España (BAIE) se posiciona como el gran referente europeo (marzo 2022)
6. Participación en MeatAttraction (marzo 2022)
7. Premio Best!n Food (abril 2022)
8. Participación Salón Gourmets (abril 2022)
9. Formadas de formación en Ávila (mayo 2022)
10. Ruta del Paquito en Madrid (mayo 2022)
11. Jornada Bienestar Animal (mayo 2022)
12. Ruta del Paquito en Valencia (mayo 2022)
13. El Mejor Paquito de Madrid (junio 2022)
14. Formación Día D en colaboración con Alcampo (junio 2022)
15. Roadshow en Riaza (junio 2022)
16. El Paquito en el Día Mundial de la Tapa (junio 2022)
17. Día del Cordero (junio 2022)
18. Participación en Foodex Japan (junio 2022)
19. Visita inspectores Tailandia (junio 2022)
20. Colaboración en los premios Hot Concept (junio 2022)
21. Presentación Simposio Bienestar Animal (septiembre 2022)
22. Ruta del Paquito en Barcelona (septiembre 2022)
23. INTEROVIC estará presente en el Galicia Fórum Gastronómico de A Coruña (septiembre 2022)
24. Día de los animales (octubre 2022)
25. Éxito en la convocatoria del Simposio Bienestar Animal (noviembre 2022)
26. Colaboración con Wetaca (noviembre 2022)
27. Colaboración con grupos Gastro (noviembre 2022)
28. Balance roadshow trashumancia (noviembre 2022)
29. Campaña Más Cerca es Mejor. Pop Up Pastoreo (noviembre 2022)

30. Primera reunión de las IGP's del sector ovino y caprino español en Pastoreo (diciembre 2022)
31. Interovic arranca una nueva campaña europea en terceros países (diciembre 2022)
32. Jornada de formación para profesionales en Madrid con el chef Miguel Ángel de la Cruz (diciembre 2022)

El **valor económico** generado por la publicación de artículos supera los **5 millones de EUR** durante el 2022.

### 3.1.2.- Gestión de entrevistas

Como complemento a nuestra presencia mediática, trabajamos la relación diaria con los medios de comunicación para la búsqueda de oportunidades: gestión de entrevistas, reportajes, proporcionar información necesaria para la generación de artículos, etc.

### 3.1.3.- Boletín informativo

Cada mes enviamos a los profesionales del sector y a la prensa un boletín para informar de las actividades y últimas novedades del sector ovino y caprino español.

Este boletín se envía a través de CRM (el día 15 de cada mes) a una base de datos de más de **7.000 contactos**.

### 3.1.4.- Redes sociales:

Además, la interprofesional cuenta con sus propios canales de comunicación en redes sociales como [Facebook](#), [Twitter](#) o [YouTube](#). A través de estos perfiles, reforzamos la difusión de noticias, eventos y novedades para intentar llegar al mayor número de profesionales posibles.

## 3.2.- La web de la Interprofesional

La [web](#) corporativa se encuentra enfocada a proporcionar información sobre la Interprofesional, datos del sector, estudios de mercado e informar a los profesionales del sector.

En la sección “noticias” se publica información de interés; en la de “prensa” las últimas notas de prensa; en “campañas” contamos nuestra actividad promocional y la posibilidad de descargar materiales promocionales. En esta sección de campañas, existe un apartado de Medición de resultados, donde encuentran disponibles los diferentes estudios de mercado desarrollados. Esta información es imprescindible para conocer cómo evoluciona el consumo de la

carne de cordero y cabrito, así como los resultados de las diversas acciones de promoción llevadas a cabo por la interprofesional.

### 3.2.1- Redes Sociales

#### *Comunicación de Interovic*

##### Twitter

En 2022 la cuenta de twitter (@interovic) cerraba con un total de **1627 seguidores**, lo que supone un incremento del 3,76% respecto al año anterior. Se publicaron **581 tweets** consiguiendo un engagement de 24,95 y alcanzando **48,55K de impresiones**.

En cuanto a las interacciones, se concentran sobre todo en los meses de verano (julio y agosto), con una media de **1.200 interacciones** anuales.

Caben destacar los siguientes datos:

- 673 “me gusta”
- 187 retuits
- 156 clics en el perfil
- 163 clics en el enlace
- 17 respuestas
- 15 citas

##### Facebook

En cuanto al crecimiento de la comunidad en Facebook, INTEROVIC cuenta con **4482 seguidores**, lo que supone un incremento del 11,33% respecto al ejercicio anterior.

Durante el 2022 se realizaron 459 publicaciones y 1,18 M de impresiones.

En cuanto a las publicaciones en el periodo, caben destacar los siguientes datos:

- 8.004 interacciones
- 400,83 de alcance promedio por post
- 459 publicaciones

En cuanto a las interacciones en publicaciones por periodo:

- 3.379 reacciones
- 38 comentarios
- 596 compartidos
- 3.391 clics

## Comunicación RRSS Canal Cordero

En cuanto a las redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter) llevadas por Carne de cordero, se establece un calendario de contenidos afín a la agenda de eventos y temáticas que generan mayor interés según la época del año.

A continuación, integramos los datos más destacados en las redes sociales:

	MARZO	JUNIO	SEPTIEMBRE	DICIEMBRE
<b>Interacción</b>	96.433	284.898	105.279	3.312.019
<b>Número de posts</b>	182	587	307	323
<b>Impresiones orgánicas</b>	1.066.375	8.548.474	5.665.974	2.191.403
<b>Impresiones pagadas *</b>	10.461.470	11.424.355	9.391.074	17.723.642
<b>Número de fans</b>	1.672	3.296	2.899	6.487

## Redes sociales de INTEROVIC

### INTEROVIC


<https://www.interovic.es/>  
<https://www.corderonacional.com/>  
<http://nuestrocabrito.com/>  
<http://buscandoapaquito.com/>  
<https://mascercaesmejor.es/>  
<https://www.todoalabrasa.es/>  
<http://www.beefandlambfromspain.com/>



<https://es-es.facebook.com/Interovic/>



<https://twitter.com/interovic>



[interovic oia](#)

### Campañas Europeas



<https://www.canalcordero.com/>  
<https://www.luxurylamb.eu/>



<https://www.facebook.com/carnedelechalcordero>



[@carnecordero](#)  
<https://twitter.com/carnecordero>



[Carne de Lechal y Cordero](#)



[@carnedecordero](#)  
<https://www.instagram.com/carnedecordero/>

### 3.3.- Campañas europeas de promoción

Las campañas europeas son la gran apuesta de la Interprofesional ya que gracias a la ayuda de UE nos permiten multiplicar considerablemente nuestros fondos y llevar a cabo ambiciosas campañas para la promoción de nuestros productos tanto a nivel nacional como internacional.

Actualmente tenemos en marcha los siguientes programas europeos:

1. Campaña europea “Carne Sabrosa y Sostenible” (2021-2023).
2. Campaña Europea de Promoción del bienestar Animal en España y Hungría” (2022-2024)

La dinámica de financiación de los programas europeos es la siguiente:

- El 20% del total del presupuesto es financiado a través de la extensión de norma.
- El 80% restante es aportado por la Unión Europea.

Durante 2022 INTEROVIC solicitó dos nuevas campañas europeas, logrando la concesión de una de ellas:

- **“Programa de Promoción \_Exclusive Lamb and Goat from UE”** en Arabia Saudí, Emiratos Árabes, Hong Kong y Japón. Se logró la concesión de esta campaña. Se desarrollará entre 2023 y 2025, con un presupuesto total de 2,178,874.49€ y que cuenta con la aportación de varias empresas españolas y de Hungría, así como la asociación Berettyvolgyi Termeloi Csoport Mezogazdasagi KFT de este país.

#### 3.3.1.- Campaña europea “Carne Sabrosa y Sostenible” (2021-2023)

De acuerdo con el Reglamento (UE) n.º 1144/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, la Comisión Europea concedió a INTEROVIC, en colaboración de la asociación homologa de la Republica de Hungría, la Juh-Es Kecske Termektanacs Es Szakmakozsi Szervezet, JTT. el programa: “European Promotional Campaign of Sheep and Goat meat in Spain and Hungary” que se lleva a cabo en España y Hungría durante los años 2021, 2022 y 2023. Con un presupuesto total de €6,975,000.00 de los que la Comisión está aportando el 80%. De este total se invierte en España 2.000.000 de euros al año en acciones de promoción con el objetivo de hacer llegar al consumidor el mensaje de que la carne de ovino/caprino es un alimento sostenible medioambientalmente.

La experiencia acumulada con el desarrollo de la campaña “Vuelve a disfrutar de la Carne de Cordero” permitió que la UE concediese a INTEROVIC esta campaña, en la que bajo una misma estrategia se trabajó un nuevo posicionamiento sustentado en la sostenibilidad, ya que este sector ganadero

es el que mejor mantiene vivo y activo el medio rural. Su sostenibilidad se fundamenta en los beneficios ambientales, sociales y económicos que nuestra ganadería y el pastoreo ejercen sobre territorios y paisajes.

La estrategia de campaña es:



## Plan de acciones de la Campaña “Sostenible y Natural”

El plan contempla un plan de acciones dirigido tanto a profesionales como a consumidores. Entre las principales actividades caben destacar las siguientes:

### Gabinete de Relaciones Públicas

Durante el año 2022 se realizaron diferentes actividades en el gabinete de prensa entre las que cabe destacar las siguientes:

- Creación y actualización de la base de datos, segmentada por contenidos
- Envío de información a los medios de comunicación a través de notas de prensa.
- Gestión proactiva de la información. Además, se han llevado a cabo diez acciones especiales, entrevistas artículos en profundidad, recetas...
- Seguimiento continuo de las noticias (impresas, en línea, radio, televisión)
- Informes trimestrales de clipping
- Propuesta y desarrollo de acciones bilaterales y búsqueda de oportunidades.
- Actualización del dossier de prensa

## *Intercambios con medios*

Este año, hemos trabajado con tres importantes grupos editoriales:

1. Grupo Hearst
2. Grupo RBA
3. Grupo KISS Media

La selección de los grupos se realizó en base a sus datos de audiencia y posibilidades de difusión, así como la adecuación del target al que nos queríamos dirigir.

Además, hemos realizado intercambio de producto con los medios. De esta forma, conseguimos la publicación de contenidos en medios como:

- Love cocina (prensa escrita)
- El Camino del Fuego (Youtube)
- Pesadilla en la Cocina (La Sexta TV)

Durante los **Premios de Fuera de Serie** (suplemento El Mundo y Expansión) negociamos la presencia de INTEROVIC con un stand degustación donde ofrecimos El Paquito, concretamente el de La Embajada de Embajadores, que ganó el concurso al Mejor Paquito de Madrid 2022, a cambio de branded content.

## *Eventos Relaciones Públicas*

A continuación detallamos los eventos realizados para prensa durante este año:

- Restaurante Ovilla: se convocó a la prensa en el restaurante Ovilla para presentar las próximas acciones de la campaña como la Ruta Paquito en Madrid y Valencia o el inicio del roadshow trashumante, junto con la exposición del fotógrafo José Barea.
- Mystery evento: se organizó un encuentro clandestino para presentar la Ruta del Paquito en Barcelona y su presencia en coctelerías aprovechando la celebración del premio The World's 50 Best Bars 2022 en Barcelona. El evento tuvo lugar en el Café del Centre, donde se reunieron 30 periodistas para hablar de la campaña.



## Web de campaña

El objetivo de la web ha sido crear, mantener y actualizar la web para hacer partícipes a los consumidores de la nueva línea de contenidos sobre sostenibilidad e informarles de los diferentes eventos relacionados con la carne de cordero y cabrito.

Además de la web de la campaña: <https://www.canalcordero.com/>, contamos con otra web para la campaña del Paquito con la posibilidad de geolocalizar los bares que participan en la campaña.



## *Publicidad: televisión, cine, online y prensa sectorial*

Para captar nuevos compradores y seguir fidelizando a los que ya tenemos, hemos seguido emitiendo nuestro spot de campaña en medios masivos como prensa, televisión, online y publicidad exterior:

### Plan de medios

Se ha realizado un trabajo de planificación estratégica para determinar aquellos medios sectoriales para la integración de publicidad y consolidar la imagen de la campaña.

Algunos de los medios con los que hemos trabajado son: Asaja, Agrodigital, Upa, Coag, Anice, Cooperativas Agro-Alimentarias, Cedecarne, Anafric, Aprosa, Tierras, Ganadería, Mundo Ganadero, Albéitar, Cárnicas 2000, Eurocarne, Alimarket, Facyre, entre otros.

### Campaña en televisión

Es un medio que tiene una gran penetración entre nuestro target principal, lo que nos permite construir cobertura de forma rápida y eficaz. Además, es un medio conocido que contribuye a generar un mayor recuerdo publicitario.

