



Packaging

Compra a primera vista



Maria Damanaki
Comisaria Europea de Pesca

I+D+i
Consortio Acuisost:
Hacia una acuicultura sostenible

Fernando García
Director General de Dibaq Pet Care



Especialistas en nutrición animal.

Presencia global



Pioneros y líderes en acuicultura



Especialistas en nutrición, salud y bienestar de las mascotas



Actitud y experiencia innovadora (I+D+i)



El origen más natural



Especialistas en nutrición animal.

sumario ●●●●●●●●●●

4 Actualidad



8 Protagonistas

11 RSC

12 La voz del sector



14 I+D+i

18 Así somos

20 Enfoque

23 Mundo animal



editorial ●●●●●●●●●●



Este año nos despedimos doblemente, no sin sentirnos satisfechos por los buenos resultados obtenidos. Por un lado, ponemos fin a doce meses de trabajo que se han caracterizado por el desarrollo de nuevos productos y canales, de adaptación constante a los sectores en los que operamos, de responder con la máxima calidad a las exigencias internacionales de los mercados. Se trata de una labor continuada que nos caracteriza.

Pero, por otro lado, en 2011 ha concluido un proyecto que ha supuesto un antes y un después en la compañía. Se trata de Acuisost, una iniciativa que el Grupo Dibaq ha liderado durante cuatro años y que ha contando con la colaboración de numerosas empresas y centros de investigación. Sus beneficios han sido muchos pero,

especialmente, ha abierto nuevas vías de trabajo para que entre todos logremos una acuicultura sostenible en nuestro país.

No quiero despedirme sin dar las gracias a colaboradores y profesionales que hacen posible este número. Maria Damanaki, Comisaria Europea de Pesca, que nos da las claves de la propuesta de reforma del sector; Fernando García, Director de Dibaq Pet Care, nos ofrece una radiografía del mercado de la alimentación de mascotas; Carmen Barios, que nos habla de Unicef Segovia, y Juan Carlos Sanz, que desde Piensos Júcar nos aporta la visión de los primeros pasos de un distribuidor, entre otros.

Por último, deseo hacer una especial mención a Ivana Holková, CEO de la compañía checa del grupo Dibaq A.S., y a Luboš Holka, Director de Ventas y Marketing de la filial, quienes, tras trece años de trabajo en la compañía, dicen adiós para iniciar nuevos retos.

Sin más, despedimos este año y os deseamos lo mejor para el que viene.

Carlos Tejedor
Presidente Ejecutivo del Grupo Dibaq



EDICIÓN:
Grupo Dibaq
Departamento Corporativo de Marketing
Edificio Dibaq C/ La Cruz, 3
40260 – Fuentepelayo Segovia España
Tel: 34 921 57 42 86 e-mail: grupo@dibaq.com

REALIZACIÓN:
CABECERA, MARKETING Y COMUNICACIÓN, S.L.
Bretón de los Herreros, 59
28003 – Madrid
Tel.: 91 399 11 99 e-mail: marketing@cabecera.es

Grupo Dibaq no comparte necesariamente las opiniones expresadas por los autores de los artículos.



Feria de mascotas

El 24 y 25 de septiembre se celebró en Fuentepelayo la Feria de Mascotas. El Grupo Dibaq no podía faltar a la cita, en la que estuvo presente a través de un stand, además de organizar dos divertidos concursos para los más pequeños, uno de disfraces para mascotas y otro denominado "Diviértete dibujando a tu mascota", que finalizaron con premios para todos los participantes.



I Concurso de Perros Mestizos

El 19 de junio el Grupo Dibaq participó en el I Concurso de Perros Mestizos que organizaba en Valladolid la Sociedad Protectora Animales y Medioambiente Scooby, con la que el Grupo colabora habitualmente.



Apoyando a Agropal

Dibaq ha patrocinado la jornada celebrada el 15 de julio para dar a conocer la tienda "Cereaduey" que la cooperativa Agropal tiene en Palencia. El núcleo central del evento fue el "I Concurso de Disfraces de Mascotas Cereaduey", con Dibaq como parte del jurado.



II Encuentro de Mascotas

Petplanet Segovia celebró el 28 de mayo el II Encuentro de Mascotas, una jornada en la que mascotas y clientes disfrutaron de actividades, desfiles y regalo.



Radio Onda Cero realizó una visita a las instalaciones de Dibaq en Fuentepelayo el 17 de octubre.



Teatro integrador

El Grupo Dibaq ha tomado parte un año más en la Muestra Nacional de Teatro Especial, organizado por la Asociación "Taller Cultural de Fuentepelayo" en junio. La 29ª edición de esta tradicional actividad a favor de la integración de las personas con discapacidad psíquica contó con diez grupos teatrales de Castilla y León.

Lucha contra el parkinson

Segovia acogió el 19 de junio la V Marcha de Comercios José Zorrilla a favor de la Asociación del Parkinson, con la que colaboró Dibaq.

Memorial Ciriaco Vaca

Alrededor de 200 corredores se dieron cita en el Memorial Ciriaco Vaca, una carrera organizada por la Asociación Viernes de 8 a 9 en Fuentepelayo, a la que Dibaq prestó su apoyo. Los fondos recaudados se destinan a la Asociación ADELA, que promueve acciones destinadas a mejorar la calidad de vida de los afectados por la esclerosis lateral amiotrófica y sus familiares.



Noches Mágicas de La Granja

El Grupo Dibaq ha participado este verano en las "Noches Mágicas de La Granja 2011", un festival que reunió entre el 14 de julio y el 19 de agosto a destacadas figuras del arte y la cultura, con actuaciones de danza, magia y música en el Real Sitio de San Ildefonso.

Las líneas Perrymix y Gatymix se renuevan

Dibaq Pet Care ha incorporado a las líneas Perrymix y Gatymix tres nuevos productos: Perrymix Dieta Completa, Perrymix Carne y Cereales, y Gatymix Ternera y Pollo. La principal novedad de estos productos es que incorporan mejoras en los perfiles nutricionales, los ingredientes, las formas y los colores, así como una cobertura con salsa de hígado. También se han renovado los envases, que incluyen pictogramas, imágenes y colores que facilitan la identificación.



El Grupo Dibaq ha colaborado en la donación de memorias USB en forma de avión, a la venta para recaudar fondos destinados a la Fundación Africana para la Medicina y la Investigación (AMREF Flying Doctors).



El 20 de mayo Phillip y Lucy, clientes de Filipinas, visitaron la sede de Grupo Dibaq y aprovecharon la jornada para conocer la gastronomía de Segovia en Casa Duque.



El 15 de noviembre Alejandro Guelfo y Caty Cabrera, de Mispecies.com, visitaron las instalaciones de Dibaq Acuicultura y entrevistaron al Director General de Dibaq Acuicultura, Álvaro Rodríguez, y a José Luis Tejedor del Real, Director de I+D+i del Grupo Dibaq.

Nueva línea Action Can



Dibaq Pet Care ha lanzado la línea Action Can formulada especialmente para perros de caza. Está compuesta por dos productos que cubren las necesidades del animal en función de su estado fisiológico. Action Can Mantenimiento garantiza la alimentación en épocas de menor ejercicio y Action Can Alta Energía proporciona el plus energético en temporadas de caza y máximo ejercicio.

Ambos productos destacan además por la calidad de sus materias primas, la garantía de digestibilidad y el contenido en antioxidantes naturales. Se presentan en envases de 20 kg.

Primer Diana, reconocido en los II Premios Innovadores

El proyecto Primer Diana, en el que participa el Grupo Dibaq junto a otras compañías e instituciones, ha sido uno de los galardonados en la segunda edición de los premios 'Innovadores de Castilla y León 2011' en la categoría de mejor colaboración público-privada, por su iniciativa para mejorar distintos alimentos con antioxidantes naturales. Estos reconocimientos, que otorga El Mundo de Castilla y León, fueron entregados el 1 de diciembre en Valladolid.

Nuevas salchichas Perrynat

Dentro de la gama de salchichas Perrynat, Grupo Dibaq Pet Care presenta un nuevo producto formulado para cachorros y razas pequeñas, así como una salchicha con trozos para perros. Las nuevas referencias Perrynat Junior con Arroz y Pollo, y Perrynat Razas Pequeñas Rico en Pollo se presentan en formato de medio kilo, e incluyen cereales como el arroz, saludables y asimilables. Perrynat Trozos con Pavo, Arroz y Verduras, en formato de un kilo, incorpora verduras como zanahorias y guisantes.

