

PETFOOD

Número 18
DICIEMBRE 2019
ENERO 2020

LATINOAMERICA  



3 AÑOS DE PETFOOD LATINOAMÉRICA

DEL INTESTINO AL CEREBRO Y DE VUELTA:
UNA CONEXIÓN DE 2 VÍAS PARA EL BIENESTAR DEL ORGANISMO

MINERALES ORGÁNICOS; VENTAJAS EN EL ALIMENTO, EL MEDIO AMBIENTE
Y LA NUTRICIÓN DE LAS MASCOTAS

PERCIBIENDO UNA OPORTUNIDAD: MEJORAR EL AROMA DEL ALIMENTO PARA MASCOTAS

ALIMENTOS CON BENEFICIOS PREVENTIVOS, LA NUEVA TENDENCIA EN EL MERCADO

Llegamos a
estos países:



KEMIN TIENE LA RESPUESTA DE FORMA *NATURAL*



**Cuando se trata de estabilizar con antioxidantes naturales,
nadie conoce esta tecnología mejor que Kemin.**

Desde 1992, Kemin ha apoyado y asesorado cientos de clientes en el desarrollo de programas de estabilización natural a través de servicios de laboratorio personalizados, apoyo técnico, y departamento de aplicación de productos. Estos esfuerzos han convertido a Kemin en un líder en el suministro de soluciones antioxidantes naturales que ayudan a prolongar la frescura de los alimentos para mascotas.

Para obtener más información, visite:
www.kemin.com/solucionnatural

KEMIN[®]



EXTRACTING
WITH BOLDNESS

WE
CAPTURE
WHAT
MOVES

MANE





En Tecnoalimentos no buscamos clientes para nuestros productos, brindamos soluciones para nuestros clientes. Es por eso que estamos comprometidos en ofrecer ingredientes que cumplan con los más altos estándares de nutrición.

PROTEÍNA ANIMAL

- Harina de Cerdo
- Harina de Pescado
- Harina de Pollo
- Harina de Atún
- Harina de Sardina
- Harina de Salmón
- Harina de Krill
- Harina de Res
- Harina de Sangre
- Harina de Pluma
- Harina de Pavo
- Harina de Camarón
- Pasta de Pavo
- Pasta de Pollo
- Pasta de Gallina



- Harina de Tilapia
- Albumina de Huevo
- Huevo Deshidratado
- Aislado de Soya
- Calostro en Polvo
- Colágeno Hidrolizado 96%

INGREDIENTES

- Azúcar
- Aislado de Soya
- Avena Entera
- Glicerina USP
- Levadura de Cerveza
- Pasta de Ajonjolí
- Pulpa de Remolacha
- Fibra de Chícharo
- Gluten de Maíz
- Hojuela de Avena
- Pasta de Canola
- Pasta de Soya

PROTEÍNA DE LECHE

- Leche Descremada
- Leche Deslactosada
- Leche Entera
- Suero de Leche
- Lactosa
- Sólidos de Mantequilla
- Caseinato 98%

GRASAS Y ACEITES

- Sebo de Res
- Aceite de Pollo
- Grasa Butírica en Polvo
- Grasa Vegetal en Polvo



Harina de Salmón en alimentos para mascotas

Cada vez los pet parents buscan humanizar más la vida de sus perros o gatos. Esta tendencia ha obligado a la industria de los alimentos de mascotas a desarrollar más productos que se asemejen a la comida que consumen las personas. Existe un reto muy fuerte para poder obtener un alimento adecuadamente balanceado, que por un lado cumpla los requerimientos nutricionales de la mascota y por otro cumpla con las exigencias de sus dueños.

La inclusión en los alimentos de prebióticos, probióticos, fibra dietética, condroitina, glucosamina, l-carnitina y antioxidantes, entre otros, es cada vez más común en los alimentos para mascotas. El uso de ácidos grasos omega 3 en las dietas con sus subsecuentes atributos como lo son el promover la salud del sistema cardiovascular y de apoyar el desarrollo cognitivo, así como influir en la calidad estructural de la piel es cada vez más observado. Otro atributo sumamente apreciado por los consumidores es la calidad de la proteína que contienen los alimentos, siendo muy valorado el uso de las harinas de pescado sobre algunos tipos de proteínas de origen animal como la res o el cerdo.

Finalmente, los pet parents en su afán de alimentar saludablemente a sus mascotas buscan también la disminución de las grasas saturadas de origen animal en el alimento de sus perros y gatos.

La harina de salmón es un ingrediente sumamente útil que cubre muchos de los atributos exigidos por los compradores del alimento: es una fuente de proteína con un excelente valor biológico y de muy buena digestibilidad, en comparación con las harinas de pescado convencionales, el aceite que contiene cuenta con una buena cantidad de ácidos grasos omega 3 y además es atractiva para las mascotas en términos de aceptación. Un punto muy importante en la alimentación de gatos es la imposibilidad que presentan para absorber ácidos grasos de origen vegetal tales como el alfa linolénico (ácido graso omega 3 presente en la linaza), por lo que se hace necesaria la inclusión de fuentes fácilmente absorbibles de este ácido graso (DHA) presentes en el salmón.

Su inclusión en el listado de ingredientes de un alimento para mascotas es muy apreciada por los dueños de perros o gatos. Todo lo anterior nos lleva a concluir que el uso de la harina de salmón es sumamente interesante no sólo desde el punto de vista nutricional, sino también para las exigencias y demandas del comprador actual de alimentos para mascotas.



Miguel Angel López
Consultor en Pet Food



ÍNDICE

8 NOTICIAS DE INTERÉS GENERAL

Alimentos para mascotas, Cinco tendencias en alimentos para perros y gatos, Seguro médico para tu mascota, El impacto de las mascotas en los hogares peruanos, Más mascotas que niños, Curso de Iniciación a la extrusión impartido por Clextal, Symrise completa con éxito la adquisición de ADF/IDF

18 NOVEDADES Y PROMOCIONES DEL MERCADO LATINOAMERICANO

Minino Edición Navideña 2019, Asgard Innovación en Nutrición

22 ARTÍCULOS

22 3er Aniversario de Pet Food

26 Del intestino al cerebro y de vuelta: una conexión de 2 vías para el bienestar del organismo

30 Minerales orgánicos ventajas en el alimento, el medio ambiente y la nutrición de las mascotas

38 Percibiendo una oportunidad: mejorar el aroma del alimento para mascotas

44 Alimentos con beneficios preventivos, la nueva tendencia en el mercado

48 AMASCOTA

Grupo Amascota

50 COLUMNAS

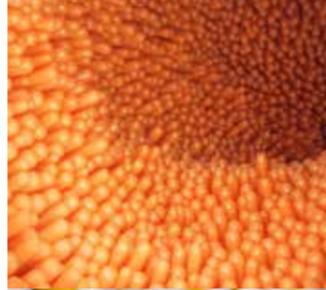
52 Algunas consideraciones a tomar en cuenta en el desarrollo de nuevos productos

54 Ciclo PHVA "Hacer"

54 Momentos de la Verdad

56 CALENDARIO DE EVENTOS

Próximos eventos



DIRECTORIO

DIRECTOR GENERAL Y EDITOR:
Gianfranco Pontecorvo Valhuerdi

VENTAS:
Consultores Especializados en Mascotas

ARTE Y DISEÑO:
MUWAN STUDIO

WEB Y REDES SOCIALES:
MIMETIZA

HECHA EN MÉXICO POR:
CONSULTORES ESPECIALIZADOS
EN MASCOTAS SA DE CV

PetFood Latinoamérica, Año 3 Número 18 Diciembre 2019 Enero 2020. Es una publicación bimestral editada por Consultores Especializados en Mascotas S.A. de C.V. <http://petfoodlatinoamerica.com> Editor responsable Gianfranco Pontecorvo Valhuerdi. Reserva de derechos al uso exclusivo No.04-2016-120914023000-102 otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Licitud de Título y Contenido SEGOB 16856. Permiso SEPOMEX No. PPO9-02064, impresa por Grupo Gráfico Editorial S.A. de C.V. Calle "B" No 8, Parque industrial Puebla, 2000 Puebla, Pue. Este número se terminó de imprimir el 28 de Noviembre del 2019 con un tiraje de 1,600 ejemplares.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos o imágenes de la publicación sin previa autorización del Instituto Nacional del Derecho de Autor.