Se han realizado dos oleadas:

1º oleada- junio. TV 100% convencional

2º oleada- de octubre a diciembre. A través de momentos internos en cadenas TV autonómicas.

### Campaña online

Los medios de comunicación online son los que más han crecido en los últimos años. Además, es uno de los medios más valorados por su inmediatez, que combinada con otros medios aumenta considerablemente la cobertura.

El objetivo de la campaña online fue generar notoriedad, visibilidad y refuerzo de la campaña en TV. Se siguieron tres líneas de actuación:

1. Campaña genérica (notoriedad + visibilidad)
2. Video recetas
3. Impacto en HORECA

### Publicidad exterior

Para reforzar las campañas en HORECA, como El Paquito, hemos llevado a cabo una importante campaña de publicidad exterior consistente en 13 autobuses en las principales ciudades de España como Madrid, Barcelona y Valencia, durante dos oleadas (junio y octubre).

Esta publicidad exterior aumentó exponencialmente su cobertura y frecuencia gracias a un formato notorio, segmentado por localidades. Además de reimpactar a nuestro target horas después con acciones digitales a través de la geolocalización.



### *Herramientas de comunicación: vídeos y publicaciones*

Para ampliar el alcance de la campaña, hemos desarrollado diferentes herramientas de comunicación que difunden los mensajes adaptados a cada uno de los públicos objetivos. Estas herramientas se han puesto a disposición de las asociaciones y del sector, permitiéndoles así disponer de material informativo sobre el Plan de Promoción y ampliar el alcance de la campaña:

**Banco de imágenes:** durante los diferentes rodajes o producciones audiovisuales hemos llevado a cabo la toma de fotografías que nos servirán como soporte visual para otras acciones futuras.

**Masterpieces:** para dar continuidad a la campaña y que las gráficas lleven la misma línea en todos los soportes, se han creado diferentes piezas masterpiece.

**Video-recetas chefs estrella verde:** Hemos seguido trabajando de manera continuista la realización de videos con chefs Estrella Verde que después se difunden redes sociales, en los perfiles sociales de los chefs, medios de comunicación, acuerdos editoriales y YouTube.



### *Jornadas de formación*

El público objetivo de las jornadas de formación son estudiantes de hostelería así como profesionales (carniceros, cocineros, formadores). El objetivo del programa es mejorar la calidad de la información y formar sobre el papel de la sostenibilidad en el sector ovino y caprino y dar a conocer la versatilidad y usos de los nuevos cortes.

A continuación detallamos los talleres impartidos:

Nombre de la escuela	Lugar	Fecha	Profesor	Nº asistentes
<b>FERIA SIFER</b>	Sevilla	10 de marzo	Javier Robles	15
<b>ESHS</b>	Sevilla	10 de marzo	Javier Robles	16
<b>IES SAN FERNANDO</b>	Constantina, Sevilla	11 de marzo	Javier Robles	53
<b>ALCAMPO</b>	Madrid	11 de mayo	Daniel Herrero	80
<b>PROFESIONALES ÁVILA</b>	Ávila	11 de mayo	Javier Robles y Daniel Herrero	9
<b>ALCAMPO</b>	Madrid	8 de junio	Daniel Herrero	65
<b>ALICANTE APEHA ASOCIACIÓN HOSTELEROS</b>	Alicante	24 de octubre	Miguel Ángel de la Cruz	16
<b>CIFP CANASTELL</b>				57
<b>FERIA OVINNOVA</b>	Zamora	26 de octubre	Antonio Gonzalez y Roberto Calzado	40
<b>IES Torre del Tajo</b>	Barbate, Cádiz	14 de noviembre	Javier Robles y Daniel Herrero	45
<b>IES Alminares</b>	Arcos de la Frontera, Cádiz	15 de noviembre	Javier Robles y Daniel Herrero	48
<b>IES Alminares</b>	Arcos de la Frontera, Cádiz	15 de noviembre	Javier Robles y Daniel Herrero	12
<b>CDP Jose Cabrera</b>	Trebujena, Cádiz	16 de noviembre	Javier Robles y Daniel Herrero	42
<b>IES La Atalaya Conil</b>	Conil de la Frontera, Cádiz	17 de noviembre	Javier Robles y Daniel Herrero	48
<b>IES Lola Flores</b>	Jerez de la Frontera, Cádiz	18 de noviembre	Javier Robles	23
<b>CASTELLÓN ASHOTUR ASOCIACIÓN HOSTELEROS</b>	Castellón	21 de noviembre	Miguel Ángel de la Cruz	9
<b>GASMA</b>				25
<b>ACYRE</b>	Madrid	12 de diciembre	Miguel Ángel de la Cruz	18
<b>IES HOTEL ESCUELA</b>	Madrid	13 diciembre	Javier Robles	33

## *Participación en Ferias*

Esta iniciativa tiene como objetivo presentar las distintas posibilidades culinarias de la carne de ovino y caprino al canal HORECA con el objetivo que la introduzcan en sus restaurantes.

En concreto, este año hemos participado en las siguientes ferias:

1. **Madrid Fusión 2022:** a través de un stand donde presentamos los cortes y formas más innovadoras de cocinar la carne. También hemos promocionado el bocadillo de cordero "El Paquito" con diferentes showcooking y a través de una ponencia en la Sala Polivalente destacamos la sostenibilidad de la carne de lechal, cordero y cabrito y su idoneidad en una dieta variada. La feria tuvo lugar en Madrid, España, del 28 al 30 de marzo.
2. **35º Salón Gourmets:** se celebró en Madrid del 25 al 28 de abril de 2022. La participación consistió en un stand, donde se realizaron diferentes showcookings y degustaciones de producto.
3. **Fórum Gastronómico de Galicia:** Se celebró del 25 al 27 de septiembre de 2022 en el recinto ferial Forum Coruña. Participamos en la feria con un stand de 20m2, donde realizamos diferentes showcookings y degustaciones. La más especial fue la empanada de cordero, cuyo relleno fue elaborado por Antonio González y horneado en Casa Pardo, uno de los restaurantes míticos de A Coruña. Se puso de manifiesto que el cordero es una carne versátil, sabrosa y sostenible y que tiene cabida en las mesas gallegas.
4. También asistimos al **Foro del ovino** para impartir una ponencia sobre el sector de la carne de cordero y su situación actual en streaming.

## *El mejor Paquito de Madrid*

El concurso se celebró el 6 de junio de 2022 y se seleccionaron dos categorías diferentes:

- **El Mejor Paquito de Madrid** (seleccionado por un jurado profesional).
- **El Paquito Más Viral** (seleccionado a nivel nacional por los usuarios de las redes sociales).

Se invitó a todos los establecimientos que participaban en la Ruta del Paquito a unirse, de ellos se definió un límite de 13 participantes, seleccionados por riguroso orden de inscripción.

Los **bares participantes** fueron: Sand Wich, Salino, Fijo, Puccias, La Raquetista, La Bodeguita del Arte, 1000 Tazas, Dbarro, La Embajada de Embajadores, La Malaje, Taberna Puerto Lagasca, Arroz Pegao y Terracota.

El **jurado** estuvo formado por: Elena Rodríguez-directora de la Real Academia de Gastronomía-, Natalia Martínez-subdirectora de la revista Tapas-, Pilar Salas-responsable de gastronomía de EFE-, Paz Álvarez-responsable de la sección Fortuna de Cinco Días-, Clara Villalón- comunicadora y experta en gastronomía-, la artista Ana Jarén-creadora de la serie de ilustraciones de El Paquito-, y Beatriz Casares-responsable de comunicación de INTEROVIC.

### *Colaboración con grupos gastronómicos*

El año pasado, la colaboración se realizó con un gran grupo gastronómico, Saona, del que cabe destacar que tras el acuerdo ha mantenido en carta los platos de cordero introducidos el año pasado en sus 26 restaurantes.

Este año, se ha preferido colaborar combinando un gran grupo y grupos más pequeños, pero con un gran posicionamiento de marca. De ahí, este año hemos colaborado con **3 grupos gastronómicos** españoles presentes en **28 restaurantes**.

Este año hemos combinado la producción de materiales y la creación de piezas digitales para los restaurantes, ya que los restaurantes de **Grupo La Ancha, Grupo la Fábrica y Grupo Gout Rouge** han promocionado la campaña a través de medios sociales y digitales.



### *Ruta del Paquito*

Aprovechado el éxito de las ediciones anteriores hemos expandido la Ruta del Paquito a más ciudades. La ruta del Paquito se activó en 500 bares y restaurantes de Madrid y Valencia en los meses de mayo y junio y en Barcelona en el mes de octubre.

Para ello, y con la colaboración de las principales asociaciones de hostelería de **Madrid, Barcelona y Valencia**, hemos seleccionado los bares y mercados y hemos seleccionado a los establecimientos más "emblemáticos" o de "moda" para impulsar la comunicación mediática.

Como novedad respecto al año pasado, este año hicimos coincidir Ruta del Paquito en Barcelona coincidiendo con la celebración del **premio The World's 50 Best Bars 2022** que tuvo lugar en esta ciudad.

A los establecimientos implicados se les entregó un kit de material promocional (un poster, postales, posavasos, papel envoltura de bocadillo y pegatinas) y se reforzó con una importante campaña en redes sociales y digital.



Los bares implicados en la campaña y sus recetas se pueden consultar en <https://www.buscandoapaquito.com/>

#### *Promoción en el punto de venta:*

Esta actividad contempló el envío de material promocional a los diferentes puntos de venta (carnicerías y grandes superficies) con el objetivo de fidelizar y conseguir una mayor presencia en el lugar de compra.

Esta acción se ha llevado a cabo en dos periodos de tiempo:

- Oleada 1: en el mes de junio, coincidiendo con el Día del Cordero
- Oleada 2: en noviembre, cara a la campaña de navidad

Para la distribución de materiales en el canal tradicional, realizamos una segmentación de las carnicerías seleccionando 500 que vendieran cordero, lechal o cabrito durante todo el año, que fueran activos en redes sociales y que hubieran implementado los materiales en campañas anteriores.

Entre los materiales, enviamos un display, recetarios y bolsas de algodón

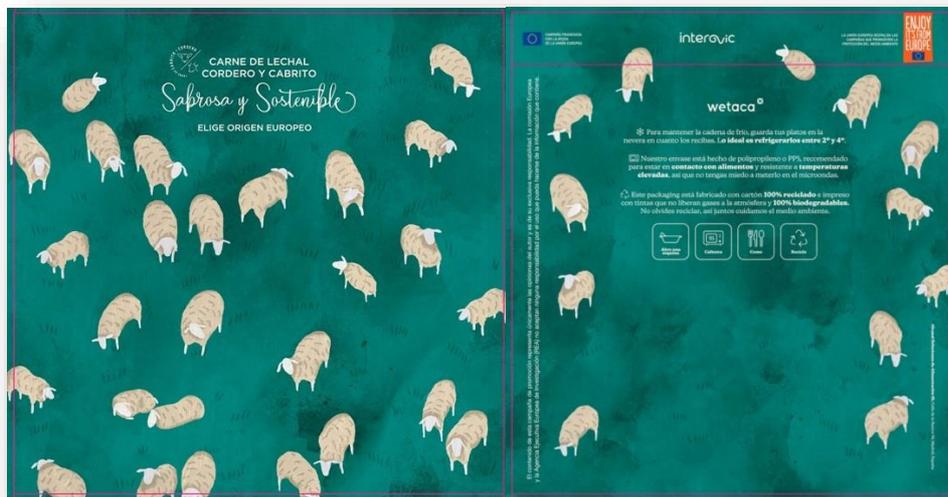
Además, se llevó a cabo un sorteo de varias barbacoas Webex con motivo del Día del Cordero.

## Colaboración con Wetaca

Un año más volvimos a colaborar con la empresa líder de tupper a domicilio Wetaca, aprovechando el auge de la comida a domicilio.

El objetivo de esta colaboración es crear nuevos hábitos de consumo de cordero y animar a los consumidores a adquirir el hábito de pedir cordero para llevar. Durante cuatro semanas, los usuarios pudieron pedir y degustar platos basados en al menos dos nuevas recetas con lechal y cordero. Estos tupper los recibían en un packaging junto con una gráfica personalizada explicado la sostenibilidad del sector.

Además, se incluyó información de la campaña en la newsletter de Wetaca y se llevó a cabo una colaboración especial con influencers.



## Trashumancia Roadshow

En 2022 celebramos siete actos, cuatro en primavera y tres en otoño.

### Primavera

A lo largo de la primavera hemos organizado cuatro eventos utilizando la Cañada Real Soriana Occidental como eje vertebrador de la ruta. Esta vía pecuaria atraviesa diagonalmente la Península desde las dehesas de Badajoz hasta las Tierras Altas de Soria. Su longitud total es de unos 700 kilómetros, más de la mitad de los cuales discurren por tierras de Castilla y León, territorio que hemos recorrido con el roadshow siguiendo la misma ruta que entre mayo y junio recorren los rebaños en busca de los pastos del norte desde Soria.