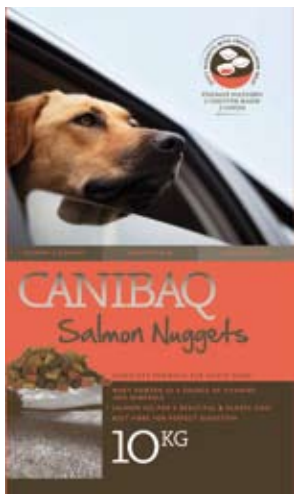


Dibaqmex, en el I Foro de México sobre Alimento para Mascotas

La ciudad mexicana de Guadalajara acogió los días 9 y 10 de junio el I Foro México sobre Alimento para Mascotas, un seminario al que asistieron numerosos profesionales de la industria nacional y centroamericana, entre ellos Fernando Álvarez Alamilla, Product Manager de Dican, y Ernesto Martínez, Jefe de Calidad y Compras, en representación de Dibaqmex. Durante el seminario, se abarcaron temas de interés como el mercado, la nutrición, el proceso, la regulación sanitaria y la exportación, entre otros.

Nuevo Canibaq Salmon Nuggets

Canibaq Salmon Nuggets es un nuevo alimento para perros adultos en formato croqueta con relleno de salmón fresco, que se presenta en envase de 10 kilos. Entre sus ingredientes, el suero lácteo, que aporta vitaminas y minerales, aceite de salmón para un pelo más brillante, y fibra de remolacha azucarera, ideal para la digestión.



Nuevo premio de Dibaq para perros

Dibaq Crazy Snack es el nuevo snack de Dibaq, que aporta ingredientes premium y vitamina B2, una excelente palatabilidad, ideal como premio. La línea incluye tres productos: Dibaq Crazy Snack Dental, para la higiene oral y el aliento fresco, Dibaq Crazy Snack Meat, con un alto contenido de ternera e hígado de pollo, y Dibaq Crazy Snack Taste, con una excelente palatabilidad gracias a estos y otros ingredientes, como suero lácteo. Otra novedad son las Dibaq Crazy Biscuits, con bajo contenido en azúcar y gluten.



La Asociación de Científicos y Tecnólogos de Alimentos de Castilla y León, a la que pertenece Dibaq, ha celebrado su asamblea general.

Dibaq Rumania en AMVAC

El 11 y 12 de noviembre se celebró en Sinaia (Rumania) el Congreso Internacional AMVAC, especializado en mascotas. Dibaq Rumania asistió al Congreso y participó con un stand, que visitaron distribuidores y clientes.



La noche de los investigadores

Dibaq ha participado, junto a otros organismos, en la Noche de los Investigadores, un proyecto de divulgación científica promovido por la Consejería de Educación y Empleo de la Comunidad de Madrid y coordinado por la Fundación Madrid con el apoyo de la FECYT, que tuvo lugar el 23 de septiembre y con el que se presentan a la sociedad los avances y las aplicaciones en materia de investigación que las empresas están realizando hoy en día.



Dibaq, en Túnez



Dibaq se ha posicionado en el mercado de Túnez, donde el distribuidor exclusivo de Dibaq, B.S.Pharma, ha introducido toda la gama Dibaq Naturalmente Mejor en tiendas especializadas y clínicas veterinarias de todo el país. "El mercado está en plena ebullición... Los tunecinos han tenido la capacidad de recuperarse muy pronto", cuenta Samy Younes, Gerente de B.S.Pharma, en referencia a la revolución que ha vivido el país en 2011.

Jornada de Alimentación Piscícola en Vigo

El 29 de septiembre tuvo lugar en el Centro Tecnológico del Mar (CETMAR) de Vigo una jornada sobre nutrición piscícola bajo el marco del proyecto ZymoFeed. Entre los participantes se encontraba José Luis Tejedor, Director de I+D+i del Grupo Dibaq, quien expuso las nuevas tendencias en nutrición piscícola mediante el uso de aditivos tecnológicos y resumió los últimos logros del proyecto Acuisost así como los proyectos futuros del Grupo. La utilización de hidrolizados proteicos, prebióticos, fitobotánicos y ácidos orgánicos despertó el interés de los asistentes.

Éxito de visitantes en Brno

Dibaq A.S. (la filial de Grupo Dibaq en la República Checa) no ha faltado a su cita anual con las ferias más importantes del sector, desarrolladas en el Brno Trade Fair Grounds, donde ha contado con un espacio propio. Bajo el paraguas de la Exposición Nacional de Animales de Franja y Maquinaria Agrícola, que tuvo lugar del 23 al 26 de junio, se celebró el fin de semana la Exposición Internacional de Suministros de Alimentación, orientado a mascotas, que acogió a su vez Interfelis e Intercanis, dos exposiciones internacionales para criadores de gatos y perros.

El equipo de Dibaq A.S. valora muy positivamente el interés mostrado en los programas nutricionales Fitmin; los responsables de ofrecer información sobre la marca a los visitantes no tuvieron ni un respiro. También hicieron su aparición en la feria las mascotas del Centro de Cría de Fitmin, algunas de las cuales participaron en los concursos con buenos resultados.

Gracias, Iva y Lubos

Tras trece años en la compañía, Ivana Holková, CEO la compañía checa del grupo, Dibaq A.S., y Luboš Holka, Director de Ventas y Marketing de la filial, dicen adiós al equipo para iniciar un cambio en sus vidas. Sus compañeros quieren expresarles su agradecimiento por "un camino de trabajo, creatividad e inspiración".



Los mejores amigos de los niños

Tres border collies de la Estación de Cría de Fitmin, a cargo de Dibaq A.S., la filial checa del Grupo Dibaq, visitaron el pasado mes de agosto a los niños de la asociación cívica Provázek, con quienes pasaron una divertida jornada de "terapia canina". Además, después de dos años colaborando con Provázek, Dibaq A.S. también pudo dar una cálida bienvenida a la granja de la compañía a los niños de uno de sus proyectos, Healing Arms.

Carlos Tejedor se reúne con Juan Vicente Herrera

El Presidente del Grupo Dibaq se reunió, junto con otros diez líderes empresariales de Castilla y León para presentarle a Juan Vicente Herrera, Presidente de la Comunidad, las que consideran sus prioridades para potenciar el tejido empresarial en la región.

Feria en Senegal

La Ministra de Cultura de Senegal visitó el stand con los productos de Dibaq durante una feria organizada en la localidad senegalesa de Dahkla el pasado mes de mayo.



Fitmin, en los principales eventos hípicos

Como motivo de la colaboración con las carreras de caballo de Pardubice, en la República Checa, Fitmin —marca de programas nutricionales para perros, gatos y caballos— ha participado en la XIII Exposición Internacional Caballos en Acción, celebrada del 2 al 4 de septiembre, en la que Dibaq presentó sus productos, entre ellos, Fitmin Control, diseñado para caballos que sufren obesidad, desórdenes metabólicos y fatiga.

Además, los días 8 y 9 de octubre, Fitmin estuvo presente en la Velká pardubická, la gran Carrera de Pardubice, una de las pruebas hípicas más prestigiosas de Europa. Además de responder a las consultas sobre los productos y organizar un sorteo entre los asistentes, los perros del Centro de Cría Fitmin demostraron sus habilidades.

Dibaq colabora en dos Guías de Acuicultura para el MARM

Con los títulos de “Diversificación en acuicultura: una herramienta para la sostenibilidad” y “Acuicultura en Aguas Continentales” el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino ha editado dos guías técnicas en coordinación con la Red de Innovación de Industrias Acuícolas (Riia) y Tecnomia. Las guías tienen la finalidad de ofrecer propuestas prácticas para desarrollar una acuicultura sostenible y racional con el medio ambiente.

Eloy Meseguer y José Luis Tejedor, profesionales del Grupo Dibaq, son autores de tres capítulos centrados en la nutrición y la producción de especies piscícolas mediterráneas, contando el resto de capítulos con la colaboración de otras entidades como la Universidad Politécnica de Valencia, CSIC Torre la Sal, Andromeda Group, Innovamar, ADS Acuival, Probitex y Apromar.

Vitartis celebra su Asamblea en el Grupo Dibaq

El clúster de Biotecnología Agroalimentaria Vitartis celebró el 13 de septiembre su Asamblea General en las oficinas centrales del Grupo Dibaq en Fuentepelayo con la presencia de la Viceconsejera de Desarrollo Rural de la Junta de Castilla y León María Jesús Pascual. Con la asistencia de 48 personas, la jornada contó con interesantes conferencias técnicas en el campo de la biotecnología y la agroalimentación, destacando el reciente lanzamiento de un proyecto de Compra Pública Innovadora (CPTI) en el que Dibaq participa activamente. Además, todos los participantes tuvieron la oportunidad de conocer de primera mano los principales proyectos de I+D+i en los que se encuentra trabajando el Grupo, así como de visitar las instalaciones de Fuentepelayo, haciendo especial énfasis en el nuevo laboratorio de calidad recientemente inaugurado, las modernas instalaciones de la fábrica de acuicultura y el nuevo extrusor de la fábrica de Pet Food.