PROTEÍNAS Y GRASAS

de ORIGEN ANIMAL

mayor **digestibilidad** y **alta palatabilidad**



NATIONAL RENDERERS ASSOCIATION

Oficina para Latinoamérica
Sierra Candela 111 oficina 501
Lomas de Chapultepec
11000 México D.F., México

Tel: +(52 55) 5980-6080
Fax: +(52 55) 5980-6081
Correo electrónico: nramex@nralatinamerica.org

Editorial



petfoodlatinoamerica.com



Pet Food Latinoamerica



TOLERANCIA, VIRTUD POCO ENTENDIDA.

Todos los días vemos noticias de una Latinoamérica convulsionada, dividida, en algunos países más que en otros pero no deja de preocuparnos el odio y la división que han causado las religiones, creencias políticas, racismo, desigualdades, gobiernos corruptos, intereses mezquinos e insaciables que nos han estado sorprendiendo por años en algunos países y en otros últimamente ocupando las portadas de periódicos, primeras noticias en redes sociales y en la TV como Bolivia, Venezuela, Argentina, Nicaragua, Chile, Brazil, México, Perú, Ecuador, etc.

El fenómeno de los migrantes para algunos países como México ya es un problema mayúsculo y no de poca importancia como algunos personajes lo han catalogado.

Cada vez veo más violencia, enconos, manifestaciones y descontento en general en la mayoría de nuestros países y no se ve un remedio a todo esto.

Reflexionando que podría ser una de las causas principales y he llegado a la conclusión que la falta de tolerancia o Intolerancia es una de las principales causas de que el humano rebese ese límite de prudencia que lo convierte en intolerante y empiezan a aflorar los bajos instintos.

Tenemos una tierra fértil para la delincuencia, golpes de estado, guerras civiles, dictaduras, evangelizadores y demás ejemplos ya sucediendo en nuestro continente.

Si pudiéramos exhortar a todos nuestros compatriotas, familiares y amigos yo propondría a ser más tolerantes ya que según la definición de Tolerancia es la actitud de la persona que respeta las opiniones, ideas o actitudes de las demás personas aunque no coincidan con las propias. Por lo antes dicho podríamos tolerar a las personas que piensan u opinan diferente sin enojarnos y ponernos en contra inmediatamente.

Espero y deseo de corazón el poder tener un 2020 de conciliación en todo Latinoamérica y el mundo y desearles a Usted nuestro lector y su familia y allegados salud y prosperidad en este año que termina y en el 2020 que se avecina, todos los lectores en Pet Food Latinoamerica les agradecemos que nos sigan leyendo y retroalimentando con sus mails y agradables charlas en los foros donde nos encontramos.

Esta editorial es una opinión muy personal y mi intención es poner granito de arena para mitigar a un mundo ya adolorido.

No podemos quedarnos indolentes a lo que pasa. Un afectuoso abrazo para ti que me lees.



Gianfranco Pontecorvo
DIRECTOR

+52 1 55 3617 3828

@director@petfoodlatinoamerica.com

Nutrición Inteligente, mayor agilidad

Sabemos que las mascotas son miembros especiales de la familia, y los padres de mascotas exigen el mejor alimento y la mejor nutrición para sus animales, principalmente a medida que estos envejecen.

El producto ROVIMIX® Senior Agility de DSM, una premezcla de micronutrientes diseñada para promover la salud cerebral y el bienestar físico de los perros con edad avanzada, se basa en la formulación 'Optimum Vitamin Nutrition' (OVN®) de DSM. Se trata de una premezcla sin cereales, que contiene nutrientes claves para abordar las preocupaciones de salud por la edad de los perros y ajustarse a las tendencias de los consumidores en materia de bienestar de sus mascotas.

DSM es una empresa guiada por un propósito y motivada por los resultados, por lo cual, centramos nuestra pasión, experiencia y conocimiento en ofrecer soluciones con miras a un futuro sostenible para el alimento de las mascotas, con plena responsabilidad.



DSM Nutritional Products
america-latina.dnp@dsm.com
www.dsm.com/animal-nutrition-health

NUTRITION • HEALTH • SUSTAINABLE LIVING



ALIMENTOS PARA MASCOTAS, NI SOBROS NI HUESOS



Fuente: <https://www.eje21.com.co>

Entre los mitos más comunes asociados con la alimentación de los perros se encuentra la creencia de que los canes son carnívoros, que les hace bien alimentarse con sobras, que deben comer varias veces al día y que los huesos fortalecen sus encías.

El desconocimiento de los propietarios de perros y gatos frente al manejo nutricional de estos, unido a las tendencias actuales que promueven dietas caseras y crudas, también conocidas como BARF, son las causas de deficiencias nutricionales, enfermedades como la obesidad animal y problemas fitosanitarios asociados con el desarrollo de salmonela, infección que se puede transmitir de animales a humanos.

Sobre este tema ha investigado Astrid Rivera Rivera, médica veterinaria de la Universidad Nacional de Colombia (UNAL), magíster y doctora en nutrición animal, quien actualmente rechaza las dietas crudas y se inclina por la “nutrición de precisión”, método que a partir de variables como peso, raza, actividad física, energía gastada y etapa de vida del animal, le proporciona una alimentación balanceada.

Las diferencias biológicas y evolutivas entre perros y gatos son marcadas. El perro evolucionó del lobo, y en principio se alimentaba de carne, pero debido a la domesticación humana amplió su alimentación a las semillas y leguminosas, lo que pronto lo convirtió en omnívoro. El gato, por su parte, se destinaba a combatir plagas de ratones en embarcaciones y navíos; como premio a su labor se alimentaba de pescado, lo que evolutivamente lo hace carnívoro estricto.

Teniendo esas diferencias claras, la investigadora Rivera afirma que, a diferencia de lo que se piensa, los canes solo necesitan una ración al día, mientras que los felinos sí deben comer varias veces en pequeñas cantidades. El agua es el principal componente de una dieta equilibrada, seguido de los carbohidratos, proteínas, grasas, minerales y vitaminas.

DIETAS CRUDAS Y CASERAS

Las dietas crudas o BRAF consisten en proporcionarles a los animales alimentos sin cocción como carne, leche y huevos que, al no estar debidamente tratados ni proveer las cantidades necesarias de minerales y vitaminas, transmiten gérmenes y generan déficits nutricionales. Según publicaciones de la American Veterinary Medical Association, los alimentos que se incluyen en las dietas crudas pueden contagiar la bacteria salmonela.