1. ÁVILA . 20-22 de mayo en Monasterio de San Francisco
2. TORRECABALLEROS (SEGOVIA) 27-29 de mayo en Casa del Esquileo de Cabanillas del Monte
3. RIAZA (SEGOVIA). 11-12 de junio en XIV Feria del Esquileo. Parque "El Rasero"
4. EL BURGO DE OSMA (SORIA) 17-19 de Junio en Centro Cultural San Agustín

## Otoño

A lo largo del otoño hemos organizado tres eventos utilizando la Cañada Real de la Plata como eje vertebrador de la ruta. Esta vía pecuaria de 500 km de longitud recorre gran parte del oeste peninsular. Desde la montaña leonesa se dirige hacia las provincias de Zamora y Salamanca para finalizar su recorrido en la dehesa cacereña, donde los rebaños trashumantes pasan el invierno.

5. ZAMORA . Del 15 al 18 de septiembre en la Plaza Mirador del Teatro Ramos Carrión. Dentro de la I Feria Internacional del queso FROMAGO.
6. CASAR DE CÁCERES (Cáceres). 7-8 de octubre en el Patio de las Microescuelas. Dentro de la 28ª Semana de la Torta del Casar
7. BAÑOS DE MONTEMAYOR (Cáceres). Del 14 al 16 de octubre en Edificio Polivalente Bulevar. Dentro de la III Fiesta de la Lana del Valle del Ambroz



### 3.3.2.- Campaña Europea de Promoción del bienestar Animal en España y Hungría” (2022-2024)

#### *AECOC Congreso de productos cárnicos*

El Congreso de Carnes y Elaborados Cárnicos (AECOC) es el evento de referencia para toda la cadena de valor del sector cárnico, reúne cada año a los principales agentes del sector para obtener una visión actualizada del mercado y de las tendencias con mayor impacto en sus negocios.

En su 22<sup>o</sup> edición participamos junto con nuestros socios de proyecto, PROVACUNO, en el congreso a través de un stand que sirvió como punto de encuentro de los profesionales para brindarles información sobre el sello Bienestar Animal.

Además, la cena de gala fue también patrocinada y se sirvió a todos los asistentes al congreso una paletilla de cordero lechal certificada con el sello BAIE.

### *I Simposio Bienestar Animal*

El pasado mes de octubre, el Palacio de los Duques de Pastrana en Madrid, acogió el primer congreso sobre Bienestar Animal celebrado en nuestro país.

El evento fue un éxito de asistencia desde el principio, contamos con más de 150 asistentes donde se encontraban los representantes de las principales cadenas de distribución, productores, técnicos, certificadores, científicos y medios de comunicación.

El objetivo del congreso fue abordar diferentes temáticas relativas al bienestar animal a como la situación actual de las directrices políticas de la UE; Bienestar animal en el sistema mediterráneo; El filósofo Fernando Savater comentó su llamada "ética carnívora" y por qué hay que delimitar los derechos de los animales; el Bienestar animal en el rebaño ovino centroeuropeo; a Legislación de la UE y perspectivas de futuro.

### *Plan de medios sectorial*

Dentro del programa, también llevamos a cabo un plan de medios sectorial. Se realizó una selección de los medios más afines a los objetivos de la campaña y se publicaron diferentes artículos que apoyaron la difusión del congreso Bienestar Animal

## **3.4.- Campañas propias de promoción**

### **3.4.1. - Campaña Origen Nacional "Más cerca es mejor"**

La campaña Más cerca es mejor 2022 ha concluido en su año más ambicioso logrando hasta la fecha el récord de repercusión en medios, con mayor número de apariciones en medios nacionales, consiguiendo poner el foco en el origen y que se hable de los valores positivos del sector: territorio, paisaje, sostenibilidad, cultura.

## *El Recetario*

Por primera vez, hemos creado El Recetario de lechal, cordero y cabrito. Un libro que recoge las mejores recetas con un espíritu absolutamente transversal: convertido en una web, un ebook y un libro en formato físico repartido con una revista de alcance nacional.

Para ayudar a la relevancia, el chef Jesús Sánchez -3 estrellas Michelin y Premio Nacional de Gastronomía 2022- fue el autor del prólogo del libro. Tanto en la web como en el libro físico se llevó a cabo una separación de las recetas en tres categorías:

1. Recetas tradicionales
2. Recetas contemporáneas
3. Recetas con Estrella

En la web de la campaña Más Cerca es Mejor se promocionó la descarga del ebook para la descarga de las recetas desde cualquier dispositivo digital. Esto hizo que, solo durante el mes de diciembre, se consiguieran más de **7.000 descargas del ebook**.



En solo dos meses, más de 30.000 personas accedieron a la web de El Recetario para consultar recetas y descargarse el ebook Y más de 15.000 personas visitaron la web de Más cerca es mejor. **Un total de 45.000 personas que navegaron por el universo del origen nacional**

Esta publicación se puso a disposición de todo el sector con la posibilidad de incluir el logotipo de la empresas o asociación interesados en difundir el libro.

## *Spot promocional*

Este año se actualizó el spot creado el año pasado para la web de Más cerca es mejor para así promocionar las descargas de El Recetario. Se reutilizaron parte de las imágenes grabadas con los chefs de renombre del año pasado para ayudar a la promoción de Más cerca es mejor.

## *Gabinete de prensa*

Celebramos una cena de presentación de la campaña para prensa en Amós, de Jesús Sánchez. El menú, centrado en cordero nacional, permitía a los periodistas probar en exclusiva las tapas que se servirían en Pastoreo.

Entre los medios asistentes, caben destacar los siguientes:

ELLE.COM  
ESQUIRE web  
SHOPPING &  
STYLE  
VOGUE BUSINESS  
RAG  
CUORE  
EL PERIÓDICO DE  
ESPAÑA

GASTRONOMISTAS  
EUROPA PRESS  
MADRID  
DIFERENTE.COM  
EL ECONOMISTA  
WOMAN  
HOLA LIVING  
AD WEB  
EL DEBATE



## *Pop Up Pastoreo*

Este año la duración del pop up se amplió a diez días.

A continuación mostramos una gráfica comparativa respecto al 2021:

Pastoreo 2021	Pastoreo 2022
3 días abierto al público	9 días abierto al público
800 visitantes	3.000 visitantes
700 tapas servidas	3.300 tapas servidas
30kg de cordero	150kg de cordero
2 talleres	15 talleres

Para potenciar la promoción del espacio, se llevó a cabo una campaña de publicidad exterior, en marquesinas del barrio, que invitaban a los transeúntes a pasarse por el evento y descubrir todas las actividades en la web.

Además, se realizó una campaña de Social Media Ads en Instagram y Facebook, totalmente geolocalizada a los alrededores del pop up, con tal de impactar a personas que residan, frecuentes o pasaran por la zona. También se diseñaron piezas para comunicar a través de WhatsApp de manera que la gente pudiera compartirlo y se viralizara rápidamente.

Gracias a la estrategia llevada en medios y redes sociales, más de 750.000 personas fueron informadas sobre la apertura de Pastoreo y las actividades que se iban a realizar, superando a los 600.000 impactos. Además, se derivaron más de 1.000 clics al recetario y más de 500 clics al hashtag #Pastoreoenmadrid.

La campaña obtuvo los siguientes resultados:

- 97 apariciones no pagadas en medios
- 395.436 € de valoración publicitaria
- 16.098.594 de audiencia

### *Primer encuentro IGP's*

Aprovechando la celebración de Pastoreo, celebramos allí la primera reunión de todas las IGPS de cordero de España. Posteriormente al encuentro, se emitió una nota de prensa con toda la información y temas que se trataron.



### *Plan de medios y campaña digital*

Las acciones para el plan de medios se dividieron en dos tipos de acciones: promocionar Pastoreo y promocionar El Recetario. Además, dentro de la promoción de El Recetario, se incluyó siempre información sobre la campaña Más cerca es mejor y el origen nacional de la carne de ovino y caprino.

Para la promoción de Pastoreo, se llevó a cabo la emisión de cuñas de radio en Kiss FM, Cadena 100 y en Cope, únicamente en su emisión en Madrid.

Además, se llevó un acuerdo con la revista Mía para llevar a cabo un encarte del recetario impreso en su número del mes de diciembre.

Gracias a todas las publicaciones del plan de medios, se ha logrado más de **7 millones de audiencia.**

### *Promoción en el punto de venta*

Para apoyar a las comercializadoras, ofrecimos un material más útil y que podían adecuar a sus necesidades. Se diseñó un brand kit digital con múltiples diseños para que cada comercializadora pudiera imprimir solo aquellos materiales físicos que les interesaran, de esta manera, hemos podido ofrecerles más posibilidades de materiales.

#### **3.4.2.- Campaña especial Semana Santa**

Las semanas previas a Semana Santa, llevamos a cabo una campaña promocional con el objetivo de fomentar el consumo de la carne de lechal, cordero y cabrito cara a la Semana Santa.

Para ello, contratamos a un grupo de influencers quienes elaboraron diferentes recetas con nuestro producto y le dieron difusión en las redes sociales.

Además, se llevó a cabo una campaña de publicidad convencional en el ámbito digital.

#### **3.4.3.- Detectives de la carne**

INTEROVIC y PROVACUNO, en colaboración con Mercamadrid y el Mercado Central de Carnes de Madrid, siguen apostando por la campaña Detectives de la carne, dirigida al público infantil.

Durante la actividad, 400 niños visitaron el Mercado Central de Carnes de Mercamadrid y se convirtieron en 'Detectives de la Carne' en el marco del programa de visitas escolares "Aprendo a comer sano en Mercamadrid". De esta forma, los más pequeños han podido conocer la importancia de la carne para la salud como parte de una alimentación sana, variada y equilibrada, así como la aportación del sector al ecosistema natural y al fomento de la biodiversidad de nuestro país.

#### 3.4.4.- Campaña Nutricional

Tras el estudio llevado a cabo por INTEROVIC para la actualización de los valores nutricionales de la carne de lechal, cordero y cabrito, se ha llevado a cabo una campaña de comunicación para presentarlo al colectivo médico y nutricionistas.

Se ha llevado a cabo una campaña de difusión de los resultados en las principales revistas sectoriales con el objetivo de hacer llegar al sector la tarea que está llevando a cabo la interprofesional para cambiar la tendencia del colectivo médico prescriptor de dietas, de “proscribir” en vez de “prescribir” las carnes de lechal, cordero o cabrito.

#### 3.4.5.- Campañas de apoyo en terceros países

Las carnes de cordero y cabrito de España están teniendo una magnífica acogida en países terceros, siendo los países del golfo pérsico el segundo mercado en importancia para nuestra carne, después del europeo, que está repuntando en los últimos años como consecuencia del Brexit.

De este modo, la apertura de nuevos mercados es una de las líneas de trabajo desarrolladas por la interprofesional durante 2022, tratando de abrir especialmente nuevos mercados para la carne de cordero y cabrito, ya que ésta deja más valor añadido al conjunto del sector. Durante 2022, INTEROVIC centró su actividad en la apertura de nuevos mercados como los de Singapur, la República Dominicana, Canadá, China, Estados Unidos, Tailandia o Filipinas. Desarrollando acciones de promoción en Japón y en Tailandia; además de Hong Kong, Emiratos Árabes Unidos y Arabia Saudí, países para lo que logró una campaña de promoción, en colaboración con una entidad de Hungría.

##### *China*

Durante 2022, se presentó a las autoridades chinas una propuesta de programa voluntario de vigilancia sanitaria reforzado frente a la Tembladera Clásica como claro ejemplo del compromiso del sector español en la mejora de sanidad de nuestra cabaña cuestión que contribuirá a la apertura de este mercado.

##### *Japón*

Durante el mes de junio INTEROVIC, asistió a la feria Japan Food Expo (JFEX), en Tokio, en colaboración con Provacuno, y dentro de las actividades establecidas en el convenio de colaboración entre el MAPA y varias interprofesionales cárnicas para el fomento del consumo de productos cárnicos en terceros países.

Aprovechando la participación en esta feria, se desarrollaron de manera complementaria sendos encuentros entre empresas españolas y niponas, uno

en Osaka y otro en Tokio, con el fin de facilitar acuerdos comerciales entre las participantes en los encuentros.

## *Tailandia*

Tailandia es otro de los mercados emergentes con un importante consumo de cordero y cabrito, bien por la parte turística del país o por su población musulmana.

Aprovechando las relaciones entra la Unión Europea y este país asiático, que están permitiendo las aperturas para otros productos cárnicos, INTEROVIC está trabajando con el MAPA en la apertura de este mercado.

Así en 2022 se celebró, en la sede de la embajada de España en Tailandia, un evento que contó con la participación de más de 100 invitados, muchos de ellos empresas importadoras de carne, cocineros, representantes de hoteles de lujo, que pudieron degustar unas muestras de carne de lechal y cordero.