Congresos de Acuicultura: Rodas y Castelldefells



Dibaq ha viajado a Grecia para participar en el Congreso de Acuicultura de Rodas, que organizó del 18 al 21 de octubre la European Aquaculture Society. Tampoco podía faltar al Congreso Nacional de Acuicultura, que tuvo lugar del 22 al 24 de noviembre en Castelldefells.

En este último, participó a través de Invermar en la jornada de difusión organizando una visita a sus instalaciones de Les Cases de Alcanar, donde todos los asistentes pudieron visitar las jaulas de dorada y lubina y la sala de procesado. Además, por medio del biólogo marino Eloy Meseguer, aportó toda su experiencia de empresa líder en alimentación para la corvina, una especie de mucho interés para los científicos.

Flyball, deporte canino

Dibaq A.S., la filial checa del Grupo, patrocina un equipo de flyball, una disciplina deportiva para perros que se creó en Estados Unidos hace 40 años y que en la República Checa goza de popularidad desde 2003. El equipo, bautizado como Dajavera Fitmin Team, luce los colores de la marca, según sus responsables, los profesionales del centro de cría Dajavera, “por decisión de los participantes de cuatro patas” a quienes Dibaq provee de sus alimentos favoritos.

Carlos Tejedor en el Aniversario de “Castilla y León Económica”

El pasado 2 de mayo, la revista “Castilla y León Económica” celebró su XV Aniversario con un multitudinario evento que tuvo lugar en el Auditorio de la Feria de Valladolid. Durante el acto se proyectó el documental “Las Rendas del Destino”, en el que Carlos Tejedor, Presidente del Grupo Dibaq, participó con su testimonio, junto con otros catorce profesionales que optaron por ser emprendedores como forma de vida.

Zenit: nuevo programa de alimentación

Dibaq Acuicultura lanza en 2012 un nuevo programa de alimentación, Zenit Feeding Programme, un programa de alimentación que busca la mejora de la eficiencia de la nutrición piscícola. Fundamentado en la recopilación de los mejores resultados del proyecto Zenit Acuisost, nace con el respaldo de cinco años de pruebas experimentales e industriales. Testado en doradas, lubinas, anguila, trucha y tilapia, Zenit promete dar un salto de calidad en el balanceado de las dietas piscícolas, actuando a nivel intestinal para mejorar la digestibilidad y factores productivos de las especies cultivadas así como una especial atención en la reducción de la incidencia de patologías bacterianas y parasitarias.



Maria Damanaki

Comisaria Europea de Pesca y Asuntos Marítimos

El pasado mes de julio, la Comisión Europea de Pesca presentó su propuesta para la Reforma de la Política Pesquera Común, iniciativa que está siendo discutida en el Consejo de Ministros de la Unión Europea y en el Parlamento Europeo. El objetivo es dar luz verde a un plan ambicioso y aceptable para las tres instituciones que debe entrar en vigor en 2013.

¿Cuáles son los principales objetivos de la propuesta para la Reforma de la Política Pesquera Común (PPC)?

La política europea de pesca tenía necesidad urgente de reforma. Nuestros barcos están capturando más pescado del que puede reabastecerse de forma segura. Tres de cada cuatro reservas en aguas europeas están sobreexplotadas. No se trata de preservar los peces para nuestros nietos, sino para nosotros mismos. Tenemos que lograr que la pesca sea medioambiental, económica y socialmente sostenible.

"En Europa, importamos más del 60% del pescado que consumimos"

¿Cómo es el escenario al que pretende responder esta PPC?

Los datos muestran que la reforma es necesaria: en los últimos 10-15 años el empleo en el sector pesquero ha ido decreciendo en un 2-3% al año de media. A causa de las capturas cada vez más escasas y de los bajos salarios, la pesca pierde el atractivo como opción de carrera para los jóvenes. Nuestros pescadores están envejeciendo y capturan cada vez menos peces. Sólo el 40% del pescado que consumimos procede de Europa. La reforma es una oportunidad para parar este declive: restablecer las reservas significa más

"Si tenemos éxito en el desarrollo del sector de la acuicultura europea, beneficiará también a la industria de la nutrición animal"

pescado para los pescadores y un mejor futuro para ellos y sus familias.

En la práctica, ¿cuáles son las principales medidas de actuación que plantea la propuesta de reforma?

Hemos propuesto que para 2015 las reservas deben ser explotadas en línea con el 'rendimiento máximo sostenible' (MSY, en sus siglas en inglés), limitando las capturas a los máximos anuales y manteniendo el tamaño de la población en su mayor nivel de productividad. Para alcanzar este objetivo introduciremos una aproximación a largo plazo de gestión del stock y una progresiva adaptación de los niveles de explotación. También necesitamos incorporar en la gestión de las piscifactorías las medidas necesarias para mantener sanos el ecosistema y el medio ambiente marinos.

Debemos parar las prácticas derrochadoras; proponemos medidas para minimizar las capturas no deseadas y que todas las capturas lleguen a puerto. Deben desarrollarse planes nacionales estratégicos para la acuicultura que mejoren la competitividad, dando soporte a la innovación en el sector e impulsando su desarrollo en igualdad de condiciones para los operadores de acuicultura, en relación a su acceso a las aguas y al espacio. Nuestro objetivo es mejorar el rendimiento de la flota de pequeña escala y diversificar las fuentes de ingresos para fortalecer las comunidades de las costas.

También forma parte del paquete de medidas una propuesta para la nueva Política de Mercado, con la finalidad de impulsar la competitividad en la industria de la Unión Europea, mejorar la transparencia de los mercados y asegurar la igualdad de condiciones para los productos comercializados en la Unión. Habrá un Observatorio de Mercado la UE a disposición de los pescadores y operadores de acuicultura que ayude a los accionistas, y en particular a las organizaciones de productores, a planificar mejor sus actividades y comercializar su producción. Además, aspiramos a mejorar la información al consumidor, para que sepan más sobre el pescado que comen y puedan hacer elecciones sostenibles.

Finalmente, a final del año vamos a presentar un nuevo instrumento financiero que enfatizará el soporte a las piscifactorías innovadoras, inteligentes y verdes

y promoverá la acuicultura sostenible. También ofrecerá incentivos para diversificar el sustento de las comunidades costeras, de manera que no dependan únicamente de la industria pesquera.

Centrándonos en la acuicultura, ¿qué papel desempeña para acabar con el actual problema de sobreexplotación de los recursos pesqueros?

Hay un consenso global acerca de que las capturas de pescado no pueden responder por sí solas a la demanda

"La acuicultura europea tiene que encarar los crecientes retos tecnológicos y de investigación, entre ellos, la optimización de la nutrición"

global de pescado y marisco. La acuicultura tiene un futuro prometedor en Europa y puede ayudar a superar este obstáculo. Pero no puede resolver el problema de la sobrepesca o simplemente sustituir la pesca. Necesitamos las dos, una industria pesquera y una industria acuícola saludables, rentables y sostenibles.

En estos momentos, ¿cuáles son las debilidades y fortalezas de la acuicultura europea?

La acuicultura europea no es una única industria. Es una actividad diversa con diferentes ramas (especies de agua dulce, salada y mariscos) y características distintas. El sector de la acuicultura europea aún no ha alcanzado todo su potencial. De hecho, la producción total de la Unión Europea está bastante estancada, en contraste con la acuicultura de fuera de la UE, que ha crecido sustancialmente.

La acuicultura es una actividad económica importante y tiene un gran potencial para el crecimiento y la creación de empleo en buena parte de las regiones de Europa. El sector de la acuicultura europea cumple con las normas aplicadas al medio ambiente, la protección de la salud pública y animal, y el bienestar animal. Tiene acceso a tecnología punta y a investigación de alta calidad. Sin embargo, tiene que afrontar desafíos que pueden afectar seriamente a su productividad y competitividad. Encarar los crecientes retos tecnológicos y las necesidades de investigación

(como la optimización de la nutrición, la selección de especies, las enfermedades animales, la insuficiencia de medicinas). Adoptar reglas más duras, particularmente en la protección del medio ambiente, que puede dificultar su competitividad. Otros cuellos de botella incluyen las dificultades de acceso al espacio y las aguas, así como la legislación. Los trámites, el desconocimiento de los inversores, el acceso limitado al crédito o la presión de las importaciones se añaden a los desafíos que los acuicultores europeos afrontan.

¿Qué novedades plantea la propuesta de Reforma en el sector de la acuicultura?