Las dietas caseras son aquellas que los propietarios de mascotas preparan en sus hogares mezclando alimentos como arroz, carnes y vegetales libres de aditivos y químicos. Estas dietas exponen a los animales a deficiencias nutricionales por falta de hierro, vitamina E, zinc y cobre, entre otros.

“Las dietas caseras son una tendencia interesante, pero deben ser formuladas por un nutricionista con base en el gasto de energía del animal, el ambiente en el que vive, la actividad que realiza y la etapa fisiológica, para que se proporcionen los alimentos con los porcentajes requeridos de vitaminas y minerales”, señaló la médica veterinaria.

Enfatiza además en la necesidad de no otorgarles cualidades humanas a los animales y entender que sus exigencias nutricionales no son las mismas que las de las personas.

Para los animales, el gasto de energía y el entorno en el que viven condiciona la cantidad de alimento que consumen: “un perro o un gato activo hace más ejercicio y por tanto, gasta más energía en sus actividades diarias que uno inactivo o sedentario; con base en eso, los nutricionistas medimos la cantidad precisa de comida”, puntualizó.

MERCADO DE ALIMENTOS

Según la firma de consultoría Kantar Worldpanel, en Colombia “más de 3.500.000 hogares tienen mascotas, el 67 % perro, el 18 % gato y el 16 % ambos”. Esa tenencia de mascotas se ve reflejada en el crecimiento del mercado productor de concentrado para animales, que en 2017 fue cercano a los 624 millones de pesos, lo que significa un crecimiento de 16 % con respecto a 2016.

Actualmente las casas comerciales ofrecen concentrados económicos, estándar, premium y súper premium, que, según su precio, tienen diferencias en sus ingredientes, concentraciones nutricionales y relación de estos. Los concentrados estándar y los económicos reflejan una alta concentración de materia mineral y de aditivos que disimulan la presencia de proteína vegetal.

“Aquellas que trabajan con concentrados premium y súper premium lo hacen con base en las tablas de requerimientos nutricionales, por lo que acceder a este tipo de comidas es lo más recomendable. Por supuesto la asesoría de un nutricionista debe primar a la hora de alimentar a las mascotas”, señala la experta en nutrición.

CINCO TENDENCIAS EN ALIMENTOS PARA PERROS Y GATOS



Fuente: <https://www.elnuevosiglo.com.co/>

La comida para perros y gatos ha variado a lo largo del tiempo, tras el surgimiento de diversas opciones nutricionales.

En la actualidad, hay tendencias que incluyen especias, proteína light y hasta semillas de chí, las cuales se enfocan en el mejoramiento de la condición física y de salud, de la palatabilidad, el proceso digestivo y el reforzamiento de las defensas de los animales de compañía.

Entre tanto, en la sexta versión de Expopet, Feria Internacional de Animales de Compañía, se presentaron cinco tendencias en nutrición para perros y gatos.

1. ALIMENTO CON CHÍA

Ahora los caninos, tanto cachorros como adultos, consumen alimento súper premium, libres de granos de cereal y con semillas de chí, considerada una formulación balanceada. “Este alimento de Ringo Vitality se creó en especial para perros que presentan alergias”, manifestó Ricardo Loaiza, médico veterinario y especialista en nutrición de la unidad de mascotas en Contegral. Añadió que los alimentos con formulación son más paliativos y funcionales, de acuerdo a las necesidades de los perros desde que son pequeños hasta que llegan a la adultez. “El alimento es balanceado, según las diversas etapas de la vida del animal; por eso es esencial que reciban una dieta según la edad y las condiciones de la mascota”.

2. CARNE LIGHT

Las dietas naturales pisan fuerte en el sector de mascotas. Ahora se encuentra una gran variedad de alimentos con estas condiciones, como carne de res, pollo, conejo y cordero al horno. Adicional, estas proteínas se hallan bajas en grasa o light.

“Estas dietas están desarrolladas para la salud de cada tipo de perro, sea cachorro o adulto porque aportan y ayudan a controlar enfermedades de insuficiencia hepática, obesidad, insuficiencia renal, hipotiroidismo; además mejoran el pelaje, el sistema digestivo y fortalecen el sistema inmune, la condición corporal, previenen enfermedades crónicas a largo plazo, entre ellas cáncer”, dijo Camilo Raigoso, cofundador y médico veterinario especializado en nutrición para mascotas de Pixie.

3. SUPLEMENTOS

Los perros y gatos también reciben suplementos nutricionales para contrarrestar enfermedades óseas, problemas asociados a la mala absorción digestiva y de salud en piel y para fortalecer su pelaje. Se trata de una tendencia de suplementación que, según Clara Inés Zapata, coordinadora general de Sumimascotas, incorpora nutraceuticos, es decir, la combinación de alimentos y fármacos.

“En Expopet se realizó el lanzamiento del GI Balance, el cual está formulado para mantener la integridad del trato gastrointestinal de nuestras mascotas y para que mantengan un sistema inmunológico saludable, normalizando rápidamente la digestión, especialmente durante los momentos de estrés o después de un tratamiento médico”, explicó Zapata.

4. PROTEÍNA CON MEZCLA DE ROMERO

Las carnes para mascotas con mezcla de romero son una tendencia. Además del sabor que proporciona esta planta, esta ha sido valorada como un conservante nutricional. “Los alimentos súper Premium que tenemos suplen necesidades específicas porque tienen proteína de alto valor, adicional de carne fresca y la mezcla de romero. Esto hace parte de nuestra fórmula high tech que logra que la comida sea más rica en el paladar y más digerible”, dijo Román Soto, responsable Nucenters de Nutec en Colombia.

Explicó que la comida que reciban gatos y perros debe ser digestible, lo que determinará el nivel de aprovechamiento del mismo que debe ser de mínimo 90%. Nutec lanzó la nueva línea de alimentos para gatos en Expopet.

5. ACEITE DE OLIVA Y VINAGRE CON HIERBAS

Entre los snacks para mascotas se encuentran huesos y galletas. Sin embargo, entre las novedades están los aceites, infusiones y vinagres, exclusivos para los ‘peludos’. Camilo Raigoso, cofundador y médico veterinario especializado en nutrición para mascotas de Pixie, dijo que una línea de suplementos en tendencia son los aceites de coco, oliva, el vinagre con infusión de hierbas. “Estos ayudan a fortalecer la inmunidad de la piel, previenen pulgas y garrapatas”.

¿CUÁNTO TE CUESTA UN SEGURO MÉDICO PARA TU MASCOTA?



Fuente: Dinero en Imagen

En la actualidad, las mascotas se han convertido en miembros importantes de la familia e incluso, los consideras como tus “perrhijos” o “gathijos”.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en México 7 de cada 10 hogares tienen una mascota. Por lo tanto, es importante que incluyas en tu presupuesto todos los gastos necesarios para su bienestar, como es la alimentación, servicios veterinarios, estética, entre otros.

¿Cuántos puntos necesito para que me den mi crédito Infonavit? Una familia gasta en promedio 9 mil pesos anuales solo en la manutención, limpieza y atención de mascotas, según un reporte de la consultoría Gabinete de Comunicación Estratégica. Sin embargo, la atención médica en caso de un accidente o enfermedad puede llegar a costar hasta 15 mil pesos o más.