## *Singapur y República Dominicana*

Durante 2022 las autoridades españolas recibieron la visita de inspectores de Singapur y la República Dominicana con el objetivo de abrir ambos mercados a las carnes de ovino y caprino. Durante la estancia de los inspectores de Singapur y la Republica Dominicana desde INTEROVIC se colaboró con el MAPA en la organización del plan de viajes, supervisión de instalaciones, organización de reuniones, entre otras cuestiones.

## *Canadá*

Canadá cuenta con un acuerdo de libre comercio con la Unión Europea, pero exportación de carne de ovino y caprino no se encuentran entre los productos amparados por el acuerdo comercial.

Desde INTEROVIC se realizaron numerosas actuaciones con el objetivo de informar a la Comisión de la importancia de este mercado para el primer productor de carne de ovino y caprino de la UE.

## *Estados Unidos*

Estados Unidos es el segundo país importador de carne de ovino y caprino del mundo. Esto hace que este mercado sea una alternativa más para nuestras producciones ya que debido al alto poder adquisitivo y el gusto por los productos de máxima calidad.

Durante 2022 INTEROVIC trabajó con los responsables del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación así como del Ministerio de Sanidad para colaborar en el proceso administrativo necesario para la apertura de este mercado.

## Exclusive Lamb from UE

Durante 2022 la Comisión Europea concedió a INTEROVIC y la Asociación de Hungría BTS, el programa de promoción “Exclusive Lamb and Mutton from Europe” en Japón, Hong Kong, Emirato Árabes Unidos y Arabia Saudí, con el objetivo de aumentar el conocimiento del origen de la UE, el reconocimiento de los sistemas de calidad de la UE y de aumentar los productos de la UE.

El programa se desarrollará a lo largo de 2023, 2024 y 2025 y cuenta con un presupuesto total de 2.1 Millones de euros.

## 3.4.6.-Beef and Lamb from Spain

A lo largo de 2022 INTEROVIC y PROVACUNO han continuado trabajando en el desarrollo del marca BEEF and LAMB From Spain, con el objetivo fue crear una marca que será la base sobre la que posteriormente se desarrollen

acciones de comunicación y promoción.



La marca también contempla la posibilidad de representar a nuestro sector de manera individual cuando no se realicen acciones comerciales junto con Provacuno.

La Marca “Beef & Lamb from Spain” es la marca que abandera algunos de los mejores productos cárnicos de España, un país con una gastronomía inigualable, un patrimonio cultural y natural de primer orden y un estilo de vida mediterráneo.

El primer pilar de Beef & Lamb from Spain es el **Placer Extraordinario**, que habla de la experiencia gastronómica de una materia prima con sabores más suaves y delicados, y una ternera distintiva, todo ello gracias a una cuidada alimentación en grano de nuestros corderos y terneros jóvenes.

En segundo lugar, la marca pone la salud en valor a través del **Cuidamos de ti y de los tuyos**, donde hablamos de la salud que aportan carnes con menor porcentaje graso y que son una fuente extraordinaria de minerales, vitaminas y proteínas de alto valor biológico.

El tercer atributo es **Criado en nuestra tierra con amor**, que habla del respeto y el compromiso con el bienestar animal con el que nuestros ganaderos crían a los animales, sin utilizar hormonas, aditivos ni procesos artificiales, consiguiendo así unas carnes 100% naturales.

Finalmente, la marca se basa en la **Seguridad de principio a fin de nuestros productos**, que están avalados por el modelo productivo más estricto y seguro del mundo, el de la Unión Europea.



### 3.4.7- Promoción de la Certificación Bienestar Animal INTEROVIC España, BAIE

La sello Bienestar Animal Interovic España (BAIE) fue otro reto llevado a cabo por el sector ovino y caprino español en 2021. Una certificación cuyo objetivo es garantizar al consumidor que los alimentos con este distintivo, procedentes de lechales, corderos o cabritos, cumplen con los mayores requisitos en cuanto a cuestiones de bienestar animal y trazabilidad.

Tras su reciente implementación en el mercado, hemos llevado a cabo la publicación de una serie de artículos en las revistas más prestigiosas del sector como: Distribución y Consumo, Alimentaria, InfoRetail, Financial Food, C84 y Eurocarne.

Gracias a este plan de medios, hemos conseguido posicionarnos tanto entre los profesionales como en los medios de comunicación como la primera certificación independiente con los requerimientos más exigentes del mercado.

Así mismo, durante 2022, se continuó con el acuerdo de colaboración con las Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias del Cerdo Ibérico, Cerdo Blanco, Conejo, Pollo y Vacuno, para el desarrollo de una marca común que permita al consumidor diferenciar productos producidos en las máximas condiciones de Bienestar Animal.



## 3.5.- Promoción de la defensa del consumo de la carne

### 3.5.1.- Carne y Salud

Durante 2022 se continuó trabajando en equipo con otras OIAs cárnicas. La Plataforma Carne y Salud fue el nexo de unión entre INTEROVIC, PROVACUNO, ASICI, INTERPORC, INTERCUN y AVIANZA para desarrollar una serie de actividades de comunicación encaminadas a defender el sector cárnico y el consumo de carne en general, ya que las amenazas contra el consumo de carne en global se han convertido en una estrategia de comunicación de una parte influyente de la sociedad.

Los objetivos de la Plataforma de las OIAs Carne y Salud son la defensa y promoción horizontal de la imagen de la carne y los elaborados y de su papel en una alimentación sana y equilibrada producida con criterios de sostenibilidad social y ambiental y respeto por el bienestar animal

Las principales actividades desarrolladas por Carne y Salud, promocionadas por este grupo de 6 OIAs fueron las siguientes:

- Acciones coordinadas para elaborar y poner en marcha comunicación sobre la cadena ganadero-cárnica española con los ejes estratégicos: compromiso de suministro a la población de alimentos de calidad, innovadores, producidos de modo sostenible, que generan empleo permitiendo la vertebración territorial, suponiendo una importante aportación a la balanza comercial de nuestro país, destacando la relevancia socioeconómica que el sector cárnico se merece.
- Coordinación entre las OIAs para el trabajo conjunto con el fin de aportar información y datos sectoriales, revisión de trabajos y documentos de comunicación e incidencia institucional ante hitos negativos a corto y medio plazo y amenazas legislativas y restrictivas, cambios legislativos en fiscalidad, etc.

Así durante 2022, las principales actividades desarrolladas fueron las siguientes:

- Seguimiento y gestión de la crisis informativa a raíz de las declaraciones del ministro Garzón en The Guardian, con respuesta a través de la publicación de una tribuna de opinión en El País: **"Queremos seguir construyendo país"**.
- Recopilación y transmisión de información a los europarlamentarios de la comisión ANIT sobre el transporte de animales vivos.
- Recopilación y transmisión de información sobre las consecuencias de del cambio impositivo del IVA a la carne, recomendando la aplicación del IVA superreducido para la carne.

- Recopilación y transmisión de información sobre las consecuencias de la implantación de un impuesto relativo a las emisiones de las producciones ganaderas.
- Recopilación y transmisión de información sobre el uso inadecuado de las denominaciones cárnicas en el etiquetado de alimentos.
- Colaboración con IFEMA en la organización de la Semana de la Carne y participación en la feria Meat Attraction.
- Recopilación y transmisión de información relativa al plan de lucha contra la obesidad infantil.
- Análisis del informe «Sostenibilidad del Consumo en España» por parte del ministro de Consumo.
- Recopilación y transmisión de información sobre el proyecto de RD de Comedores Escolares y análisis de las nuevas recomendaciones de consumo de alimentos.
- Recopilación y transmisión de información sobre el “Proyecto de Real Decreto por el que se establecen disposiciones para la aplicación en España de la normativa de la Unión Europea sobre controles oficiales en materia de bienestar animal.
- Difusión de la ‘Declaración de Dublín de los científicos sobre el papel de la carne’, emanada de este evento, entre científicos españoles con credenciales académicas y científicas, para que respalden esta base de evidencia.
- Recopilación y transmisión de información relativa a la creación de una marca la marca común “B+ Compromiso Bienestar Animal” para las seis OIAs.
- Recopilación y transmisión de información de la publicación de las nuevas “recomendaciones de consumo de alimentos”.
- Recopilación y transmisión de información sobre el informe “El ingrediente secreto: explotación laboral en la alimentación española”.
- Recopilación y transmisión de información relativa al interés general que supone la inclusión en el listado de productos básicos alimentos a las carnes, los derivados cárnicos, los yogures o la miel, para la aplicación del IVA superreducido.

La comunicación y difusión de noticias positivas fue otro de las actividades de Carne y Salud. Durante 2022 se publicaron 24 noticias en diferentes medios:

- ¿Qué carne tiene más proteínas por cada 100 gramos? (Mens' Health)
- El efecto inesperado de comer carne en pacientes de cáncer de colon (El Confidencial)
- Menos carne, más suplementos. El consumo de vitamina B12 se triplica (El Confidencial)
- El 75% de la población consume entre una y cuatro raciones de carne por semana (Berbés)
- El sector cárnico ante la tormenta perfecta (Código 84)

- Comer verduras no protege del riesgo cardiovasculares (Europa Press - El Español)
- La carne que comemos tiene antibióticos, ¿qué hay de cierto? (La Vanguardia)
- El animalismo en su encrucijada (La Tribuna del País Vasco)
- La OMS alerta de los posibles riesgos para la salud de algunos análogos de la carne (Eurocarne)
- La carne de macrogranja es igual de segura y nutritiva (El Economista)
- Nuevas opciones para comer menos carne sin perder nutrientes (El Confidencial)
- Lo importante es democratizar la proteína animal (Diario de León)
- ¿Cuánta carne roja hay que comer? (Diez Minutos)
- Que no te engañen, no todo lo que es vegano es saludable (ABC)
- No todo lo vegano es sano. También se vende comida basura con este reclamo (Canarias 7)
- El sector cárnico responde al 'plant-based' (Consumidor Global)
- Conclusiones del Panel de Expertos IPES-Food Informe Proteínas Alternativas (Food Navigator)
- ¿Es la carne sintética el futuro que nos espera? (SportLife)
- ¿Es mejor la proteína animal o la vegetal? (20 Minutos)
- Sellos de carne del bienestar. El sector más vilipendiado en el campo (Diario de León)
- 8 cortes magros. Los mejores para cuidar tu salud (AS)
- Diferencias entre proteínas de origen animal y vegetal (Cuídate Plus-Marca)
- Proteínas de alto valor biológico. ¿qué significa exactamente ese término? (Hola)
- ¿Carne de pollo o falsa carne vegetal? Esta es la gran diferencia para tu cuerpo (El Español)

La sociedad está evolucionando y la publicación de noticias contrarias al consumo de carne es una realizada presente en un gran número de medios de comunicación y diferentes perfiles de redes sociales. Desde Carne y Salud se hizo un seguimiento de más de 280 noticias diferentes publicadas a lo largo del año 2022. Sobre todas ellas se remitió al medio responsable argumentos con el objetivo de que el redactor de la noticia pudiese contrastar la información y tener un mejor conocimiento del sector.