Un mejor marco para la acuicultura que incrementará la producción y el suministro de productos del mar en la Unión Europea, reduciendo la dependencia del pescado importado y estimulando el crecimiento en las áreas rurales y costeras. Hemos propuesto que, para 2014, los estados miembros cuenten con borradores de planes estratégicos para eliminar las barreras administrativas y establecer estándares medioambientales, sociales y económicos para la industria acuícola. Se establecerá un nuevo Consejo Asesor de Acuicultura para dar a los operadores recomendaciones en aspectos relacionados con la industria. Los países miembros deberán además intercambiar información y ejemplos buenas prácticas, así como cooperar los unos con los otros, especialmente en cuestiones transfronterizas.

La reforma de la organización del mercado común busca ayudar a reforzar las organizaciones de productores mediante la agrupación del suministro, el ajuste de la producción a las demandas del mercado y el desarrollo de planes para la producción y la comercialización. A la larga, la rentabilidad de los productores se verá mejorada. La Comisión también propone informar mejor a los consumidores, para ayudarles a tomar decisiones en base a esa información.

Finalmente, la promoción de la acuicultura debe continuar siendo apoya-



Debemos comunicar todos los datos sobre acuicultura, dado que su imagen no es tan buena como debería.

Hay una clara dimensión europea en el desarrollo de la acuicultura: las decisiones estratégicas tomadas a nivel nacional pueden tener influencia en los países miembros vecinos. Por tanto, la propuesta para la reforma PPC busca crear un marco legal más formal y el establecimiento de la igualdad de condiciones. El resultado debe ser la mejora de la seguridad y la certeza jurídica para las empresas, elementos que son, obviamente, necesarios para planificar sus operaciones y finanzas en una perspectiva a largo plazo.

¿Hay medidas específicas para los países mediterráneos?

Una de las propuestas específicas de la nueva PPC es tener menos micro-gestiones desde Bruselas y dar más espacio a las soluciones a medida de las regiones en lo que se refiere a la gestión de las piscifactorías, pero siempre dentro del marco de las reglas de la Unión Europea. La cuenca mediterránea está plenamente integrada en la Política Pesquera Común. En línea con el acercamiento regional, hay aspectos en los que la política puede y debe ser ajustada a las especificidades regionales.

¿Cómo afectará la reforma a las empresas relacionadas con el sector, como es el caso de Dibaq, dedicada a la nutrición de las especies acuícolas?

Si tenemos éxito en el desarrollo del sector de la acuicultura europea, beneficiará también a la industria de la nutrición animal. Pero es probablemente justo decir que el de la nutrición animal no será el sector más afectado por la reforma de la PPC.

Como Comisaria de Pesca y Asuntos Marítimos, este es su gran proyecto. ¿Qué reto personal se ha marcado al respecto?

Quiero ver las reservas de pescado europeas recuperarse hasta los niveles de rendimiento máximo sostenible para 2015. Mi meta es hacer de la pesca una profesión rentable de nuevo, en mares sanos y con abundantes peces. Las reformas nunca son fáciles. El cambio requiere valor y tiempo. Quisiera tener éxito a la hora de sustituir la mentalidad de las ganancias a corto plazo por la gestión a largo plazo. ■

"La promoción de la acuicultura debe continuar siendo apoyada por el nuevo Fondo Europeo para el Mar y la Pesca, cuya propuesta estará lista en los próximos meses"

da por el nuevo Fondo Europeo para el Mar y la Pesca, que proporcionaría una asistencia financiera bien orientada. La propuesta para el Fondo se está preparando y espero que finalice en los próximos meses.

¿Qué estrategias proponen para alcanzar una acuicultura sostenible?

Importamos más del 60% del pescado que consumimos en Europa. Ya he destacado lo importante que es para la acuicultura europea continuar su desarrollo, de manera que pueda complementar el suministro de pescado y marisco. En 2009, la Comisión adoptó una estrategia para dar a la acuicultura el impulso necesario. Propusimos una serie de medidas para promover la competitividad y la sostenibilidad de la acuicultura y

mejorar su imagen, como la promoción de la planificación del espacio marítimo bajo la Política Integrada Marítima. Es necesario asegurar las inversiones y los recursos, necesitamos promover y dar soporte a la investigación y mantener a los consumidores bien informados. También tenemos que desarrollar directrices que cumplan con los instrumentos medioambientales de la Unión Europea, en concreto con Natura 2000. Las autoridades públicas, la industria y los accionistas podrían usar estas directrices para demostrar que, si está bien gestionada, la acuicultura cumple altos estándares de protección medioambiental y que algunas formas de acuicultura, en particular las extensivas, pueden proporcionar buenos servicios medioambientales.

¿Cómo llega Unicef a Segovia?

Unicef es el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. Su función se basa en la Convención sobre los Derechos del Niño. Unicef España, bajo la forma jurídica de fundación, es uno de los 36 comités nacionales; cuenta con 17 comités autonómicos y 35 provinciales, dentro de los cuales se encuentra Segovia, donde trabajan como hormiguitas desde hace 23 años. Algunos voluntarios siguen desde que comenzamos la andadura. En la actualidad contamos con diez voluntarios estables y un número indefinido de colaboradores dependiendo de las actividades que tengamos previstas. Una proporción importantísima de socios pertenecen a la provincia. Nos sentimos muy valorados y respetados aquí.

¿Cuáles son los ejes de vuestra actividad?

Apoyamos a Unicef España en la promoción de los derechos del niño mediante la sensibilización y la captación de fondos y emergencias, así como en la sensibilización para alcanzar los Objetivos del Milenio. Con nuestros modestos medios, pero con muchísimo entusiasmo. También contamos con la colaboración de instituciones, empresas, entidades privadas, voluntarios, donaciones...

“En Unicef Segovia nos sentimos muy queridos por Dibaq. Es un ejemplo de colaboración entre empresas y Unicef”

¿Cuáles son las principales actividades que desarrolláis a lo largo del año?

Trabajamos en la sensibilización y políticas de la infancia mediante acciones como el programa Ciudades Amigas de la Infancia, entre las que se encuentran Segovia y San Cristóbal, que tiene como objetivo promover políticas más favorables a la infancia, así como la participación de los niños y jóvenes; la celebración del día de la Declaración Universal de los Derechos del Niño, y la educación para el desarrollo, un programa enfocado a la comunidad educativa cuyo objetivo es la educa-

Carmen Barios

Presidenta de Unicef Segovia



Por los derechos de la infancia

Unicef Segovia

Enfermera de pediatría desde hace 35 años, Carmen Barios inició la andadura de Unicef en Segovia hace más de dos décadas. Dedicó ocho horas a trabajar con niños y, después, junto a los voluntarios y colaboradores de Unicef, continúa su labor por ellos.

ción en valores a través de materiales didácticos que entre 2010 y 2011 se emplearon en cerca de 1.700 centros educativos de España, entre ellos colegios de Segovia y provincia.

También es importante para nosotros la captación de fondos y emergencias, sobre todo para los proyectos de cooperación al desarrollo que tiene Unicef en todo el mundo y que inciden en la salud, la nutrición, la educación, el agua, el saneamiento, la protección contra los abusos sexuales, la explotación infantil... Unicef España respondió en 2010 a 290 emergencias en 98 países. Las más importantes, el terremoto de Haití y las inundaciones de Pakistán. Unicef Segovia realiza la captación de fondos por medio de acciones especiales: actividades cultura-

les, deportivas, la importante campaña de Navidad, etc.

¿Qué relación hay con Dibaq?

En Unicef Segovia nos sentimos muy queridos por Dibaq. La relación, de muchísimos años, es institucional y es personal, de cariño y muy cercana. Dibaq ha respondido con gran atención a nuestras demandas y es un ejemplo de colaboración entre empresas y Unicef. Hace nueve años, le hicimos una distinción por su colaboración.

¿Un deseo para el futuro?

Que nunca se pierda la esperanza, porque sin ella no tenemos ilusión para trabajar. Creemos que este mundo en el que vivimos se puede mejorar. Y, claro, que no hicieran falta instituciones como Unicef. ■

Juan Carlos Sanz
Fundador de Piensos Júcar

Cuando hace sólo unos meses Juan Carlos Sanz (Cuéllar, 1962) decidió poner en marcha su nuevo negocio de distribución de piensos, tuvo claro que apostaría por lo local. Así que este segoviano confió en una empresa de la tierra, Dibaq, cuyos productos comercializa desde su base de operaciones, una diáfana nave ubicada en el polígono de San Cristóbal, en Valladolid. Seguimos sus primeros pasos en el mundo de la nutrición animal.



“El cliente que llega hasta Piensos Júcar busca un buen precio, pero no renuncia a la calidad”

¿Cuáles son hoy por hoy las principales actividades de Piensos Júcar?

Es un negocio a caballo entre la tienda de atención al público y el almacén. Dentro del almacén hay una tienda en la que se sirven todo tipo de piensos para mascotas, también para ganadería y algunos materiales para el hogar, el bricolaje y la jardinería.

¿Qué productos distribuye actualmente?