SEGURO MÉDICO PARA MASCOTAS

Asumir un gasto directo de salud de tu mascota puede representar un desequilibrio financiero. Lo bueno, es no solo existen seguros médicos para nosotros, también existen seguros para mascotas. Estos pueden ser la mejor opción para conseguir un ahorro signifi-



ficativo en el cuidado de tu mascota, y hacer más llevaderos esos momentos difíciles.

Aquí te decimos qué incluyen las coberturas de un seguro para mascotas. Mencionamos datos de las compañías MediPet y MAPFRE, en cuanto a cobertura, costo y suma asegurada. Debes saber que, por el momento, existen estas dos opciones de seguros para mascotas a nivel nacional; no obstante, puedes consultar en el hospital veterinario local, si ofrecen un seguro o plan médico para ellos.

¿QUÉ CUBREN LOS SEGUROS PARA MASCOTAS?

En México, por lo general, se pueden proteger perros y gatos que son de compañía. También se pueden asegurar a aquellos perritos que participan en campeonatos, son guías o detectores de epilepsia. Es importante saber que no se aseguran a perros de guardia, de pelea o detectores de narcóticos.

La edad en que las mascotas pueden ser aseguradas es de entre dos meses y nueve años, dependiendo de su esperanza de vida. No obstante, MAPFRE asegura mascotas a partir de los seis meses y hasta los siete años de edad, pero permite renovar el seguro hasta los 12 años.

Los gastos médicos que cubre un seguro son: fracturas, neumonías, enfermedades varias e incluso, cirugías de emergencia. Asimismo, la póliza puede incluir gastos funerarios, gastos para cubrir responsabilidad civil (es decir, se paga cualquier daño ocasionado por la mascota a una persona o inmueble), gastos de búsqueda en caso de extravío, hospedaje del perro en caso de hospitalización del propietario y robo.

Algunos seguros no brindan beneficios en atención médica preventiva, ya que se enfocan en imprevistos. No obstante, MediPet ofrece un valor agregado, ya que en sus paquetes incluye dos consultas médicas, una vacuna antirrábica y una desparasitación al año. Lo cual puede ser un buen apoyo para tu bolsillo.

LOS COSTOS Y SUMA ASEGURADA

El monto a pagar por el seguro y la cantidad de dinero asegurada depende de la edad de la mascota, el estado de salud, las vacunas, el tipo de alimentación, el estilo de vida, las actividades cotidianas que realiza, si está entrenado, los títulos de campeonatos, la zona en donde habita, entre otros.

MediPet, el seguro respaldado por Grupo Mexicano de Seguros (GMX Seguros), ofrece un paquete básico desde \$1,088 MXN anuales que incluye un seguro de gastos médicos contra las enfermedades más comunes. También, cubre accidentes tales como atropellamiento, peleas, caídas, golpe de calor, envenenamiento accidental e ingestión de cuerpos extraños. La suma asegurada es de hasta \$5,000 MXN anuales.

El paquete más completo de MediPet cuesta alrededor de \$5,300 MXN anuales y cubre \$25,000 MXN en gastos médicos y más de \$150,000 MXN en responsabilidad civil. Pero MediPet ofrece personalizar tu seguro de acuerdo a tus necesidades y, por lo tanto, el monto a pagar es variable.

Por otra parte, MAPFRE ofrece un paquete básico de seguro para mascotas que tiene un costo promedio de entre \$1,344 y \$2,532 MXN anuales. Cubre gastos médicos a terceros por el ataque del perro, gastos funerarios y muerte o sacrificio forzoso. La suma asegurada es de hasta \$7,500 MXN anuales.

El paquete premium de MAPFRE tiene un costo promedio desde \$5,160 MXN anuales. Incluye los beneficios del paquete básico, más gastos de búsqueda en caso de extravío, gastos médicos por accidentes y hospitalización del propietario. La suma asegurada equivale a \$23,500 MXN.

Debes tener en cuenta que los costos y las condiciones de estos productos se actualizan de manera permanente; solicita una cotización en la aseguradora de tu preferencia.

TIPS PARA CONTRATAR UN SEGURO PARA MASCOTAS

Antes de contratar un seguro debes identificar las verdaderas necesidades de tu perro. Si observas que tu perro se enferma constantemente, es muy travieso o se mete en problemas; no dudes en buscar un seguro a su medida.

Una vez que conoces lo que necesitas de un seguro, elabora un presupuesto mensual para identificar cuánto dinero puedes destinar a este tipo de gastos.

Luego analiza las diferentes opciones que te ofrecen las aseguradoras para hacer la mejor elección.

Debes de saber que, para contratar estos seguros, en la mayoría de los casos, solo necesitas la cartilla de vacunación de tu perrito o gatito.

Resuelve todas las dudas que tengas antes de firmar tu contrato y lee detenidamente los beneficios incluidos en la póliza y las condiciones en que los seguros cubren los gastos. También, pregunta si existe un deducible o copago, es decir, una cantidad de dinero a pagar cada vez que necesites utilizar tu plan de seguro.

Recuerda que tu mascota es parte de tu familia, por lo tanto, un seguro es una opción para prepararte en caso de un accidente o una enfermedad inesperada. Verás que a largo plazo será una buena medida para no afectar tu presupuesto y ahorrar.

IMDHER construye una nueva Planta para Alimentos para Mascotas y Acuacultura



Una nueva Planta de Alimentos para Mascotas y Acuacultura, tanto flotante como sumergible, de última generación en tecnología, con capacidad inicial en una línea de extrusión de 10 toneladas por hora y 30 toneladas por hora en las 3 líneas finales. Los procesos con excepción de la extrusión y molienda fina, están diseñados y construidos para la capacidad final. Para el proceso de Acuacultura se cuenta con un sistema de reengrasado al vacío, logrando con este equipo altos porcentajes de inclusión de líquidos.

El proyecto se desarrolla sobre un terreno de aproximadamente 3 hectáreas, la torre de producción alcanza una altura máxima de 33 metros, en su construcción se utilizaron más de 800 toneladas de acero estructural sin incluir la cimentación.

Cuenta con recepción a granel con volcador de camiones, pasando por una limpia exhaustiva para los granos y por una báscula de paso que registra la entrada de granos o pasta para luego ser transportados a almacenes o a tolvas de producción. Tiene un almacén de harinas y pastas para más de 3,500 de toneladas con un diseño innovador para llenado con supresores de polvo y vaciado con transportadores especiales para evitar el uso de cargador frontal evitando así contaminación del producto y reduciendo el costo de operación.



EL IMPACTO DE LAS MASCOTAS EN CASI LA MITAD DE LOS HOGARES PERUANOS



Fuente: www.peru-retail.com

Según Kantar División Worldpanel, casi la mitad de los hogares peruanos cuentan con una mascota en casa. La inclinación a los perros muy pequeños tuvo un crecimiento de 445% este año.

Las mascotas se han convertido en un miembro más de la familia, a quien además de alimentar y dar un techo, se le brinda atención que antes no se consideraban como controles de salud, comida balanceada, entrenamiento, prendas exclusivas, entre otros.

Aunado a ello en el Perú existe la Ley de Protección y Bienestar Animal N° 30407- desde enero de 2016- que sanciona la crueldad, el abandono y la muerte de animales domésticos y silvestres.