Con el objetivo de transmitir a la sociedad un contrapunto a esta corriente de noticias contrarias a la producción y consumo de carne, durante 2022 se realizaron más de 50 intervenciones en radio y televisión, participaciones en webinars y jornadas online, conferencias, entrevistas, artículos y tribunas en medios escritos y digitales, videos corto, como, por ejemplo:

- Entrevista en cadena Cope Sevilla, programa "La voz de la dehesa": "Etiquetado, los diferentes modelos de producción". José Manuel Álvarez, Carne y Salud.
- Organización de sesión informativa sobre sostenibilidad y ganadería para la Asoc. de Periodistas Agroalimentarios (APAE), con la intervención de Manuel Lainez.
- Entrevista en TVE, programa "Agrosfera"
- Entrevista en Esradio, programa "En clave rural"
- Programa de TVE Las Claves del siglo XXI
- Intervenciones en Canal Sur - Programa "Salud al día"
- Artículo "Alimentación para mejorar el rendimiento en los estudios"
- Participación en videos sobre hábitos saludables - Desmontado mitos
- Participación en videos cortos para MSD - Proteína Animal - Hábitos de Vida
- Programa de Televisión – La Sexta - ¿Qué me pasa doctor? Sobre alimentación y cerebro.
- Entrevistas en Expansión y otros sobre La carne y proteína animal
- Entrevista para noticia en Efeagro
- Datos para noticia positiva en 20 Minutos
- Artículo para la Revista del Gremio de Carniceros de Zaragoza, "Con la vitamina B12 no se juega"
- Entrevista en Boletín de Cunicultura, "Debemos reivindicar que flexitarinos somos todos los que seguimos una alimentación completa y saludable", José Manuel Álvarez, Carne y Salud
- Entrevista en la revista Alimarket para el reportaje de tendencias cárnicas 2022
- Artículo en la revista Cárnica: La Red Municipal Ganadero-Cárnica, una iniciativa de colaboración público-privada para poner en valor el papel del tejido local y el territorio en el desarrollo socioeconómico. La importancia de los municipios y la cadena ganadero-cárnica en la economía, el desarrollo social y la imagen de España
- Entrevista con el coordinador de la Plataforma Carne y Salud en la revista internacional de noticias financieras y empresariales Business Insider sobre denominaciones cárnicas, productos plant-based, normativa española sobre denominaciones y etiquetado, etc.
- Colaboración en medios:
  - El Economista
  - El confidencial
  - ABC
  - Expansión
  - Gaceta de Salamanca

- Hoy de Extremadura
- Diario de Sevilla
- La Razón
- Entrevistas en diferentes medios de comunicación:
  - “ La Trilla” en Capital Radio
  - "El Programa de Ana Rosa", Telecinco
  - Onda Cero
  - Onda Cero Cataluña
  - Cope Cataluña
  - Europa Press Andalucía
  - Cadena Ser
  - Diario Córdoba
  - Efe Salud
  - RNE
  - EFEAgro
  - La Vanguardia
  - Saber Vivir, TVE
  - El confidencial
  - El País
  - El Economista
  - OK Salud

Desde Carne y Salud se editaron y enviaron varios boletines de noticias a profesionales de la salud, así como a medios generalistas. Los contenidos más destacados fueron:

- Dietas vegetarianas y salud mental
- Recomendación de ingesta de carne
- ¿En qué se diferencia la carne de verdad de los productos vegetales que se presentan como análogos?
- La carne, aliado natural para hacer deporte
- Un estudio de la Universidad de Adelaida (Australia) asocia el consumo de carne positivamente con la esperanza de vida.
- ¿Cuáles son las diferencias entre las proteínas animal y vegetal?
- Orgullo de comer carne: El poder saciante de la carne

Se publicó el “podcast” Cómo ha influido la ingesta de carne en la evolución de la especie humana, que contó con la participación de Eudald Carbonell, prehistoriador, arqueólogo, antropólogo, geólogo y paleontólogo español.

Otra de las vías de transmisión de información a la sociedad de Carne y Salud fue a través de la pagina web: [www.carneysalud.com](http://www.carneysalud.com) y sus redes sociales, en las que se publicaron 12 artículos en el blog además de la publicación de contenido en las Redes Sociales:

- <https://twitter.com/CarneySalud>: 140 contenidos
- <https://www.facebook.com/CarneySalud> 152 contenidos
- <https://www.instagram.com/carneysalud/> 105 contenidos

Carne y Salud estuvo presente en más de 50 eventos a lo largo de todo el año 2022, los más destacadas fueron:

- Jornadas "Animalismo, Sociedad y Veterinaria", organizadas por el Colegio Oficial de Veterinarios de Badajoz
- Presentación del Foro Ganadero-Cárnico en la sede del MAPA. "
- Plataforma en Aviform Carne, en la mesa redonda sobre comercialización sectorial, con representantes sectoriales de España (Avianza), Portugal y Brasil.
- Recogida del Premio Qcomes a la mejor iniciativa del sector productor.
- Visita de los presidentes y directores de las OIAs al Centro de Coinnovación de Paterna (Valencia)
- Sepor 2022. Organización, moderación y desarrollo de la mesa redonda sobre "Sostenibilidad".
- Recogida del Premio Sepor 2022 de Bienestar Animal, otorgado por el Consejo Rector de Sepor al 'Sello Común Compromiso Bienestar Animal de las Interprofesionales GanaderoCárnicas'.
- Participación en las jornadas ganaderas de Alcarrás (Lleida)
- Participación en la jornada "Hacia una educación aliada con la producción sostenible de alimentos", celebrada en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica, Alimentaria y de Biosistemas (ETSIAAB).
- Participación en Dublín en la jornada internacional sobre la producción y el consumo de carne, "El papel social de la carne - Lo que dice la ciencia", organizado por la Autoridad Irlandesa de Agricultura y Desarrollo Alimentario (Teagasc)
- Presentación de Carne y Salud, iniciativas y entorno sectorial en la reunión anual de responsables de las secciones de carnicería del grupo El Corte Inglés.
- Presentación del sello común "B+ COMPROMISO BIENESTAR ANIMA
- Participación en el foro "The Journey Toward Harmonized Front of Pack Labelling and Its Impact on Sustainable Food Labelling" organizado en mayo por el European Food Forum de europarlamentarios en el Parlamento Europeo, para hablar de nutriscore y el etiquetado frontal de productos.
- Participación en el I Congreso Internacional de Vacuno, con la ponencia "La importancia de la proteína animal en la alimentación".
- Conferencia sobre proteína animal en la Escuela de Gastronomía de Sevilla
- Intervención en el XII Foro de la Asociación Nacional de Veterinarios de Porcino
- Intervención en la Jornada de defensa de los productos nacionales OK Diario
- Conferencias en Comisión Médica de la Federación de Fútbol de Extremadura sobre Alimentación y Deporte
- Congreso Sostenibilidad - Valencia

- Conferencia en Foro Interalimentario
- Conferencia sobre Nutrición y Hábitos Saludables para directivos y empleados del Banco Santander
- Conferencias en Universidad de Navarra y UCAM - Alimentación y Salud
- Conferencia en Comité Olímpico sobre Alimentación y Deporte Olímpico
- Conferencias en Asaja – “La PAC y la Salud” – Papel de agricultores y ganaderos
- Participación en webinar sobre Nutriscore

La **Red Municipal Ganadero-Cárnica**, promovida por las seis interprofesionales cárnicas, para agrupar y poner en valor el esfuerzo de centenares de ayuntamientos por toda España con actividad de producción ganadera e industria cárnica en sus municipios, que les ha permitido convertirse en un motor económico y social de la España Rural. La Red cuenta con 23 municipios adheridos:

- Tarancón (Castilla la Mancha)
- Marchena (Andalucía)
- Zafra (Extremadura)
- Los Tojos (Cantabria)
- Totana (Murcia)
- Cabezuela (Castilla y León)
- Cantimpalos (Castilla y León)
- Binéfar (Aragón)
- Villalpando (Castilla y León)
- Villanueva de Córdoba (Andalucía)
- Alcarrás (Cataluña)
- El Viso (Andalucía)
- Pedrafita do Cebreiro (Galicia)
- Alerre (Aragón)
- Caspe (Aragón)
- Carbonero el Mayor (Castilla y León)
- Juncosa (Cataluña)
- Almaraz del Duero (Castilla y León)
- Aracena (Huelva)
- Naut Aran (Lérida)
- San Vitero (Castilla y León)
- Arcenillas (Castilla y León)
- Lérida (Cataluña)

Así mismo se trabajó con la Federación Española de Municipios y Provincias para que Red Municipal Ganadero-Cárnica continúe su desarrollo y llegué a ser una realidad con capacidad para el desarrollo de proyectos comunes de alcance nacional. El Foro Ganadero Cárnico es el instrumento para dar voz a este grupo de trabajo con el objetivo de:

- Compartir con la sociedad los esfuerzos de la cadena por ser más sostenible e innovadora de la mano del desarrollo económico.

- Visibilizar el trabajo y la voz de los municipios españoles.
- Desarrollar una comunicación veraz y transparente con el apoyo del mundo científico.

### 3.5.2.- Realidad Ganadera

INTEROVIC se sumó a la campaña de promoción “Somos Ganadería”. A través de la misma diecinueve organizaciones vinculadas al sector ganadero en España se unen para poner en valor la ganadería, desmintiendo mitos y aportando evidencias sólidas. #RealidadGanadera se una réplica de la iniciativa europea #MeattheFacts, para su implementación en España. Además, la iniciativa cuenta con el cinco Organizaciones Interprofesionales entre las que se encuentra INTERVIC

La iniciativa parte de un portal web [www.realidadganadera.es](http://www.realidadganadera.es), creado para dar apoyo al sector ganadero y destacar la importancia de la ganadería en el medio rural, la protección del medioambiente y la sostenibilidad, así como los elevados estándares de bienestar y sanidad animal de nuestro país.

En 2022 se han publicado y difundido seis vídeos sobre ganadería, alcanzando más de 10.000 visualizaciones. Así mismo se han traducido diversos artículos elaborados por la European Livestock Voice, además de dar difusión a publicaciones de diferentes miembros de “somos ganadería”.

## 4.- Promoción de la investigación

### 4.1.- Bienestar Animal

Durante 2022 INTEROVIC se continuado con el proyecto “Compromiso Bienestar Animal”. El objetivo del mismo es desarrollar unos estándares de bienestar animal, con base científica y que sean homologables por el Entidad Nacional de Acreditación, ENAC, que permitan al conjunto de la producción ganadera de nuestro país ofrecer a la sociedad un sello que garantice que los alimentos obtenidos con este distintivo son producidos con un sistema de cría, transporte y sacrificio con garantías y exigencias mayores de las que requiere la legislación nacional y comunitaria, las más exigentes del mundo.



“Compromiso Bienestar Animal” está integrado por las Organizaciones Interprofesionales del Ovino y Caprino, Porcino Ibérico y Blanco, Vacuno, Cunicola y de la Avicultura de Carne. La creación de un distintivo gráfico común para las producciones cárnicas que representas las seis interprofesionales supone un

avance sin precedentes en la Unión Europea, que permitirá al consumidor disponer de un distintivo que le aporte garantías de que los alimentos adquiridos con este distintivo han sido producidos en condiciones de bienestar animal, pero que además mejoran año tras año.

Durante 2022 INTEROVIC trabajo, en colaboración con SEPROBA, en la consolidación de Bienestar Animal Interovic España, BAIE, logrando el reconocimiento por parte del MAPA y la condición de pliego de condiciones acreditable por parte de la Entidad Nacional de Acreditación, ENAC. El conjunto de documentos que suponen el certificado de Bienestar desarrollado por INTEROVIC son:

- Reglamento General del Uso de Marca “Compromiso Bienestar Animal” BAIE
- Reglamento Técnico de bienestar animal y trazabilidad “Compromiso Bienestar Animal”
- ANEXO 1A-1. Criterios de evaluación de Bienestar Animal y Trazabilidad “Compromiso Bienestar Animal” Centro de tipificación y cebadero de ovinos CTC.
- ANEXO 1A-2. Requisitos Bienestar Animal y Trazabilidad “Compromiso Bienestar Animal” BAIE. Centro de tipificación y cebadero de ovinos CTC.

- ANEXO 1B-1. Criterios de evaluación de Bienestar Animal y Trazabilidad “Compromiso Bienestar Animal” BAIE. Centros de cría y producción de lechales ovinos y caprinos CL.
- ANEXO 1B-2. Requisitos Bienestar Animal y Trazabilidad “Compromiso Bienestar Animal” BAIE. Centros de cría y producción de lechales ovinos y caprinos CL.
- ANEXO 1C. Requisitos Bienestar Animal y Trazabilidad “Compromiso Bienestar Animal” BAIE. Centros de producción primario ovino y caprino CPPOV
- ANEXO 2. Requisitos Bienestar Animal y Trazabilidad. “Compromiso Bienestar Animal” BAIE. Centros de Procesamiento CPS – Sacrificio.
- ANEXO 3. Requisitos Bienestar Animal y Trazabilidad. “Compromiso Bienestar Animal” BAIE. Centros de Procesamiento CPIA - Industria Alimentaria.
- ANEXO 4. Requisitos Bienestar Animal y Trazabilidad. “Compromiso Bienestar Animal” BAIE. Centros de Procesamiento CPP. – Pieles.
- ANEXO 5. Requisitos Bienestar Animal y Trazabilidad. “Compromiso Bienestar Animal” BAIE. Centros de Procesamiento CPL. – Lana.

Todo este conjunto documental hace que BAIE sea el certificado de Bienestar Animal con más alcances del mundo. Permitiendo certificar productos procedentes de las granjas de madres como son la lana o la leche (es posible incluir la etiqueta BAIE – B+ en leche o quesos procedentes de granjas certificadas) carne de lechal, cabrito o cordero, así como la piel generada en el proceso de transformación.

Durante 2022 se comenzó a comercializar cordero certificado en bienestar animal con el distintivo BAIE.

Así mismo, se ha trabajado para establecer relaciones con entidades similares a INTEROVIC para llegar a acuerdo que permitan un reconocimiento internacional de BAIE



## 4.2.- Medicamentos disponibles para ovino y caprino

En 2022 se continuó con esta línea de trabajo con el objetivo de fomentar la investigación, desarrollo e inversión por parte de las empresas farmacéuticas para fomentar el registro específico de medicamentos para el ovino y el caprino. Un representante de INTEROVIC participa en el Comité de Disponibilidad de medicamentos veterinarios, de acuerdo con lo establecido

en el artículo 25 del Real Decreto 1275/2011. El objetivo de éste es la identificación de los principales vacíos terapéuticos en las diferentes "especies menores", como son el ovino y el caprino, y de definición de medidas de índole administrativo y técnico dirigidas a aumentar la disponibilidad de medicamentos veterinarios.