Desde Piensos Júcar comercializamos las diversas gamas de Dibaq Pet Care para mascotas: perros, gatos, pájaros, peces, tortugas y roedores. En el área de ganadería, distribuimos el alimento para caballo producido por Dibaq. Por otra parte, también contamos con pienso para gallinas, cerdos, etc.

¿Qué opinión tiene los productos de Dibaq?

Dibaq tiene productos muy buenos y unos precios muy competitivos. El cliente que llega hasta Piensos Júcar busca un buen precio, pero no renuncia a la calidad. Y, de hecho, muchísimos repiten.

¿Y del servicio ofrecido por la compañía?

A mí me funciona de maravilla. Además, vivo en Cuéllar, muy cerca de la planta de Dibaq, y si necesito algún pedido para el día siguiente, sé que puedo contar con ello de inmediato. Eso nos permite ser muy flexibles y prestar un servicio muy bueno, porque si nos falta algún producto que nos soliciten, podemos traerlo en menos de 24 horas.

¿Desde cuándo conoce la compañía?

Al ser de un pueblo cercano, lo conozco casi desde sus inicios. Los productos que ofrecemos a los clientes son de origen segoviano, apostamos por vender lo nuestro, lo de nuestra tierra. Podría vender cualquier marca, pero teniendo a 40 kilómetros de casa una compañía y un producto muy bueno, ¿por qué iba a elegir otra? Estoy muy contento con Dibaq.

Inició la actividad de Piensos Júcar a mediados del pasado mes de agosto. ¿Qué valoración hace del

arranque del negocio?

Yo lo veo bastante bien, sobre todo teniendo en cuenta que el negocio todavía no es muy conocido por la zona. A pesar de ello, tengo muchos clientes que repiten, además de gente que entra por primera vez. Funciona muy bien por el boca a boca. Estoy muy contento porque viene bastante gente.

¿Cómo se decidió a dar el salto?

He sido autónomo durante 27 años en el mundo del transporte. Mientras trabajaba como transportista, trasladaba habitualmente hasta los centros de producción mucha materia prima para la fabricación de piensos, como la soja y la cebada, y también he distribuido los piensos ya manufacturados a los comercios. Me atraía el sector y era el momento de cambiar de actividad.

¿Por qué eligió el polígono de San Cristóbal de Valladolid?

Este es uno de los mejores polígonos de España. Cuenta con unas calles amplias, está muy bien situado, dispone de buenas comunicaciones... Por la situación

13 la voz del sector ●●●●●●●●●●

del mercado inmobiliario, teníamos a nuestra disposición una gran cantidad de naves en alquiler. Es una ventaja porque los clientes que compran alimento para sus mascotas vienen habitualmente en coche para poder cargar cómodamente los sacos y necesitábamos una ubicación que permitiera aparcar de forma rápida. Muchas veces ni apagan el motor. Esa era una facilidad que no iba a encontrar en un sitio más céntrico. En concreto, en esta nave pueden entrar unas 50 toneladas de género.

¿Cómo son las instalaciones?

La compañía Piensos Júcar está ubicada en una nave muy bonita, muy diáfana, de 200 metros cuadrados. Nunca ha sido un taller mecánico, con lo cual el suelo, los techos y las paredes están en muy buen estado. Además, hay una oficina de 8 metros cuadrados, servicios y un mostrador-tienda para despachar los productos, donde además tenemos almacenada la mercancía más pequeña.

¿A qué tipo de compañías o clientes está prestando servicio?

En su mayoría son particulares, y muchos de ellos trabajan en el mismo

polígono de San Cristóbal. No somos proveedores a nivel industrial y todavía no distribuimos a tiendas de mascotas. Incluso aquellos que compran alimento para ganado son personas que tienen muy pocos animales en casa, es para uso doméstico. Hay una particularidad, y es que la frecuencia de compra de estos productos no es muy alta, por ejemplo, con un saco tienen suficiente para todo un mes, por lo que es muy importante que se queden contentos, para que vuelvan y nos recomienden a otros clientes.

Tras casi 30 años al volante del camión, ¿cómo lleva el trato al cliente?

La verdad es que, en general, muy bien. Hay hasta quien me ha dicho que tengo mucha simpatía.

¿Cuáles son las claves para conseguir que los clientes estén satisfechos?

Aconsejar a los clientes es muy importante; voy transmitiéndoles lo que voy aprendiendo y lo que ellos mismos me van contando sobre sus experiencias con los productos.

“Podría vender cualquier marca, pero teniendo a 40 kilómetros de casa un producto muy bueno, ¿por qué iba a elegir otra? Estoy muy contento con Dibaq”

De cara al futuro, ¿qué objetivos se marca?

Me gustaría que Piensos Júcar llegara a ser más conocido en Valladolid, para lo cual estamos haciendo promoción a través de diversos medios.

¿Y qué aspiraciones personales?

De momento, aspiro a mantenerme y a ganarme la vida en este sector. Más adelante, me gustaría poder crear empleo, quizás para ofrecer servicio a domicilio. ■

Asegure su tranquilidad a través de Caja Segovia Operador Banca-Seguros

SEGUROS AGRARIOS

- Seguro Integral de Cereales
- Seguro de Explotaciones de Herbáceos
- Extensivos Secano y Regadío
- Todas las líneas de Seguros Agrarios

SEGUROS PECUARIOS

- Seguro de retirada de animales (Vacuno, Ovino, Porcino y Cunicola)
- Explotaciones de Ganado Vacuno (Reproductor, Recría, Cebo)
- Explotaciones de Ganado Ovino y Caprino
- Seguro de Sequía de Pastos

INFÓRMESE EN SU OFICINA DE CAJA SEGOVIA



caja  segovia

C/ Cervantes, nº 17, 1º | 40001 | Segovia
Tel. 921 461 295/296 | Fax. 921 461 304
segursegovia@cajasegovia.es
www.segursegovia.es

Operador Banca-Seguros
vinculado



La alimentación húmeda de las mascotas: apuntes importantes

Por Elena Fernández Sánchez
Especialista en nutrición animal
Grupo Dibaq Pet Care

Según investigaciones desarrolladas por los líderes en bienestar y nutrición de los animales de compañía, la comida húmeda resulta beneficiosa y saludable para el organismo de las mascotas. Todos los componentes utilizados para su elaboración pasan rigurosos controles de alimentación. Además, la producción de este tipo de comida sigue las recomendaciones de la Federación Europea de la Industria Alimentaria de Comida para Animales Domésticos (FEDIAF) con el fin de asegurar una nutrición siempre equilibrada y completa.

Los alimentos húmedos completos y equilibrados contienen una mezcla de ingredientes tales como carnes de diferentes especies (porcino, vacuno, ovino, avícola, etc.), subproductos de pescado (atún, salmón), cereales de excelente calidad (maíz, arroz), vegetales (zanahorias, guisantes), vitaminas, minerales...

La comida húmeda contiene una proporción muy similar de macro-nutrientes, agua, proteínas, grasas y carbohidratos en las cantidades necesarias que requiere una dieta perfecta. Está basada en carne y derivados animales, proporcionando así los nutrientes esenciales necesarios e indispensables para los carnívoros, entre los que encontramos: vitamina A; minerales como calcio, fósforo y potasio; ácidos grasos, y aminoácidos esenciales.

La comida húmeda se caracteriza por contener una gran cantidad de proteínas y baja cantidad en carbohidratos. Está formada, entre un 35 y un 50%, por proteínas de origen animal, imprescindibles para la dieta diaria de perros y gatos. Además, si pensamos en mascotas sedentarias, proporciona

en general la mitad de calorías que la comida seca (comida húmeda 80-100kcal/ 100g y comida seca 350kcal/ 100g), lo que reduce el riesgo de que la mascota sufra sobrepeso.

Por lo general, estos alimentos son mucho más sabrosos y digestibles que muchos de los alimentos secos, y contienen una porción superior de materia seca proteica y grasa. Por lo tanto, son alimentos con una importante densidad energética.

El agua es otro de los elementos significativos en estos alimentos ya que es indispensable para realizar funciones vitales para los seres vivos. Compuesta por un 70% de agua de media, la comida húmeda consigue una mayor hidratación y, por ello, no es necesario que el animal ingiera tanta agua como si se alimentara con comida seca. Es importante señalar también que el agua ayuda a mantener un tracto urinario sano, especialmente, en gatos disminuyendo la formación de cálculos urinarios.

La temperatura y presión elevadas implicadas en su proceso de fabricación

eliminan bacterias nocivas que pudieran estar presentes, haciendo que el alimento sea totalmente estéril. Se alcanzan temperaturas por encima de los 121°C y presiones elevadas de hasta 2.700 milibares, garantizándose así una conservación perfecta.