Este cambio de cultura ha provocado que la industria de las mascotas se dispare en los últimos años, así lo revela el último estudio de Kantar División Worldpanel, en la que destaca un singular dato: a pesar que los perros siguen siendo la mascota que más tienen los hogares, cada vez son más las familias que optan por un gato como mascota.

Los cuadros presentados señalan que el 49% de hogares peruanos cuentan con una mascota, casi la mitad.

Es así que la tenencia de los gatos en los hogares peruanos ha crecido en el último año en 59%, frente a la de perros que lo hizo en 30%.

Además, en ambas mascotas, quienes vienen siendo preferidas son las hembras. Resultando que, en el caso de los perros, son las hembras ampliamente preferidas con 41% mientras que los machos apenas 21%, y en cuanto a los gatos, el 60% opta por ellas y 58% por machos, es decir la diferencia en felinos es poca.

EL TAMAÑO DE LA MASCOTA, SÍ IMPORTA

En julio pasado, la consultora Arellano Marketing, indicó que el nacimiento de nuevos formatos para los consumidores migró debido, no solo al cambio en la composición de las familias (que en poco más de 20 años pasaron de 4 hijos a 2 hijos por familia en promedio), sino también el tamaño de las viviendas. Hoy se puede vivir en un departamento desde 40 metros cuadrados.

El estudio mencionado líneas arriba, sumado al de Kantar, refleja también las preferencias del tamaño de las mascotas.

Para la gerente comercial de Kantar División Worldpanel, Cecilia Ballarín, las mascotas muy pequeñas de hasta 5.5 kg. son la princi-

pal elección en los hogares y su tenencia ha crecido 445% en este periodo en comparación con el año pasado.

Por ejemplo: Las mascotas pequeñas de hasta 11.5 kg solo han crecido 2%. Mientras que las de mayor peso han decrecido, como el caso de las mascotas que pesan hasta 22.5 kg, con un descenso de -15%, y los de tamaño grande, de más de 22.6 kg han descendido en -48%.

¿QUIÉNES SON LOS QUE MÁS OPTAN POR TENER MASCOTAS?

Ballarín, indica que hay grupos de hogares donde más crece la tendencia de mascotas, así encontramos a los hogares sin hijos, hogares donde hay niños menores a cinco años y hogares con amas de casa mayores a 55 años.

Cabe precisar que la tenencia de 3 perros a más creció en el último año en 191%, mientras que la de 2 y 1 avanzaron en 29% y 24%, respectivamente.

Por su parte los hogares con tres felinos o más han crecido en 143%, quienes optan por tener dos gatos se elevó en 155% y quienes prefieren solo uno creció en 39%.

LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO: ALIMENTO DE MASCOTAS

La ejecutiva precisa que este movimiento en la tenencia de animales ha impactado en cuanto al alimento de mascotas. De esta manera demuestra un desempeño muy superior a la canasta total, creciendo 34% en volumen y 28% en valor, en el último año, al mes de mayo.

“Sin duda es un mercado que está avanzando a tasas muy altas y que ha generado la entrada de nuevas marcas, principalmente en alimentos. Hoy compiten en la categoría de perros unas 40 y en gatos 25”, recalcó.

Y si hablamos de gasto en alimentos, el consumo medio se elevó en el último año en un 10% frente al gasto medio que creció en 5%, mientras que la frecuencia de compra lo hizo en 14%.

“Hoy, lo que pesa más en venta son los alimentos secos (croquetas) pero los húmedos que representan aún poco, son los que más están creciendo en demanda”, sostuvo.

En tal sentido tanto el alimento de mascotas a granel tiene un crecimiento de 36% y una participación importante.



¿POR QUÉ ESCOGER UNO SI PUEDE TENERLOS TODOS?

PRESENTAMOS EL NUEVO PETFLEX PROCESS DE WENGER

Con el nuevo **PetFlex Process** de Wenger puede producir alimentos estándar, inclusiones de carne fresca, bocadillos horneados y productos en forma alargada para mascotas. Con base en la tecnología de extrusión térmica con sinfines gemelos de Wenger, este proceso integral permite disminuir al mínimo los costos de energía, el desgaste y el impacto ambiental.

Aumente su capacidad de producción con el ultra flexible **PetFlex Process**. Envíenos un correo electrónico a info@wenger.com hoy mismo.



**MÁS MASCOTAS QUE NIÑOS:
NACE UN NUEVO MERCADO PARA LOS FONDOS**



Fuente: <https://cincodias.elpais.com/>

El incremento del gasto en el cuidado de los animales de compañía ha hecho que en el último año se hayan lanzado tres fondos temáticos, el último en España, que invierten en ellos.

En toda España hay más perros que menores de 15 años, según los datos de a Red Española de Identificación de Animales de Compañía (Reiac). Y solo en la ciudad de Madrid el número de estas mascotas duplica el de menores de tres años. La consultora GfK va más allá y afirma que el 62% de los españoles mayores de 15 años tienen una mascota en España mientras que en EE UU la cifra alcanza el 70%. Con estos datos es lógico pensar que tener un negocio orientado al cuidado de los animales de compañía producirá grandes beneficios.

Algunas gestoras han ido más allá y han decidido crear fondos centrados en aprovechar la gran población de mascotas que habitan nuestras ciudades y los gastos que suponen para sus amos. Porque los dueños de las mascotas no se lo piensan dos veces cuando se trata del bienestar de su animal: según los cálculos de Allianz, mantener a un labrador retriever durante toda su vida cuesta unos 40.000 euros, de los cuales, el 39% va destinado a gastos de peluquería o cuidadores.

Pero esta cifra va a seguir incrementándose: un informe realizado por Grand View Research revela que el mercado mundial del cuidado de mascotas alcanzó los 131.700 millones de dólares (118.000 millones de euros) en 2016 y crecerá alrededor de un 5% anual hasta superar los 200.000 millones de dólares (180.000 millones de euros) en 2025. Además, a diferencia de otros, "se trata de un mercado resistente a la crisis: si un animal de compañía enferma, se cuidará de él lo mejor posible, sea cual sea el clima económico", subraya Bianca Schnieder, gestora del fondo Allianz Pet and Animal Wellbeing, el primer producto temático en España que se centra en el bienestar de los animales, lanzado en febrero y cuyas siglas PAW significan huella.

Su cartera está compuesta por compañías "cuyo modelo de negocio está orientado a las mascotas y al ganado", afirman desde la gestora. En este sentido, abarca fabricantes de alimentos para animales, distribuidores online de artículos para mascotas, aseguradoras y farmacéuticas, tecnológicas o sanitarias para estos seres vivos. Aunque en su cartera están presentes grandes grupos como Nestlé –que adquirió en 2001 Ralston Purina, líder de comida para mascotas en EE UU–, de las 30 firmas en las que invierte hay una mayoría de compañías de mediano tamaño, ya que "ofrecen una exposición más directa a la temática del cuidado de las mascotas y, al mismo tiempo, tienen un mayor potencial de crecimiento", explica Schnieder.



Las mascotas mueven 1.200 millones en España, el quinto mercado europeo. La industria lanza productos para perros y gatos más longevos.

Allianz Pet and Animal Wellbeing no es el primero de su categoría en el mundo. A finales de 2018, ProShares lanzó el fondo cotizado (ETF) Pet Care (con siglas PAWZ), que replica al índice FactSet Pet Care, mientras que el pasado junio nació el Fondo Gabelli Pet Parent (PETZC), de NextShares. La cartera de los tres tiene una composición similar, con gran exposición a firmas como el fabricante de productos británico Dechra Pharmaceuticals y el fabricante y distribuidor estadounidense de productos y servicios para los animales veterinarios, ganado y aves de corral Idexx Laboratories. Ambas compañías ganan en el año alrededor de un 30%.