Le resultado final fue el siguiente:

## Medicamentos de 1ª prioridad

- Antiparasitarios: ivermectina en forma de premezcla medicamentosa, ivermectina en forma farmacéutica inyectable para caprino y halofuginona en formas farmacéuticas orales.
- Anticoccidiósicos en formas farmacéuticas orales: toltrazurilo y diclazurilo para caprino, amprolio para ovino y caprino.
- Antimicrobianos para procesos respiratorios y procesos reproductivos en formas farmacéuticas orales: doxiciclina y enrofloxacino.
- Antimicrobianos para el complejo respiratorio ovino (CRO) en ovino y caprino: tulatromicina en formas farmacéuticas inyectables.
- Mucolíticos: bromhexina (en formas farmacéuticas orales).
- Antiinflamatorios: dexametasona (en formas farmacéuticas inyectables) y ketoprofeno (en formas farmacéuticas orales e inyectables).
- Vacunas frente al complejo respiratorio ovino (CRO) que incluyan los tres microorganismos principales (*Mannheimia haemolytica*, *Bibersteinia trehalosi* y *Pasteurella multocida*).
- Vacunas frente a ectoparásitos (vectores de enfermedades infecciosas).
- Tuberculina en caprino.
- Medicamentos de uso oftálmico: antimicrobianos (tetraciclina, tobramicina y enrofloxacino) y corticoides (dexametasona y prednisolona).

## Medicamentos de 2ª prioridad

- Antiparasitarios en premezcla medicamentosa: albendazol y fenbendazol.
- Antiparasitarios frente a cisticercos.
- Antiparasitarios frente a la sarna en ovino y caprino: eprinomectina (en formas farmacéuticas inyectable y pour-on).
- Antiparasitario frente a fasciola en ovino y caprino: oxiclozanida (en formas farmacéuticas orales).
- Antifúngicos: enilconazol frente a dermatomicosis en ovino y caprino en formas farmacéuticas tópicas.
- Anticoccidiósicos en formas farmacéuticas orales: sulfadimetoxina y sulfadimetoxina + ftalilsulfatiazol.
- Antiinflamatorios con efectos antiinflamatorio, analgésico y antipirético para procesos respiratorios, mamarios y

musculoesqueléticos: flunixin meglumina y ácido tolfenámico, ambas en formas farmacéuticas inyectables.

- Antiinflamatorios en ovino y caprino: metilprednisolona en formas farmacéuticas inyectables.
- Hormonales para sincronización del celo: prostaglandinas y flugestona y medroxiprogesterona en esponjas vaginales en caprino.
- Antimicrobianos: tilosina (en formas farmacéuticas orales), lincomicina, lincomicina + espectinomicina (en premezclas medicamentosas), marbofloxacino (en formas farmacéuticas inyectables), oxitetraciclina (en comprimidos intrauterinos), cefalexina, cefapirina y rifaximina (para uso intramamario).
- Antimicrobianos para procesos respiratorios y procesos reproductivos: ceftiofur (en formas farmacéuticas inyectables)
- Anestésicos: xilacina y lidocaína.
- Vacunas frente a *Clostridium botulinum* tipos C y D para ovino y caprino.
- Vacunas polivalentes frente a pasteurellas para ovino y caprino.
- Vacunas frente a toxoplasma en caprino.
- Vacunas frente a *Coxiella burnetii* en ovino.
- Vacunas frente a cisticercos en ovino y caprino.
- Vacunas frente a pseudotuberculosis en ovino y caprino.
- Vacunas frente a coccidios en ovino y caprino.

### 4.3. Reducción del uso de antibióticos en el sector.

Una de las estrategias de la Unión Europea dentro de la política ‘Farm to Fork’ en la se está trabajando es la garantizar una transición en Europa hacia un sistema alimentario más sostenible, y para esto uno de los puntos planteados es la reducción del uso de antibióticos.

El compromiso del sector con esta política europea tuvo como consecuencia que un porcentaje muy importante de ganaderías se hayan adherido voluntariamente al programa para el uso razonable de antibióticos en ovino y caprino, PRAN. Una de las consecuencias de esto es que en los últimos años se están produciendo aumentos de mortalidad progresivos en comparación con las cifras mínimas normales registradas en años anteriores, teniendo importantes repercusiones sobre el bienestar animal, y la rentabilidad económica de las explotaciones.

Esta situación originó la creación de un grupo de trabajo compuesto por representantes de la Administración Central, de las CC.AA. y del sector para trabajar en encontrar soluciones que permitan resolver esta situación.

Esta situación de aumentos de la mortalidad puede ser debida a las siguientes cuestiones:

- Empeoramiento del estado sanitario de la cabaña ovina en las explotaciones de origen por la reducción en el uso de premezclas medicamentosas que se ha producido en éstas.
- La suscripción por gran parte del sector del PRAN, y por tanto de los compromisos estipulados en él, conlleva en la práctica una menor disposición de herramientas farmacológicas para luchar contra los procesos infecciosos.
- La falta de interés que muestran las empresas farmacéuticas veterinarias en el registro de nuevas herramientas terapéuticas para el sector.
- Déficit de herramientas terapéuticas eficaces en el sector.
- La escasez de herramientas eficaces registradas para el sector provoca que la prescripción excepcional sea mucho más habitual de lo deseable para este sector.
- La falta de medidas preventivas eficaces, por ejemplo, la última vacuna registrada con cierto grado de diferenciación tecnológica frente a procesos respiratorios, principal causa de consumo de antibióticos y muertes en los cebaderos data de hace más de veinte años.
- La dificultad para la creación de autovacunas y su aplicación en distintas ganaderías que componen una misma unidad epidemiológica.

Durante 2022, se continuó con el trabajo en tres campos:

- Granjas de madres, que centró su actividad en analizar la situación relativa a los planes Sanitario Básico para las explotaciones de reproductoras de ovino de carne, analizando las medidas preventivas necesarias para el tratamiento metafiláctico en patologías respiratorias, en problemas peripuerperales o problemas digestivos, entre otras cuestiones.
- Cebaderos, es grupo de trabajo analizó las recomendaciones para las mejoras en instalaciones, buenas prácticas de manejo, bioseguridad y bienestar animal, destacando del el Certificado de Bienestar Animal, BAIE es una herramienta indispensable para contribuir a la reducción del uso de antibióticos en las explotaciones de cebo.
- Medidas terapéuticas, la actividad de este grupo de expertos se centró en captar información relativa a la farmacovigilancia, listado de necesidades terapéuticas del sector, protocolos para autorización de tratamiento metafiláctico o protocolo para administración de autovacunas.

Por último, con el objetivo de mejorar los conocimientos respecto a la inmunidad generada por las vacunas disponibles en el mercado para la prevención del Complejo Respiratorio Ovino, uno de los mayores causantes de las enfermedades de los corderos. INTEROVIC solicitó un GO en colaboración

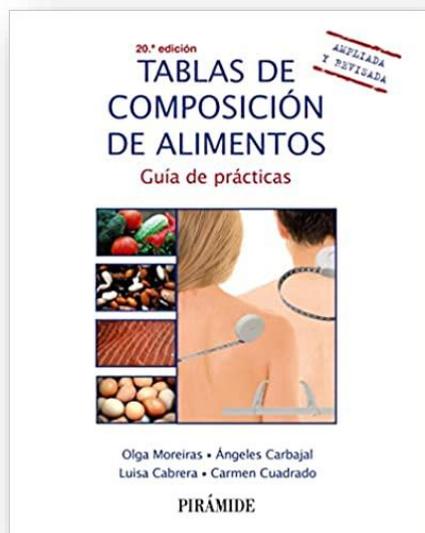
con diversos operadores del sector, asociaciones y la Agencia del Medicamento, proyecto que finalmente y por segundo año consecutivo no fue financiado por el MAPA.

## 4.4.- Calidad Nutricional carne de lechal, cordero y cabrito

Durante 2017-18 el Departamento de Producción Animal y Ciencia de los Alimentos de la Universidad de Zaragoza, el Centro de Investigaciones Científicas y Tecnológicas de Extremadura (CICYTEX) y Servicio de análisis e innovación en productos de origen animal (SiPA) de la Universidad de Extremadura, han trabajado en la redacción de artículos para la publicación de

los resultados del estudio sobre la “Calidad Nutricional de la carne de lechal, cordero y cabrito” en revistas científicas de alcance internacional.

Tras la inclusión de los datos en Base de Datos Española de Composición de Alimentos, BEDCA., se continuó trabajando en la actualización de los datos obtenidos en el estudio siendo publicados en la última edición de las Tablas de Composición de alimentos de Moreiras y col., 2022. Publicación de referencia para los profesionales especializados en nutrición.



## 4.5.- Análisis de ciclo de vida para el sector del ovino y el caprino de España

La sociedad europea muestra una preocupación creciente por el impacto de las producciones animales en el entorno, y especialmente en el incremento de los gases de efecto invernadero y, por tanto, en el cambio climático. Como consecuencia, se reclama un esfuerzo al conjunto de los sistemas productivos para avanzar hacia la sostenibilidad ambiental.

Los sistemas de producción ovina y caprina contribuyen a la huella de carbono generada por el hombre a través de la fermentación entérica, las emisiones de estiércol y los insumos utilizados en la cría. Por otra parte, muchos de los procesos productivos tienen una fase que se desarrolla bajo sistemas de pastoreo en los que se produce un secuestro de carbono que compensa, en mayor o menor medida, el conjunto de las emisiones. Las mismas consideraciones se podrían

hacer en relación con otro tipo de categorías ambientales incluidas dentro de los impactos ambientales. Así pues, cuando pensamos en la sostenibilidad ambiental de la producción ovina y caprina nos vamos a encontrar con elementos que suman y otros que restan en el conjunto de la ecuación.

En España, los sistemas de producción de carne son complejos y diversos ya que reflejan diferentes condiciones ambientales locales y prácticas culturales y, por lo tanto, dan lugar a diferentes enfoques de manejo. Estas condiciones locales determinan, en gran medida, la elección de las razas utilizadas, las condiciones de alojamiento, las dietas, los niveles de intensificación, el peso vivo al sacrificio y, en última instancia, los requisitos del mercado local. Esta variabilidad puede considerarse una ventaja para los productores de cordero y cabrito porque ofrece oportunidades de cambio o diversificación.

Los impactos de la producción y el consumo de productos agrícolas se evalúan mejor teniendo en cuenta el uso de recursos y las emisiones ambientales a lo largo del ciclo de vida completo de un producto, y el análisis de ciclo de vida (ACV) es una metodología importante para esto. Una característica común a muchas explotaciones ovinas y caprinas que añade un grado de complejidad a los estudios de ACV es la coproducción de carne, lana y leche. En estos sistemas, las diferencias en los sistemas de manejo, los sistemas y los objetivos de producción dan como resultado una variación en la cantidad relativa de producción de carne y, en su caso, de lana.

INTEROVIC comenzó a trabajar para medir los impactos ambientales medios del sistema español de producción de carne de ovino y caprino, utilizando como metodología el análisis del ciclo de vida.

Con los resultados de este trabajo se podrán identificar los puntos críticos del sistema, dando recomendaciones para su mejora en todos los aspectos en los que se considere.

Este proyecto muestra la voluntad del sector de evaluar sus impactos, como punto de partida para mejorar la sostenibilidad de los procesos productivos. Además, permitirá comparar el conjunto de nuestro sistema con las producciones en otros entornos geográficos

#### **4.6.- Bienestar animal de corderos en cebo intensivo: Emisión de gases de efecto invernadero, Niveles de estrés y Digitalización de comportamiento etológico**

El objetivo del trabajo fue cuantificar en diferentes planos técnicos y comerciales diversos aspectos del bienestar animal de corderos en su cebo intensivo, con pesos medios, desde 15 kg al destete y desde 21 kg, hasta 30 kg al sacrificio. Además de, caracterizar la metodología de evaluación de diversas aproximaciones del bienestar animal susceptibles de certificaciones objetivas,

asociadas al Reglamento Técnico de Bienestar Animal Interovic España (BAIE).