Entre las ventajas de los alimentos húmedos, destaca por lo tanto ésta, su conservación, que puede llegar a ser extremadamente larga (3 años en algunos casos), así como su gran aceptación por parte de los animales. El proceso de esterilización y sellado permite que puedan mantenerse durante largos períodos de tiempo antes de su apertura, sin tener que considerar condiciones especiales de almacenado. Debido a su contenido nutritivo y textura, la mayoría de las personas prefieren dar a su perro alimentos industriales especiales para nuestros amigos. Este tipo de comida contiene todo lo necesario para la correcta alimentación de nuestras mascotas. También con este tipo de alimentos tenemos la posibilidad de mezclarlo con el pienso seco; con esto conseguiremos proteger la dentadura de nuestro animal y hacer su comida

más apetitosa. Si elegimos esta opción, deberemos tener cuidado con el tiempo que le dejamos el plato de comida al animal, para evitar su putrefacción.

La gran variedad de formas ofrecida por la comida húmeda —paté, trozos con salsa, *mousse*, salchichas, etc.— favorecen la palatabilidad. Además, su agradable textura es ideal para los cachorros con dolores debido a los cambios en la dentición y para los perros y gatos que tengan enfermedad periodontal.

Dentro de este tipo de alimentos, Dibaq tiene desarrolladas referencias para gatos y para perros. Dispone de una línea de alimento en latas de 400, 800 y 1.200 gramos en paté y de otra línea de alimento húmedo para perros que incluye salchichas. A su vez, dentro de cada línea fabrica alimentos para cubrir las necesidades de gatos y de perros en distintos estados fisiológicos. El desarrollo de todas y cada una de las referencias de alimento húmedo se ha hecho tratando de cubrir las necesidades de las mascotas en cada momento de su vida, estado fisiológico, etc.

Dentro de la gama de salchichas Perrynat, Dibaq ha seguido trabajando, elaborando alimentos totalmente novedosos, completos, muy saludables y apetitosos. Novedosos, porque presentamos en el mercado por primera vez salchichas especialmente formuladas para cachorros y razas pequeñas, así como una salchicha para perros que trata de buscar las carnes más saludables incorporando el pavo, junto con las verduras y arroz como cereal muy digestible. Son alimentos de agradable sabor, ya que es totalmente natural, aportado por sus ingredientes sometidos a un cuidadoso proceso de elaboración, para que conserven la mayor frescura y apetencia posible.

Las referencias Perrynat 'junior' y Perrynat 'razas pequeñas' se presentan en un formato de medio kilo, estando adaptadas a los requerimientos de estos animales. Estas salchichas son ideales para poder usarlas solas como un alimento completo, en dietas mixtas mezcladas con alimento seco y también, por ejemplo, para darle un premio si hace algo correctamente. La ventaja que presentan es que el due-



Entre las ventajas de los alimentos húmedos destaca su conservación, que puede llegar a ser extremadamente larga, así como su gran aceptación por parte de los animales

ño del animal puede llevarlas consigo y dárselas a su mascota en el parque, utilizarlas en viajes, caza, etc.

Son muy fáciles de administrar, se le pueden partir a la mascota rodajitas al igual que si estuviera consumiendo algún tipo de fiambre disponible en el mercado. El producto puede conservarse en el frigorífico una vez abierto y consumirse en 3-4 días. Además, tiene

la ventaja de que no requiere frío para su transporte ni almacenamiento, sólo una vez abierto y si no es consumido de una vez.

Con Perrynat, Dibaq garantiza que el animal esté perfectamente alimentado y disfrutando de un alimento muy sabroso y apetecible. No necesitan frío, son de fácil dosificación y seguro que a su perro le encantan. ■



Consorcio Acuisost: Hacia una acuicultura sostenible

ACUISOST
ACUICULTURASOSTENIBLE



Por José Luis Tejedor del Real
Director de I+D+i del Grupo Dibaq

Concluye el Proyecto Acuisost: un paso adelante en el compromiso con la innovación y el desarrollo de la acuicultura. Es el proyecto de investigación de mayor envergadura llevado a cabo jamás por este sector, con una duración de cuatro años y un presupuesto de 20 millones de euros.

Todo lo que empieza, acaba. Aunque no todas las cosas dejan un recuerdo y una huella tan significativa en el Grupo Dibaq como el Proyecto CENIT Acuisost. Ya han pasado 5 años desde que empezamos con muchísima ilusión a trabajar en él, y las perspectivas es que se siga exprimiendo su valor hasta al menos 3 ó 4 años más. Y es que un proyecto de investigación formado por 25 empresas, 20 centros de investigación y 21 millones de euros para conseguir una acuicultura sostenible son palabras mayores.

El estancamiento de la producción piscícola procedente de la pesca extractiva posiciona a la acuicultura al frente del suministro de pescado en los próximos años. La acuicultura española se presenta como una actividad económica de gran interés de cara al futuro y es a su vez la mejor forma de asegurar la producción piscícola en un país donde el consumo de pescado es una práctica alimentaria muy frecuente, por encima de la media europea y mundial. Con Acuisost, hemos querido aportar nuestra granito de arena ante el reto de futuro de la acuicultura.

Objetivos y coordinación

Los objetivos generales de Acuisost han sido el desarrollo y evaluación de materias primas, tecnologías y sistemas en el sector acuícola, en los campos de la nutrición piscícola, la bioseguridad, la comercialización de productos de alto

valor añadido, la seguridad alimentaria y la minimización y revalorización de subproductos, que potencien una producción acuícola racional y sostenible.

Para todo ello, ha sido necesario la organización en diferentes actividades y áreas de trabajo, donde la coordinación ha sido clave y fundamental para el éxito del proyecto. Este proyecto se estructuró en siete líneas de investigación:

Actividad 1. Evaluación nutricional, técnico-económica y medio ambiental para la selección de materias primas distintas a las harinas de pescado en dietas acuícolas

Actividad 2. Aditivos y sistemas de encapsulación para la liberación controlada de nutrientes

Actividad 3. Aplicación de técnicas y sistemas biotecnológicos para la mejora de la funcionalidad de dietas acuícolas

Actividad 4. Nuevas tecnologías de producción y bioseguridad

Actividad 5. Desarrollo y cultivo de especies

Actividad 6. Transformación de residuos

Actividad 7. Preparaciones para consumo humano provenientes de pescado de crianza

Empresas y centros de investigación participantes

En Acuisost, además de Dibaq, Diproteg, como empresa líder, han participado otras 24 empresas líderes nacionales

en el sector de la alimentación (Azucarera Ebro, Galletas Siro, Alimentos Alidel, Horno de Galletas de Aguilar, Horno del Espinar, Productos Alimenticios La Familia y Snacks de Castilla y León), biotecnología (Innaves, Abiasa, Rubinum, Proalan y Vellsam), producción y comercialización de pescado de acuicultura (Acuícola Marina, Aqüicultura Els Alfacs, Ceutamar, Pescanova, Galician Marine Aquaculture, Cripesa, Piscifactorías Andaluzas, Pizolla, Truchas del Segre, Valenciana de Acuicultura, Aquicosta), tratamiento de residuos (Digestor) y bioseguridad y gestión en piscifactorías (Ox-Cta y Proyectia) y plásticos y envases inteligentes (Linpac)

Buena parte de las actividades del proyecto han sido realizadas por organismos de investigación de renombre prestigio y con una larga trayectoria en la realización de proyectos nacionales e internacionales como los centros tecnológicos CARTIF, AINIA y Azti Tecnalia; una amplia representación de las universidades españolas con la Universidad de Valladolid, Vigo, Santiago de Compostela, Zaragoza, Complutense de Madrid, Politécnica de Valencia y Autónoma de Barcelona y los Institutos Canario de Ciencias Marinas, Instituto de Fermentaciones Industriales (CSIC), Instituto de la Grasa (CSIC) y el IRTA-St. Carles de la Rápita.

A todos ellos, empresas y centros de investigación, así como a Gestinver y

Esmedagro como coordinadores del proyecto, queremos agradecer desde Dibaq su esfuerzo, dedicación e ilusión durante estos cinco años de trabajo que nos han permitido obtener resultados escalables, ampliar nuestras redes de contacto y sobre todo aprender muchísimo con todos vosotros.

Resultados

Resulta muy complicado poder resumir los fantásticos resultados que cada una de las empresas ha conseguido gracias a Acuisost. Como todo proyecto, no está falto de resultados negativos pero también hay grandes noticias.

En Dibaq, se ha conseguido la utilización de aislados e hidrolizados proteicos vegetales como alternativa digestible y de calidad a las harinas de pescado y estando en proceso de patente por la OEPM. Además, nos ha permitido trabajar con macroalgas, prebióticos, subproductos de la industria agroalimentaria como el pan de molde, galletas o residuos de la industria azucarera como materias primas para alimentación de especies nuevas y tradicionales. También se han puesto a punto sistemas de encapsulación de micronutrientes y técnicas de diagnóstico molecular para implementar el control de calidad de nuestros productos.