A pesar de estas alzas –no hay datos de rentabilidad de los fondos pues no llevan ni un año en el mercado–, desde Allianz también advierten de la volatilidad de este tipo de productos. Muestra de ello es Zooplus, presente en las carteras de los tres, que cede un 21% en 2019, pero que en el ejercicio pasado cedió un 20,9%.

En cualquier caso, atendiendo a las rentabilidades del índice de FactSet, los pronósticos son favorables. Desde su creación en 2014, acumula rentabilidades anuales superiores al 10% –a excepción de en 2018, cuando sumó solo un 3%, en un entorno, eso sí, de caídas en los mercados–. En lo que va de 2019, el índice acumula una subida de más del 10%, en línea con Wall Street –y por encima de la ganancia registrada por la mayoría de índices mundiales– y entre sus componentes destacan las subidas de Pets at Home, un distribuidor británico de artículos para mascotas, que acumula un alza de casi el 60% en lo que va de año.

SYMRISE COMPLETA CON ÉXITO LA ADQUISICIÓN DE ADF/IDF



Fuente: Symrise

Symrise AG anunció hoy que ha completado con éxito la adquisición de ADF/IDF, un especialista líder en carne y proteínas a base de huevo en Estados Unidos, pionero en ingredientes nutricionales totalmente naturales. La adquisición ha sido aprobada por la División Antimonopolio del Departamento de Justicia de los Estados Unidos. Symrise comenzará ahora el proceso de integración del ADF/IDF. Con su amplia cartera de soluciones para las industrias alimentaria y de alimentos para mascotas, ADF/IDF complementará la cartera de Nutrición con una gama altamente diversificada de soluciones basadas en la naturaleza.

"Esperamos poder asociarnos con ADF/IDF dado nuestro enfoque compartido en la innovación y satisfacer las necesidades de los clientes. Juntos, trabajaremos para continuar ampliando nuestra diversa cartera de soluciones utilizando ingredientes naturales de la más alta calidad. Nuestro alcance combinado nos permitirá ampliar nuestra presencia en el mercado, particularmente en los Estados Unidos, y ampliar nuestra gama de productos proteicos a

base de carne y huevo a nuestra creciente base de clientes", dijo el Dr. Heinz-Jürgen Bertram, CEO de Symrise AG.

El proceso de integración comenzará inmediatamente y seguirá una hoja de ruta definida supervisado por los equipos interdivisionales. Symrise espera que la transacción sea totalmente de ganancias acumulativas en el primer año después del cierre.

Symrise anunció la adquisición de ADF/IDF que fue valorado en USD 900 millones, el 31 de enero de 2019. La transacción se ha financiado a través de una combinación de deuda y capital.

**ALIMENTOS Y GOLOSINAS PARA MASCOTAS
SISTEMA DE EXTRUSIÓN
DE DOBLE TORNILLO**



EVOLUM+

PREACONDICIONADOR +
EXTRUSORA DE DOBLE TORNILLO

www.clextral.com - usasales@clextral.com

CLEXTRAL Extrusion Expertise Excellence

DESCARGA NUESTRO LIBRO BLANCO :

INDUSTRIA DEL ALIMENTO PARA MASCOTAS DE LA PREMIUMIZACIÓN A LA EXTRUSIÓN



<http://bit.ly/2UhpNnC>



Curso de Iniciación a la EXTRUSIÓN impartido por Clextral



FUENTE: EDITOR PFLA

El 10,11 y 12 de septiembre estuvimos presentes en el muy interesante curso de Iniciación a la extrusión, organizado por la empresa francesa Clextral en Tampa, Florida, USA; 4 intensos días de muy interesantes ponencias en idioma español de expositores de diferentes países, aunado a 3 visitas para ver los procesos de fabricación de alimentos para perros, gatos, acuicultura y pet treats y sin dejar de mencionar la excelsa comida y camaradería de los organizadores, ponentes y asistentes de toda Latinoamérica.

Sirva la presente para agradecer esta excelente iniciativa a su Director para USA José Coelho y sus colaboradores Eduardo Martínez -Sales manager México, Central America & Caribbean, Jessica Santos -Controller, Nicolás Swiderski -Director Clextral Sudamérica, Rafael Langarica -Gerente comercial Sudamérica, Julie Prost Process Engineer, Dorine Delaval Project

Engineer y Julio Bizama -PLC & Electrical field support.

Las ponencias fueron organizadas en el hotel Hampton Inn Oldsmar en Tampa, gozando de un clima sensacional y un lugar muy cómodo donde pudimos aprender de expertos en la industria del pet food y acuicultura temas de innovación y de gran nivel para los asistentes de Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Costa Rica, México y Brasil.

Se contó con excelentes ponentes como Fabiano Cesar Sá de Diana Pet Food, Diego Clivio de Geelen Conterflow, Jerome Foutrel de Stolz, Miguel Angel López consultor nutricionista, Marianne Pallares de Diana Pet Food, Jorge A. Suarez de University of Miami y Eric Theze de Stolz; todos ellos como invitados y por parte de Clextral José Coelho, Julio Bizama, Dorine Delaval, Eduardo Martínez y Julie Prost.

A CONTINUACIÓN TODAS LAS PONENCIAS DEL CURSO:

- Bienvenida y conexión a la plataforma web del curso
- Introducción al proceso de extrusión
- Drivers de la palatabilidad
- Molienda para alimentos extruidos para Mascotas y Acuáticos
- Pre acondicionamiento de piensos para animales
- Tecnología de extrusión y soluciones metalúrgicas
- Formulación de dietas extruidas para peces y camarones de alto valor comercial
- Influencia de los parámetros de extrusión
- Aplicación de palatantes para alimentos de mascotas
- Materias Primas e Ingredientes para Alimentos Extruidos para Mascotas
- Aplicación de grasa por vacío para alimentos extruidos para Mascotas y Acuáticos
- Soluciones de control
- Secado y enfriamiento para alimentos de mascotas y acuáticos

No hay duda que fueron 3 intensos días plagados de conocimiento práctico y camaradería, un curso imperdible para los profesionales del Pet Food.

Esperaremos las nuevas fechas del 2020 para reunirnos y aprender nuevamente.

¡NO TE LO PIERDAS!





Neovia México
MININO
EDICIÓN
NAVIDEÑA 2019

Minino lanza su edición navideña 2019 en dos sabores diferentes (bacalao y lomo navideño) bajo la tendencia de suéter feo.



PETFOOD
LATINOAMERICA

¿Quieres compartir las novedades de tus productos?

No esperes más y escríbenos a:

@ info@petfoodlatinoamerica.com

Pet Food Latinoamerica



ASGARD
Innovación en Nutrición

MOS (Manano Oligosacárido)

- Mejora la integridad de la mucosa intestinal.
- Dado que la absorción intestinal del animal mejora, también mejora su crecimiento, incrementando su peso.

Multivitaminas y Minerales

- Mejora el crecimiento de los huesos.
- Músculos sanos y fuertes.
- Ayuda al mantenimiento de la piel y el pelo.

Este alimento Premium es especial para perros con problemas de piel.