Para esto se establecieron 4 áreas de estudio, que se interrelacionan como aproximaciones a la modelización de la evaluación integrada del bienestar animal:

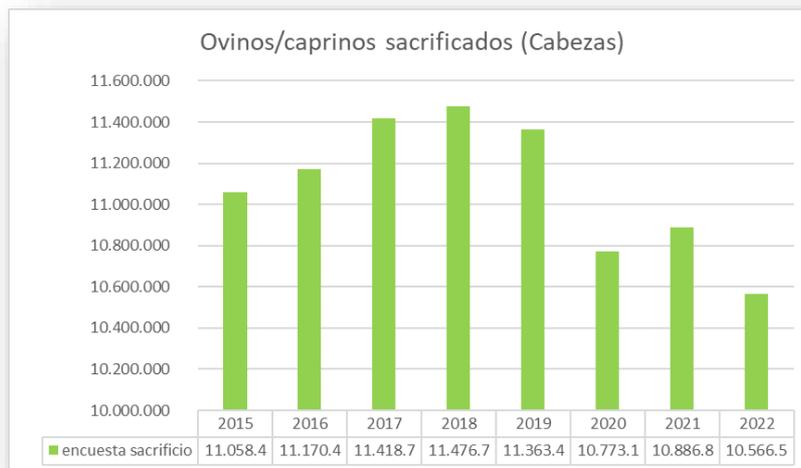
- Determinación de reducción de emisión de gases de efecto invernadero (GEI), especialmente metano (capacidad antimetagénica)
- Evaluar las respuestas zootécnicas y comerciales del cebo utilizando los 3 piensos estudiados.
- Determinación de parámetros de bienestar y estrés durante el cebo y transportes.
- Digitalización etológica del comportamiento animal y emisión de metano, en condiciones reales de cebadero y transporte.

Por último, se trabajó en relacionar las respuestas multidisciplinares de todas las Áreas para: disposición de valores contrastados y acreditados y se realizarán publicaciones científicas que contribuyan a dejar constancia científica de todos los trabajos desarrollados en el proyecto.

## 5.- La mejor información y conocimiento sobre las producciones y los mercados del ovino y el caprino

Durante 2022 se han continuado con los trabajos de alcanzar la mejor información y conocimiento sobre las producciones y los mercados del ovino y el caprino. Para esto desde INTEROVIC, de manera periódica, se va actualizado el censo de establecimientos autorizados para el sacrificio de ovinos y caprinos en nuestro país. A partir de las bases de datos existente y de un trabajo de campo de búsqueda y verificación de la información disponible a partir de datos oficiales la Interprofesional dispone de una base de datos actualizada de mataderos en activo.

Con la perspectiva del trabajo en la implementación de la Orden AAA/1934/2012, la Orden AAA/2497/2015 y la Orden APA/1203/2020 la evolución de los sacrificios de ovinos y caprinos en España fue la siguiente:



(Elaboración propia, fuente, encuesta sacrificio MAPA)

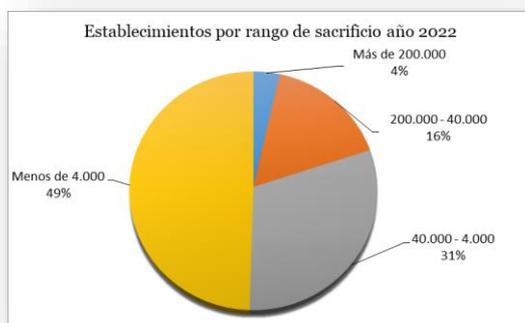
En 2021 se sacrificaron 10.599.517 cabezas de ovino y caprino, lo que supone un descenso de más de 320.000 cabezas respecto a los datos de la encuesta de sacrificio de 2021, un -2,94%. Por producciones, los sacrificios de caprino en 2022 fueron un 5% superiores, 57.645 animales más, respecto a 2021; mientras que en 2022 se sacrificaron 377.955 ovinos menos que en 2021, un 4% menos. Analizando estos mismo dato en peso canal total producido, nos encontramos que en 2022 se produjeron, prácticamente los mismos kilos de carne de ovino que en 2021, 119,148 t respecto a 120.386 t, un 1 % menos, mientras que se aumentó casi un 10% la producción de caprino, pasando de 10.127 t en 2021 a 11.074 t en 2022, la mayor producción en los últimos 4 años.

En 2022 estaban en activo 311 establecimientos autorizados para el sacrificio de ovinos y caprinos, 22 menos que en 2021, y 100 menos que en 2013, cuando comenzó la extensión de norma. En este conjunto de industrias de servicios existe una gran disparidad de capacidad de trabajo entre unos y otros establecimientos, de este modo se han clasificado según volumen de sacrificio, de la siguiente manera:

## Número de establecimientos autorizados para el sacrificio de pequeños rumiantes en función de su rango de sacrificio anual

Rango de sacrificio: animales/año	Nº de Establecimientos									
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Más de 200.000	8	8	9	11	11	10	11	10	12	11
200.000 - 40.000	58	61	58	59	59	61	58	54	52	51
40.000 - 4.000	132	127	138	137	129	121	112	116	109	95
Menos de 4.000	213	216	219	199	195	186	183	178	160	154
<b>Total establecimientos con actividad</b>	<b>411</b>	<b>412</b>	<b>424</b>	<b>406</b>	<b>394</b>	<b>378</b>	<b>364</b>	<b>358</b>	<b>333</b>	<b>311</b>

Así, el grupo de mataderos con mayor volumen de trabajo al año 2022 perdió un establecimiento, respecto a 2021; siendo 11 los mataderos que transformaron el 34% de los animales sacrificados en 2022. Mientras que el número de mataderos de menor capacidad cesaron la actividad un total de 6 establecimientos, durante 2022, y 59, desde 2013.



## Número de establecimientos en función del rango de sacrificio

Rango de sacrificio: animales/año	2022
Más de 200.000	11
200.000 - 40.000	51
40.000 - 4.000	95
Menos de 4.000	154

## Numero de pequeños rumiantes sacrificados los mataderos españoles en función de su rango de sacrificio anual

Rango de sacrificio: animales/año	Animales sacrificados									
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Más de 200.000	2.608.837	2.385.110	2.825.807	3.360.370	3.397.296	3.315.578	3.685.494	3.381.892	3.735.112	3.452.173
200.000 - 40.000	5.347.663	5.379.093	5.482.424	5.312.556	5.247.509	5.523.712	5.098.597	4.955.360	4.855.718	4.812.664
40.000 - 4.000	1.998.543	1.937.157	2.168.899	2.133.715	1.885.332	1.721.325	1.717.883	1.880.720	1.674.039	1.502.237
Menos de 4.000	196.149	183.217	215.890	213.695	210.607	196.339	205.526	175.801	159.393	163.524
<b>Total animales sacrificados</b>	<b>10.151.192</b>	<b>9.884.577</b>	<b>10.693.020</b>	<b>11.020.336</b>	<b>10.740.744</b>	<b>10.756.954</b>	<b>10.707.500</b>	<b>10.393.773</b>	<b>10.424.262</b>	<b>9.930.598</b>

Completando esta información, de acuerdo con los datos manejados por la interprofesional, el 34,8 % de los ovinos/caprinos fue sacrificado en uno de los 11 establecimientos de mayor capacidad, con una media transformación de

6.000 cabezas a la semana. Así mismo, prácticamente la mitad de los ovino/caprino transformados en nuestro país se realizó en uno de los 51 establecimientos, que cuentan con una capacidad de transformación media semanal de 1.800 animales. Por otra parte, el 15% de los corderos se abatió en establecimientos con capacidad entre 40.000 y 4.000, 300 corderos por semana, mientras que el 1,6% de los animales sacrificados en España se transformó en el grupo más números de establecimientos, que supone el 49% del total de los mataderos, con una media de sacrificio de 20 corderos a la semana.

Todo esto se resume en el siguiente cuadro:

### % de mataderos y sacrificios realizado en los mismos en función de su rango de sacrificio anual

Rango de sacrificio: animales/año	% Sacrificios									
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Más de 200.000	25,7%	24,1%	26,4%	30,5%	31,6%	30,8%	34,4%	32,5%	35,8%	34,8%
200.000 - 40.000	52,7%	54,4%	51,3%	48,2%	48,9%	51,4%	47,6%	47,7%	46,6%	48,5%
40.000 - 4.000	19,7%	19,6%	20,3%	19,4%	17,6%	16,0%	16,0%	18,1%	16,1%	15,1%
Menos de 4.000	1,9%	1,9%	2,0%	1,9%	2,0%	1,8%	1,9%	1,7%	1,5%	1,6%
<b>Total animales sacrificados</b>	<b>10.151.192</b>	<b>9.884.577</b>	<b>10.693.020</b>	<b>11.020.336</b>	<b>10.740.744</b>	<b>10.756.954</b>	<b>10.707.500</b>	<b>10.393.773</b>	<b>10.424.262</b>	<b>9.930.598</b>

Rango de sacrificio: animales/año	% de Establecimientos									
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Más de 200.000	1,9%	1,9%	2,1%	2,7%	2,8%	2,6%	3,0%	2,8%	3,6%	3,5%
200.000 - 40.000	14,1%	14,8%	13,7%	14,5%	15,0%	16,1%	15,9%	15,1%	15,6%	16,4%
40.000 - 4.000	32,1%	30,8%	32,5%	33,7%	32,7%	32,0%	30,8%	32,4%	32,7%	30,5%
Menos de 4.000	51,8%	52,4%	51,7%	49,0%	49,5%	49,2%	50,3%	49,7%	48,0%	49,5%
<b>Total establecimientos con actividad</b>	<b>411</b>	<b>412</b>	<b>424</b>	<b>406</b>	<b>394</b>	<b>378</b>	<b>364</b>	<b>358</b>	<b>333</b>	<b>311</b>

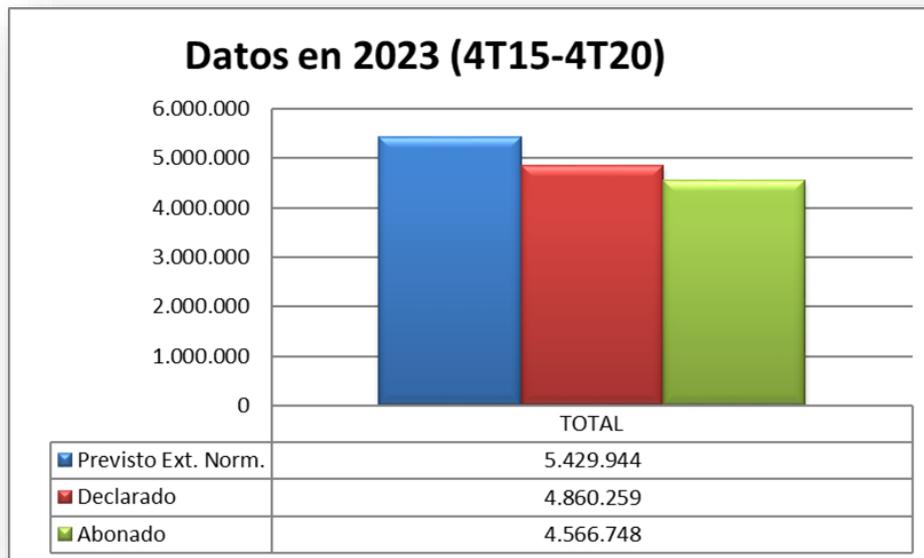
A modo de conclusión, en el 19,9% de los mataderos (62) se realizan el 83% de los sacrificios, más de 8,2 millones de animales, mientras que 1,6 millones de ovinos y caprinos se sacrifican en 249 establecimientos, el 17%.

## 6.- Extensión de norma

### 6.1.- Orden AAA/2497/2015, de 17 de noviembre

El 18 de noviembre 2015 entró en vigor la Orden AAA/2497/2015, de 17 de noviembre, por la que se extiende el acuerdo de la Organización Interprofesional del Ovino y Caprino de Carne, al conjunto del sector y se fija la aportación económica obligatoria para realizar actividades de investigación, desarrollo e innovación tecnológica, efectuar acciones promocionales que redunden en beneficio del sector, mejorar la información y el conocimiento sobre las producciones y los mercados de ovino y caprino de carne y realizar acciones de formación necesaria para la mejora de la cualificación profesional y la incorporación de jóvenes cualificados de la rama de la transformación-comercialización, durante las campañas 2015/2016, 2016/2017, 2017/2018, 2018/2019 y 2019/2020.

Esta Extensión de norma finalizó el 31 de octubre de 2020. Los datos consolidados, en febrero de 2023, de cierre de la segunda Extensión de Norma quedan del siguiente modo.



Nota: fecha de generación de datos: febrero de 2023. Periodo en vigor de la Extensión de Norma, Orden AAA/2497/2015, del 18 de noviembre de 2015 al 17 de noviembre de 2020.

Durante 2022, gracias al procedimiento de seguimiento y control de la Extensión de Norma, se han recaudado 160.525€ procedentes de establecimientos que no cumplieron con las obligaciones derivadas de la Orden ministerial.

Una parte de la actividad de la interprofesional se ha centrado en la reclamación de las aportaciones a los operadores que no han cumplido con las obligaciones previstas en la citada Orden, por lo que fue necesario abrir cerca de 300 procesos de reclamación, llegando a juicio en cerca de 40 ocasiones, con sentencias siempre favorables para INTEROVIC.