Todo ello nos va a permitir en 2012 lanzar ZENIT, un novedoso programa de alimentación piscícola para especies mediterráneas, que engloba lo mejor de cada uno de los proyectos en los

que hemos (y seguimos) trabajado durante estos años.

En el ámbito del Grupo Dibaq, Invermar ha conseguido lanzar al mercado los filetes de dorada y lubina en aceite de oliva, producto de V Gama pionero y rompedor en la acuicultura, que está teniendo una gran aceptación en el mercado.

Otros logros destacados del resto de participantes en Acuisost son el desarrollo de bacterias probióticas con resultados espectaculares en dorada, lubina y lenguado, la implantación de una vacuna eficaz para prevenir las flavobacteriosis en trucha arco iris, tratamientos de agua alternativos, la innovación en envases inteligentes para mejorar las presentaciones del pescado, el cultivo de especies alternativas a las tradicionales o la obtención de biocombustibles a partir de residuos de la acuicultura dando una salida racional, sostenible y respetuosa con el medio ambiente.

Además del conocimiento generado y de haber implicado a un amplio colectivo de investigadores, científicos y técnicos del sector, han abierto nuevas vías de investigación estableciendo las bases de la futura innovación de la acuicultura. Networking en estado puro. Los resultados prácticos alcanzados incluyen como indicador de éxito del desarrollo de este proyecto el registro de 5 patentes, 55 artículos científico-técnicos publicados en revistas especializadas y 61 comunicaciones a congresos tanto en formato oral como en póster.

Una muestra de la importancia, trascendencia y notoriedad de Acuisost son los 39 nuevos proyectos que se han generado posteriormente, de los que 14 son autonómicos, 15 nacionales y 2 europeos y la previsión es que se generen 27 más, 9 autonómicos, 15 nacionales y 3 europeos en el plazo de 1-2 años.

Además, Acuisost ha generado empleos para el desarrollo del proyecto que se ha puesto de manifiesto en la contratación de alrededor de 39 nuevas contrataciones específicas para el proyecto. De ellas, 6 han sido de doctores, 13 de personal titulado superior, 8 titulados medios y 6 no titulados.

Resulta de interés destacar que ICCM y el Instituto de la Grasa han puesto en marcha dos plantas piloto de valoración y reutilización de productos y subproductos y el aislamiento e hidrólisis enzimática de proteínas vegetales respectivamente, que nos permitirán seguir investigando en esta línea y el grupo ACUMA de la Universidad Politécnica de Valencia (UPV), ha creado un laboratorio denominado ACUISOST en el que permitirá a las empresas colaborar con él en otros proyectos de investigación.

Finalmente, es necesario comentar que la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Valladolid está desarrollando una Tesis Doctoral con el Proyecto Acuisost como modelo y ejemplo de alianzas estratégicas multisocio. ■



Consorcio Acuisost. Reunión Inaugural. 2007



Foto del Consorcio 2011. Reunión Justificación. Final 2011.

Fernando García
 Director General de Dibaq Pet Care



Al frente de Dibaq Pet Care, Fernando García (Madrid, 1959) ha sido un testigo de excepción de la evolución del mercado del sector de las mascotas en nuestro país. Con dos hijos y apasionado de los ferrocarriles, mantiene viva cada día la apuesta de la compañía la innovación, la internacionalización y la responsabilidad.

“La mascota está cada vez más humanizada, es un miembro más de la casa y el dueño busca sobre todo su salud y bienestar”

Veterinario de formación, comenzó a trabajar en Dibaq hace 22 años, procedente del sector ganadero. ¿Qué balance hace de estas más de dos décadas?

Muy bueno. Empezamos con un proyecto muy novedoso, cuando las mascotas en España no gozaban del estatus que tienen ahora, y en estos 22 años hemos ido consolidando nuestra actividad en un sector, el de Pet Care,

que ha crecido muchísimo. Dibaq ha basado su desarrollo en la aportación constante de nuevas ideas y conceptos al mundo de la mascota.

¿Cuáles son los valores que definen la filosofía y los productos de Dibaq Pet Care?

No somos una multinacional al uso. Desde nuestra índole rural, nuestros productos están enfocados a las mate-

rias primas naturales, al bienestar y al cuidado de las mascotas.

¿Cuáles son las diferentes líneas de productos de Dibaq Pet Care?

Tenemos varias líneas: una línea económica, pero diferencial en cuanto a calidad y nutrientes; una línea Premium, que es de más alta gama y está dirigida a otro tipo de sector; una gama Súper Premium, dirigida

tiendas muy especializadas y clínicas veterinarias.

Principalmente contamos con productos para perros y gatos, tanto alimento seco como húmedo, aunque también fabricamos alimentos para canarios, periquitos, roedores, peces de agua fría y calientes, tortugas...

Dibaq Naturalmente Mejor es la marca más emblemática de Dibaq Pet Care, ¿cuáles son las características que la diferencian?

Es una de las gamas principales, responde a la utilización de materias naturales que mencionaba. Cuenta con una serie de productos funcionales, y con algunos ingredientes muy diferenciales a otros productos existentes del mercado.

¿Cuáles son las últimas novedades en el portfolio de productos de Dibaq Pet Care?

Estamos trabajando sobre todo con productos funcionales y con materias primas muy novedosas, desde algas marinas hasta antioxidantes naturales, pasando por mono-oligosacáridos, extractos de plantas esenciales como el ajo, el orégano o la alcachofa, con frutas, con aceite de oliva, malta... Este tipo de elementos, presentes en nuestra dieta, están tomando un perfil diferente, al ser incluidos en la nutrición animal.

¿Hay en Dibaq Pet Care un esfuerzo constante por innovar en el catálogo de producto?

Siempre ha constituido la base de nuestro trabajo, es el apoyo necesario para ir desarrollando nuevas dietas que contribuyan al bienestar de los animales. La innovación es el futuro y, creamos tanto en ella, que estamos creando un nuevo centro de nutrición y acabamos de inaugurar unos nuevos laboratorios.

¿Podría desvelarnos algún detalle más sobre estas instalaciones?

En los próximos meses abriremos el nuevo Centro de Nutrición en Fuentepelayo, en Segovia, que sustituirá al anterior, ubicado en la República Checa. Gracias a estas instalaciones podremos comprobar muy de cerca de los beneficios de las dietas que vamos desarrollando, en colaboración con diferentes universidades, en línea con nuestra filosofía de fomentar la rela-

ción empresa-universidad. En cuanto a los nuevos laboratorios, están en marcha desde hace de un mes. La ampliación está enfocada a análisis muy completos, y de hecho es posible prestar servicios a otras compañías.

¿Qué tendencias han identificado en el sector de las mascotas?

La tendencia sigue siendo buscar lo que el animal, y sobre todo el humano, requiere. La mascota está cada vez más humanizada, es un miembro más de la casa y el dueño busca sobre todo su salud y bienestar, lo que querría para sus familiares más allegados. Se están aplicando en la dieta del animal aquellos nutrientes que son buenos para el ser humano, y que en algunos casos están tan de moda: bios, beneficios de plantas esenciales y frutas, oligosacáridos...

¿En qué países está presente Dibaq Pet Care?

Ahora mismo estamos en 42 países: Centroeuropa, Europa del Este y Europa continental, Norte de África, Israel, tres países asiáticos, y en Norteamérica, sobre todo en México, que es donde tenemos más proyección gracias a nuestra planta comercializadora.

A nivel internacional, ¿cuáles tienen mayor proyección?

Latinoamérica tiene para nosotros un futuro prometedor. Están muy influi-

dos por el mercado de Estados Unidos; crece el número de mascotas y la atención que los dueños les prestan, y podemos extrapolar, con sus peculiaridades, muchas de las dietas que ya hemos desarrollado. El otro polo hacia el que miramos es Asia, como un paso posterior. Y queremos seguir consolidándonos donde ya estamos presentes, sobre todo en el Norte de África, donde están surgiendo oportunidades muy señaladas.

¿Cómo describiría el actual mercado de las mascotas en nuestro país?

Está muy dividido entre la gran distribución y el canal especializado. Sube la cuota de mercado de la distribución en detrimento del canal especializado, que se está dirigiendo a otro tipo de dietas para mascotas. En Dibaq creamos en dos canales. Cada uno va a tener sus propias oportunidades, y nosotros tenemos que responder con nuestro *know how* a las necesidades que vayan surgiendo en cada uno de ellos.

¿Cuáles son hoy por hoy sus objetivos al frente de esta división?