Asgard alimento Premium ideal para perros más exigentes, potencializando las características de cada raza a su máxima vitalidad y longevidad. También recomendado para perros Senior reduciendo la rigidez de sus articulaciones con Glucosamina y Condroitina.

Esta fórmula combina perfectamente nutrientes avanzados, fuentes proteicas antioxidantes y Selenio Orgánico proporcionando un balance perfecto para tu campeón.

La presentación Asgard Cachorro contiene 27% de proteínas y Asgard Adulto 26% de proteínas logrando satisfacer las necesidades en cada etapa de su vida.

Asgard Cachorro disponible en presentaciones 2 kg.

Asgard Adulto disponible en presentaciones 4 kg, 8 kg.

www.lionbrand.com.ni



CANAL AUTOSERVICIOS

PURINA BENEFUL CACHORRO 

¡Gratis!
- una bolsa de Smoochies sabor churrasco.



¡PRODUCTO DE REGALO!

PURINA DOG CHOW CACHORRO 

¡Gratis!
- una bolsa de Smoochies sabor churrasco.



¡PRODUCTO DE REGALO!

GRAND PET CARNE FRESCA CACHORROS 

¡Gratis!
- un juguete para perro.



¡JUGUETE DE REGALO!



- Empresa 100% mexicana.
- Proteínas Marinas, Terrestres y Agropecuarias.
- Servicios e insumos de la más alta calidad en el mercado.
- Aplicación de Investigación, Innovación y Desarrollo en nuestros productos.
- Mercados principales: Industria de Mascotas, Acuicultura y Pecuaria.

www.protmagro.com

Calle 2 Cañas No.2775
Colonia La Nogalera
Guadalajara, Jalisco, México

52(33) 3810 21 85

recepción@protmagro.com



2020 Foro Mascotas PET FOOD Internacional



Evento de la Industria de Alimentos para Mascotas

Más de 1,300 Asistentes

3 Salones Magistrales

Networking

70 Stands

Tendencias Globales

Evolución del Mercado

Regulación Sanitaria

Ingredientes

Formulación

Nutrición

Procesos

18-19 de Junio
Expo Guadalajara
Guadalajara, Jal. México.



CONGRESO INTERNACIONAL ©

La Industria del rendimiento

Miércoles 17 junio 2020

3ER ANIVERSARIO de Pet Food Latinoamerica



Cada año que cumple nuestra revista ha sido igual de importante y este no sería la excepción. Toda nuestra historia ha estado llena de retos y logros; ya somos un referente en todo Latinoamérica en la industria del Pet Food ya que nuestros lectores nos retroalimentan en los foros y fábricas donde hemos estado presentes en nuestro Continente: México, Guatemala, Nicaragua, Perú, Ecuador, Bolivia, Nicaragua, Chile, Argentina, Colombia, Guatemala y Costa Rica.

Este medio impreso y digital pensado y creado para todos los profesionales de la industria del Pet Food ha sido posible gracias a la colaboración y el interés de todos aquellos que están involucrados en esta noble industria como nuestros lectores, patrocinadores y colaboradores.

A través de este medio nos actualizamos y enteramos de la innovación en la industria, y que estas aportaciones nos ayudan al crecimiento y desarrollo de la industria .

Con una variedad de temas de fabricación, procesos, aditivos, ingredientes, palatabilidad, marketing, investigación y desarrollo, calendario de eventos, etc.

Nuestros lectores están actualizados en lo que acontece en el fascinante mundo de la nutrición de mascotas.

Con una impresión para México de 1600 ejemplares y alrededor de 1400 lectores digitales no honra decir que contamos con más de 3000 lectores en Latinoamérica, USA y resto del mundo.

Nuestras plataformas digitales como son nuestra página web www.petfoodlatinoamerica.com, LinkedIn y Facebook siguen creciendo como lo ilustramos en los resúmenes ejecutivos.

• DE ENERO A NOVIEMBRE DEL AÑO 2019 HEMOS TENIDO 45,700 IMPACTOS EN LA WEB CON 2,230 ENTRADAS A LA PAGINA

Un agradecimiento especial a todos nuestros anunciantes ya que gracias a ellos es posible continuar con este medio informativo, científico y de difusión para toda Latinoamérica.

Y como olvidar y agradecer a las fabulosas aportaciones de nuestros colaboradores como Beatriz Beltrán nuestra columnista, Sonia Ibarreche columnista, Miguel Angel López Nuñez columnista y asesor, Lila Alvarez nuestra diseñadora de Muwan Studio, Rodrigo Gutierrez y su agencia digital MIMETIZA y todos nuestros articulistas por sus excelentes aportaciones así como a Conafab y su sección Amascota, a todos Ustedes muchas gracias!

Colaboradores de Pet Food Latinoamerica

BEATRIZ AMALIA BELTRÁN BRAUER y su perra Brownie

Soy Química Farmacéutica Bióloga con enfoque en Ciencia y Tecnología de los Alimentos, egresada de la Universidad la Salle, A.C. campus Ciudad de México. Mi desarrollo profesional ha estado principalmente relacionado con el control de calidad y el aseguramiento de la calidad de ingredientes y productos para uso y consumo animal y humano, tanto en la rama de alimentos como de productos químicos, farmacéuticos y biológicos. Desde el año 2006, participo como socia fundadora de un laboratorio de especialidades analíticas: Detect Lab, S. de R.L. de C.V. y, en el año 2015, inicié la empresa Belcol Capacitación y Asesoría S.C. en la que participamos amigos y colegas dispuestos a compartir los conocimientos y la experiencia práctica que hemos adquirido a lo largo de nuestra trayectoria profesional.



SONIA IBARRECHE y sus perros Donna y Yoggi

Licenciada en Mercadotecnia por la Universidad Justo Sierra y Maestra en Diseño de Producto y empaque por la universidad UDEM. Cuenta con 7 años de experiencia en la industria del empaque, consultando proyectos e impartiendo dicha materia en diversos foros y universidades (UNAM, Chapultepec, UAM) Actualmente se desempeña como Gerente de Mercadotecnia en la Empresa SACSА TOOLS.





MIGUEL ÁNGEL LÓPEZ y sus perros Sofia y Sam

Médico Veterinario con Maestría en Administración, actualmente se encuentra cursando el programa Companion Animal Nutrition de la Universidad de Illinois.

Cuenta con 28 años de experiencia en el área de desarrollo de alimentos para mascotas y es asesor y nutricionista de varias empresas de México y América Latina.

Es columnista desde la fundación de la Revista y disfruta de trabajar en su oficina con sus dos perros.



GIANFRANCO PONTECORVO y su perro Coffee

Estudió medicina veterinaria, Editor, Piloto aviador helicop-terista, Certified meeting planner, amante de los animales y naturaleza. Realiza R&D en Petfood en el CIAM.



LYLA ALVAREZ y sus gatos Neo y Pepita

Amante de las artes gráficas, el cine, la animación y juguetes de terror. Diseñadora Gráfica orgullosamente egresada de la ENAP, UNAM. Con más de 20 años de carrera profesional, ha desarrollado proyectos en diseño, marca, motion graphics, video, ilustración, entre otros. Desde escultura en papel hasta las más recientes aplicaciones digitales, utiliza de manera versátil técnicas innovadoras para lograr el efecto visual que el proyecto necesita. Y el proceso creativo siempre lo hace acompañada de sus dos gatos que adora.