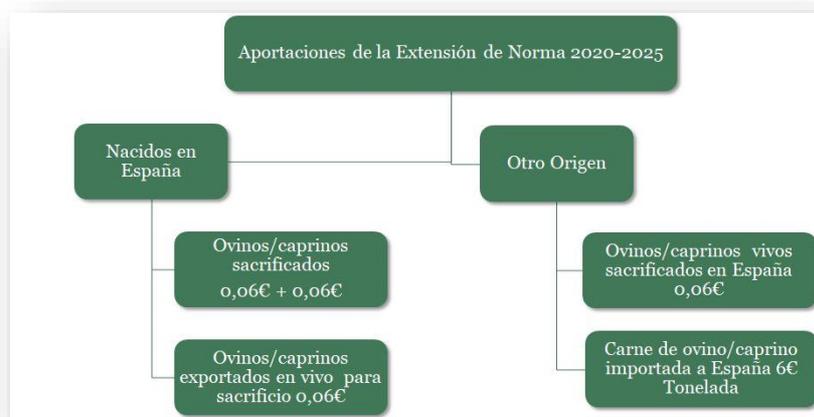
## 6.2.- Orden APA/1203/2020, de 14 de diciembre

El 19 de diciembre de 2020 se publicó en el BOE la Orden APA/1203/2020, de 14 de diciembre, por la que se extiende el acuerdo de la Organización Interprofesional del Ovino y Caprino de Carne, al conjunto del sector y se fija la aportación económica obligatoria, para realizar actividades de investigación, desarrollo e innovación tecnológica, efectuar acciones promocionales que redunden en beneficio del sector y mejorar la información y el conocimiento sobre las producciones y los mercados de ovino y caprino de carne, durante cinco años.

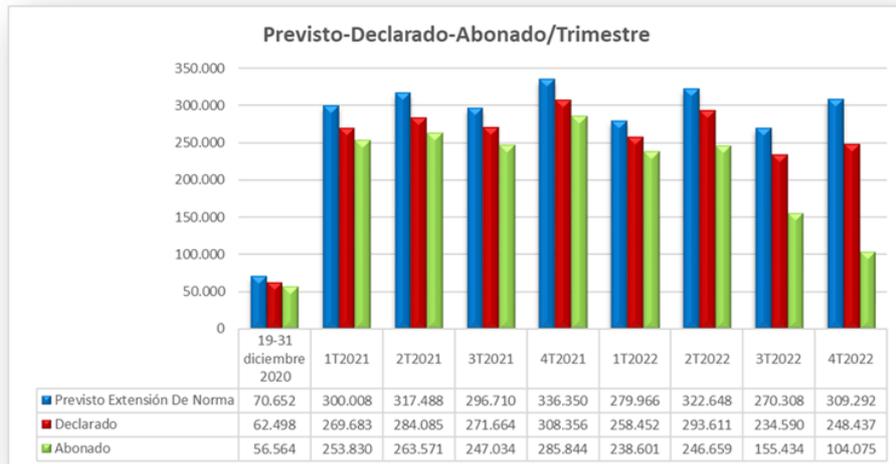
Esta Orden da soporte legal a la tercera extensión de norma de esta Interprofesional. El dinero recaudado, entre el 19 de diciembre de 2020 y finaliza el 18 de diciembre de 2025, será destinado para el desarrollo de:

- Promoción de la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica en el ovino y caprino
- Acciones promocionales que redunden en beneficio del sector.
- Mejor información y conocimiento sobre las producciones y los mercados del ovino y caprino de carne.

Las aportaciones que deberán hacer los productores y comercializadores de carne de cordero, a través de los mataderos, así como los exportadores de animales vivos para el sacrificio fuera de España y los importadores de carne de cordero a España serán las que se resumen en el cuadro siguiente.



La situación de recaudación de esta Extensión de Norma, en el momento del cierre de esta memoria es la siguiente:



## 7.- Grupos de trabajo de Interovic

Toda esta actividad es posible gracias al trabajo de los diversos grupos de trabajo técnicos en los que se establecen estrategias, proponen estrategias y objetivos,

Los grupos son los siguientes:

### *Comisión de Seguimiento*

Integrada por el Presidente, Tesorero, Secretario y Gerente se encarga dirigir el funcionamiento general de la Interprofesión, preparando las reuniones de Junta Directiva y Asamblea, que son los órganos de gobierno de la interprofesional.

### *Grupo de Promoción*

Integrado por especialistas en promoción de las diferentes asociaciones miembro de INTEROVIC se encarga del seguimiento, control y planificación de las acciones de promoción de la Interprofesional.

### *Grupo de Comercio Exterior*

Integrado en el grupo de promoción, y compuesto por especialistas en comercio exterior de las diferentes asociaciones miembro de INTEROVIC se encarga de proponer las acciones de promoción en mercados abiertos y la propuesta de apertura de diversos mercados estratégicos para el ovino/caprino españoles de cara a aumentar la competitividad de este sector.

### *Grupo de I+D+i*

Integrado por especialistas en I+D+i de las diferentes asociaciones miembro de INTEROVIC se encarga del seguimiento, control y planificación de las acciones de I+D+i de la Interprofesional

### *Grupo de Sostenibilidad.*

Integrado en el grupo de I+D+i, este grupo está compuesto por especialistas en sostenibilidad de las diferentes asociaciones miembro de INTEROVIC, así como de otras entidades sectoriales con conocimiento y experiencia en cuestiones de Sostenibilidad. El objetivo del mismo es trabajar en la propuesta de estrategias sectoriales para poner en valor ante la sociedad estas cuestiones.

## 8.- Comisión de Cumplimiento Normativo

Desde la aprobación de la primera extensión de norma, el día 3 de agosto de 2012, una de las principales preocupaciones de Interovic ha sido la garantía de la transparencia en la gestión de los fondos obtenidos a resultas de aquélla, así como la implementación de las normas en materia de cumplimiento normativo.

En dicho orden de cosas, ya en el marco del proceso seguido en sede contencioso-administrativa contra la Orden AAA/1934/2012, de 3 de agosto, que finalizó por Sentencia de nuestro Tribunal Supremo 335/2019, de 13 de marzo, Sala Tercera, Interovic quiso poner el acento en la gestión de la información obtenida en el proceso de implementación y desarrollo de la extensión de norma. El Alto Tribunal, como había hecho antes la Audiencia Nacional, alabó las previsiones adoptadas y remitió cualquier posible objeción a un momento posterior en que el marco normativo se viese modificado.

Efectivamente, la entrada en vigor del RGPDUE y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, así como su desarrollo reglamentario, han llevado a la interprofesional a poner en marcha a la mayor brevedad posible un esquema claro y bastante de protección de dichos datos, fueran sensibles o no y previa su catalogación, de acuerdo con los criterios de la Agencia Española de Protección de Datos.

El sistema viene a complementar al empleo de un tercero independiente para la gestión de los datos con carácter principal y se arma, no en relación a la actividad ordinaria de la interprofesional, que no precisaba per se de este tipo de cautelas, sino como consecuencia de las indicaciones del Alto Tribunal y en atención al marco legislativo y reglamentario actual que, puesto en relación con la extensión de norma, exige de aquéllas.

Se garantiza así una evaluación, catalogación, tratamiento y gestión de los datos obtenidos en el desarrollo de la extensión de norma debidamente ajustado a la legalidad vigente y respetuoso con los derechos digitales de quienes intervienen en relación a la misma.

En el mismo sentido, las reformas legislativas generadas en el campo del cumplimiento normativo penal, esto es, las obligaciones de naturaleza preventiva, de detección y gestión del delito, han venido siendo una constante que, especialmente a partir de la Circular de la Fiscalía General del Estado 1/2016, de 22 de enero. A resultas de esta, y como corolario de un proceso que culminará con las recomendaciones transmitidas a partir de la ya relacionada Sentencia del Alto Tribunal de 13 de marzo de 2019, Interovic puso en marcha un proceso de verificación de riesgos y creación de esquemas de detección y gestión delictiva.

El hecho es que, atendido el volumen de fondos que supone la entrada en juego de la extensión de norma, así como a la vista de la enorme diversidad de nuevas funciones que se verifican como novedosas, tales como las vinculadas a subvenciones y ayudas públicas, intervención de terceros en dichos fondos o generación de una estructura de gobierno de la persona jurídica que debe asumir responsabilidad en dicha gestión, entre otras cuestiones, se hace imprescindible con arreglo a Derecho que se articulen sistemas de auditoría y gestión de riesgos. Esa obligación se ha plasmado, precisamente, en la generación de una Comisión de Cumplimiento Normativo que desde sus inicios ha hecho hincapié en la formación de los profesionales al servicio de la persona jurídica, la generación de sistemas de control eficientes y la búsqueda de mecanismos que, con el debido sustento técnico, permitan evaluar riesgos de forma eficiente y determinante para la evitación de los mismos.

Interovic se ha mostrado y se muestra comprometida con un futuro de las interprofesionales comprometido con el cumplimiento normativo, especialmente en materia penal, y vinculado a los valores que la han caracterizado siempre, de los que es señera la transparencia en la gestión. Por este motivo se desarrollado los siguientes documentos públicos:

- Protocolo de cumplimiento en materia de Protección de datos
- Protocolo de uso de herramientas informáticas.
- Código de conducta y disciplinario de la organización interprofesional del ovino y el caprino.

Que permiten dar transparencia a la gestión de la interprofesional.

## 9.- Cierre cuentas anuales INTEROVIC

Iñurrieta Auditores y Consultores, S. L. P.	INTEROVIC	
ACTIVO	31/12/2022 Euro	31/12/2021 Euro
<b>A. ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>204.759,05</b>	<b>202.520,61</b>
I. Inmovilizado intangible.	2.050,00	2.050,00
II. Inmovilizado material.	2.542,75	304,31
III. Inversiones financieras a largo plazo.	200.166,30	200.166,30
<b>B. ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>5.051.019,42</b>	<b>7.290.746,04</b>
I. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar.	3.728.083,30	5.506.352,24
1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios.	45.257,25	3.142,78
a) Clientes por ventas y prestaciones de servicios a corto plazo.	45.257,25	3.142,78
2. Otros deudores.	3.682.826,05	5.503.209,46
II. Inversiones financieras a corto plazo.	155.812,50	155.812,50
III. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes.	1.167.123,62	1.628.581,30
<b>TOTAL ACTIVO (A + B)</b>	<b>5.255.778,47</b>	<b>7.493.266,65</b>

Iñurrieta Auditores y Consultores, S. L. P.	INTEROVIC	
PATRIMONIO NETO Y PASIVO	31/12/2022 Euro	31/12/2021 Euro
<b>A. PATRIMONIO NETO</b>	<b>33.330,41</b>	<b>15.091,12</b>
A-1) Fondos propios.	33.330,41	15.091,12
I. Reservas.	3.274,03	1.977,66
II. Resultados de ejercicios anteriores.	13.113,55	439,01
III. Resultado del ejercicio.	16.942,83	12.674,45
<b>B. PASIVO CORRIENTE</b>	<b>5.222.448,06</b>	<b>7.478.175,53</b>
I. Provisiones a corto plazo.	692.089,68	837.127,07
II. Deudas a corto plazo.	3.920.302,43	6.109.632,16
1. Deudas con entidades de crédito.	1.535.485,87	1.618.251,70
2. Otras deudas a corto plazo.	2.384.816,56	4.491.380,46
III. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar.	610.055,95	531.416,30
1. Otros acreedores.	610.055,95	531.416,30
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C)</b>	<b>5.255.778,47</b>	<b>7.493.266,65</b>

Iñurrieta Auditores y Consultores, S. L. P.	INTEROVIC	
	31/12/2022 Euro	31/12/2021 Euro
<b>CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS ABREVIADA</b>		
1. Importe neto de la cifra de negocios.	1.295.616,12	1.134.293,41
2. Otros ingresos de explotación.	2.098.822,49	1.929.289,78
3. Gastos de personal.	-146.890,87	-143.350,84
4. Otros gastos de explotación.	-3.222.699,90	-2.934.886,50
5. Amortización del inmovilizado.	-719,66	-400,35
6. Otros resultados.	42.020,64	73.636,00
<b>A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+12+13)</b>	<b>66.148,82</b>	<b>58.581,50</b>
7. Ingresos financieros.	1.367,22	2.893,56
Otros ingresos financieros.	1.367,22	2.893,56
8. Gastos financieros.	-44.925,60	-43.947,04
<b>B) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18+19)</b>	<b>-43.558,38</b>	<b>-41.053,48</b>
<b>C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A + B)</b>	<b>22.590,44</b>	<b>17.528,02</b>
9. Impuestos sobre beneficios.	-5.647,61	-4.853,57
<b>D) RESULTADO DEL EJERCICIO (C+20)</b>	<b>16.942,83</b>	<b>12.674,45</b>