Los retos son seguir con la fuerte innovación, con el proceso de internacionalización, que es muy importante para nosotros, y con la apuesta por la sostenibilidad y la responsabilidad, que está dentro del ADN de la compañía. ■



“La innovación es el futuro y, creamos tanto en ella, que estamos creando un nuevo centro de nutrición y acabamos de inaugurar unos nuevos laboratorios”



Packaging

Compra a primera vista

Igual que se intenta causar una buena impresión en una entrevista de trabajo o una primera cita, los responsables de marketing intentan seducir a los clientes a través del *packaging*. Por eso no hay de qué preocuparse si, en la foto del envase, un alimento para mascotas nos parece apetitoso; cuando hablamos de *petfood*, el objeto de deseo no es el animal, sino su dueño.

Desde el sector industrial suelen pensar en él en términos de manipulación, transporte y almacenaje pero, cuando se somete al veredicto de los consumidores, los poderes del *packaging* van más allá. Es capaz de comunicar las cualidades del producto, de transmitir la personalidad de una marca y hasta de influir en el cliente para que éste escoja entre una u otra opción. Aunque no seamos muy conscientes de ello, a veces el aspecto de un envase puede elegir por nosotros; de hecho, más de la mitad de las decisiones de compra se terminan de tomar en el punto de venta.

Para explicar las razones de que esto suceda hay que echar mano de una ciencia llamada Psicología del Consumidor. Está basada en las teorías de la percepción, que afirman que la forma en la que el individuo percibe el mundo que le rodea constituye uno de los determinantes fundamentales de su conducta. Una de las características de la percepción es su naturaleza selectiva: el individuo opta entre multitud de estímulos sólo por aquellos que le llaman la atención. Y esa deferencia está determinada por factores externos, como la intensidad, el contraste, la repetición y el movimiento, e internos, como nuestros intereses y a lo que estamos dispuestos a prestar atención.

Las modas del packaging

Los envases han desempeñado diversos roles a lo largo de la historia. Hace

Lo más habitual es que las latas de metal se reserven para el alimento húmedo y las bolsas multicapas para el seco

10.000 años servían para contener los elementos más básicos de la supervivencia: el agua y la comida. La evolución se ha reflejado también en los cambios experimentados por el *packaging*. Los consumidores demandamos belleza, comodidad, información y calidad. Todo en uno.

Los mensajes diferenciadores fáciles y rápidos de comprender, los contenidos relevantes, claros y sencillos, y la practicidad para que la experiencia post-compra sea positiva son los tres requisitos que, junto a la inteligencia comercial, el ingenio y la creatividad, priman hoy por hoy en el diseño de un envase, en opinión de Diana de Nieves, Directora de Servicios al Cliente de la agencia de *branding* y *packaging* La Cía.

Hasta los colores de moda van cambiando, por no hablar de otras influencias en esta particular pasarela del envasado. Multitud de compañías alinean los diseños de sus envases con la política de Responsabilidad Social Corporativa, añadiendo información en braille o en las diferentes lenguas del Estado, y cuidando el medio am-

biente a través de materiales reciclables o reutilizables. De hecho, el estudio Green Brands 2011 señala que el *packaging* y el material con el que se ha elaborado es el atributo que más influye en la decisión de compra en los países desarrollados.

También las nuevas tecnologías influyen en este campo; por ejemplo, se han añadido sistemas de seguimiento (denominados RFID) que dan fe del camino seguido a lo largo del proceso de fabricación y distribución.

Alimento para mascotas, packaging para humanos

El aumento de las ventas de los alimentos para mascotas ha hecho florecer toda una industria en torno al envase de los productos de *pet food*. Lo más habitual es que las latas de metal se reserven para el alimento húmedo y las bolsas multicapas para el seco, como recogen en la revista PFFC, especializada en materiales. Y aunque desde esta publicación americana matizan que van surgiendo novedades, como la comida congelada, y que los 'snacks' suelen presentarse en raciones más pequeñas, aunque los paquetes de ta-

De la A a la Z

Lo que los expertos del gremio denominan con el anglicismo *packaging*, aquí siempre se ha llamado envase, y no es más que el recipiente o envoltura que contiene los productos y los agrupa. Puede diferenciarse, según la guía técnica de AINIA, entre envase primario —en contacto directo con el producto, constituye una unidad en el punto de venta al alcance de la mano del usuario final—, secundario —o colectivo, que agrupa varias unidades en el punto de venta para ser vendido como tal o para facilitar su reposición— y terciario —se refiere al embalaje y paletización, diseñado para facilitar la manipulación y el transporte de varias unidades de venta o de varios envases colectivos para evitar su manipulación física y los daños inherentes al transporte.

maño familiar siguen siendo los reyes de este tipo de compras. Asimismo, los envases y el grafismo pueden establecer una diferenciación entre las marcas Premium y los productos de menor calidad y precio.

Este no quiere decir que no se produzcan cambios en este rincón del súper. Como señala Guillermo Dufranc, coordinador del área de Diseño Gráfico en la agencia de diseño de *packaging* Tridimage, "la categoría de los alimentos para mascotas ha sufrido una evidente mutación en los últimos tiempos". Si antes se trataba de buscar cualquier cosa para satisfacer una necesidad básica del animal, hoy la decisión es tan compleja como la del alimento de sus dueños. Más que nunca, estos tratan a sus mascotas como parte de la familia.

"Se debe apuntar al corazón de los compradores para llegar hasta sus verdaderos consumidores"
[Guillermo Dufranc]

Entre las posibilidades para el envase, Dufranc enumera que "apelan a lenguajes lúdicos, casi como si fueran productos orientados a los niños" o que "buscan lucir apetitosos" a pesar de que resulta improbable que quien toma la decisión de compra vaya a catar el producto. El interés por la buena salud ha alcanzado la órbita del mundo animal y se refleja en el hecho de que el envase incorpora cada vez más información nutricional. Aunque, en general, este especialista considera el discurso emotivo prevalece sobre el racional: "Se debe apuntar al corazón de los compradores para llegar hasta sus verdaderos consumidores".

También se han realizado avances en aspectos más técnicos y menos estéticos. Por ejemplo, la empresa de *packaging* Gloglio analiza en un informe cómo los envases tradicionales de papel multicapa antigrasa no evitaban el olor del producto *petfood* seco, y suponían un problema a la hora de ubicarlos en el supermercado, porque colocarlos en la zona de bricolaje

Fitmin: mejorada por dentro y por fuera



Tras dos años de investigación, Fitmin, la marca estrella de Dibaq A.S. (empresa del Grupo Dibaq en la República Checa) ha presentado la nueva línea de alimentación para perros. Y si en el interior los cambios están marcados por un incremento en la calidad del producto, por fuera la evolución se refleja en un renovado *packaging*.

Fitmin cuenta con nuevos envases, más atractivos y funcionales, que incorporan información nutricional muy útil, un cierre de cremallera y un asa lateral para facilitar el manejo por parte de los consumidores. Los productos de la línea Fitmin continúan estando divididos en tres líneas básicas en función de las características del animal, Mini, Medium y Maxi, que ahora se distinguen a través de un código de colores.

reducía las ventas. De ahí que fuera necesario encontrar un material complejo, una combinación de plásticos, que resolviera esta situación sirviendo de barrera frente al olor, al oxígeno atmosférico y a la humedad.

En materia de investigación, la revista *Pet Food Industry* recoge algunas de las tendencias que en 2011 han traído de cabeza a los profesionales de este sector. Las hay curiosas, como la invención de una aplicación de iPhone para calcular la viscosidad de los materiales plásticos empleados en la fabricación del *packaging*. Sin ir tan lejos, al igual que en otros sectores industriales, la búsqueda de la sostenibilidad es un mantra que afecta de manera transversal a la mayoría de las innovaciones, reduciendo el volumen de materiales empleados o escogiendo aquellos que puedan ser biodegradables, entre otras medidas. Se persigue no sólo que sean beneficiosos

desde el punto de vista medioambiental, sino que al mismo tiempo contribuyan a elevar la eficiencia y reducir los costes del proceso productivo.

Hay otros aspectos que se tienen en cuenta. Se busca mejorar la resistencia a la grasa y las posibilidades de impresión, con gráficas diferenciales que tengan mayor impacto en el comprador. Innovar en los sistemas de retención que mantienen el producto en su lugar durante el transporte y la distribución. Facilitar que el envase se abra sin volverse loco y que además se pueda cerrar cuantas veces se quiera manteniendo todas sus propiedades. O, simplemente, que el consumidor pueda cogerlo y trasladarlo fácilmente (en esa operación denominada en términos *marketinianos* "cash&carry") hasta su dulce hogar, para llevar a su querida mascota el mejor alimento sin derramar ni una sola gota de sudor de más. ■





Especialistas en nutrición animal.

Grupo Dibaq
Edificio Dibaq C/ La Cruz, 3
40260 – Fuentepelayo Segovia España
Tel: 34 921 57 42 86 e-mail: grupo@dibaq.com