RODRIGO "EL ROCK" y su perra Kira

Amante de la tecnología y loco por los gadgets. Comunicólogo, cineasta y mercadólogo. Estudio en la universidad europea de madrid cine y publicidad. Comenzó sus inicios en el mundo de la televisión en canal 11 en el programa de compras asis-tiendo a la producción. Fue editor de golden 1 y golden 2, realizador de proyectos especiales de unicable. Termino su carrera en la televisión y medios masivos como jefe de producción del canal tv y como productor de varios programas como pulpo sa de cv, mujeres en tv, pock studio entre otros. Comenzó su vida como marketero en mimetiza siendo director creativo por 10 años a cargo de estrategias digitales para lograr a través de las redes sociales que se cumplan objetivos y metas. Amante de las ventas, y loco por los resultados. Para rock los animales son seres especiales que vienen a cambiar el entorno de cualquier lugar. Hanna una coquer spaniel quien fue su compañera de viaje por 18 años, le enseñó la importancia de la lealtad, el amor incondicional y la verdadera amistad. Actualmente tiene a Kira una perra de raza única que rescató y que hoy en día es su nueva compañera fiel. Para Kira lo más importante es pasear todo el día, comer, jugar y dormir. Kira siempre estará rodeada de gadgets para perros ya que se mantendrá siempre a la vanguardia.



SPECIFIC FOR YOUR SUCCESS

AGENTES MICROBIANOS NATURALES SELECCIONADOS PARA EL BIENESTAR DE LAS MASCOTAS



MEJORA LA DIGESTIBILIDAD



APOYO INMUNITARIO



CONTROL DEL ESTRÉS OXIDATIVO

Como socio, Lallemand Animal Nutrition desarrolla, produce y comercializa una gama completa de productos de levadura y bacterias de gran valor, incluidos los probióticos y derivados de levadura, seleccionados específicamente para ayudarlo a mejorar el bienestar de los animales de compañía de manera natural.

Si desea recibir mas información por favor contacte a Bernardo Ramirez, bramirez@lallemand.com



Del intestino al cerebro y de vuelta: una conexión de 2 vías para el bienestar del organismo

VASSILIA THÉODOROU
Neurogastroenterology & Nutrition Group and Head
of Toxaliam UMR INRA/INPT/ENVTUPS, France
CORTESÍA LALLEMAND

La razón de esta integración proviene de los datos experimentales mostrando que la información proveniente del cerebro es capaz de modificar la motilidad intestinal y la función de barrera de éste, dando lugar a cambios en el hábitat de los comensales que resulta en alteración de su composición y perfil metabólico.

El eje cerebro-intestino puede ser definido como la actividad biridireccional enterocortical integrada. La regulación del eje cerebro-intestino es esencial para mantener el intestino, pero también la homeostasis del sistema nervioso central.

Pruebas experimentales sorprendentes y pioneras ilustran el papel del eje cerebro-intestino en la regulación de las funciones digestivas incluyendo el acondicionamiento pavloviano de la secreción de ácido gástrico, la aceleración del tránsito colonico inducida por el estrés y los cambios en la motilidad intestinal inducida por hormonas intestinales administradas centralmente.

Más recientemente, un nuevo actor integró el eje cerebro-intestino, a saber, la microbiota intestinal. La razón de esta integración proviene de los datos experimentales mostrando que la información proveniente del cerebro es capaz de modificar la motilidad intestinal y la función de barrera de éste, dando lugar a cambios en el hábitat de los comensales que resulta en alteración de su composición y perfil metabólico.

Por el contrario, las interacciones microbiota-huésped pueden influir en la función de barrera intestinal que resulta en la modulación de vías aferentes neuronales capaces de modular el sistema nervioso entérico, la neuroquímica espinal y supraespinal. Además, la literatura reciente reportó que algunos microorganismos, ya sean comensales o probióticos, son capaces de producir y secretar sustancias neuroactivas (ácido gamma-aminobutírico) o de regular la síntesis del huésped de algunos compuestos (serotonina), que actúan sobre el eje intestino-cerebro.

El estrés psicológico es un factor ambiental que ilustra perfectamente la interacción bidireccional microbiota-intestino-cerebro. De hecho, en lo que respecta a la vía descendente cerebro-intestino, el estrés induce deterioro de la función de la barrera intestinal, dolor visceral y disbiosis de la microbiota intestinal. En cuanto a la vía ascendente del intestino-cerebro, la prevención de la permeabilidad intestinal atenúa la respuesta del eje hipofisario hipotalámico (HPA) al estrés.

El estrés psicológico es un factor ambiental que ilustra perfectamente la interacción bidireccional microbiota-intestino-cerebro.

Sugiere que la modulación de la microbiota intestinal por probióticos y prebióticos puede contribuir a la mejora de los trastornos relacionados con el estrés, los cambios en el comportamiento y el estado de ánimo, y más en general puede optimizar el bienestar global de los mamíferos, incluidas las mascotas.



Consulta,
comparte y
participa con

PETFOOD
LATINOAMERICA  

QUEREMOS SABER QUÉ TEMAS TE INTERESAN

¿Quieres que aparezca algún artículo sobre un tema en especial en tu revista Petfood Latinoamérica?

!No dejes de opinar!

 info@petfoodlatinoamerica.com

 [Pet Food Latinoamerica](#)

OTRO CLIENTE
SATISFECHO.



Nuestra pasión es garantizar grandes resultados a los fabricantes de alimentos para mascotas. Es por esto, que AFB International es su socio de confianza en la ciencia de la palatabilidad. Confíe en nuestra experiencia en investigación, nuestro soporte técnico y servicio al cliente. Obtenga mas información en:

afbinternational.com

HACEMOS QUE EL ALIMENTO SEPA INCREIBLE.



Minerales orgánicos

Ventajas en el alimento, el medio ambiente y la nutrición de las mascotas

TATIANA CANDELO
ALLTECH

Hoy en día, alimentar correctamente a nuestras mascotas no solo depende de encontrar el alimento adecuado para mantenerlos sanos, sino también incluye saber de qué está compuesta la dieta nutricionalmente, respecto al tipo de ingredientes y nutrientes. Es importante tener en cuenta que con los avances tecnológicos, y la tendencia de los consumidores por tener más información, los dueños de las mascotas buscan una mayor comprensión entre la interacción de lo ofrecido en la alimentación con los beneficios y el bienestar para su animal.

No todas las mascotas son iguales, ni tampoco lo es la comida para ellos. Cuando se trata de componentes minerales; los minerales traza orgánicos son mucho menos propensos a afectar negativamente los nutrientes esenciales, como las vitaminas, en comparación con las fuentes inorgánicas.

Los suplementos de minerales traza como el cobre, hierro, cromo, selenio, zinc y manganeso utilizados en los alimentos para mascotas representan nutrientes fundamentales para la salud, el desempeño y el bienestar de los animales. La inmunidad, la reproducción y el crecimiento dependen de una nutrición óptima con

la inclusión de estos minerales traza en la dieta.

¿CÓMO HAN EVOLUCIONADO LOS MINERALES TRAZA HASTA LLEGAR A SER ORGÁNICOS?

Por mucho tiempo, lo que sabíamos sobre los minerales traza en la nutrición, desde los niveles de inclusión hasta los efectos en el desempeño, provenía de estudios que utilizaban sales minerales inorgánicas. Las sales minerales están hechas de un mineral traza ligeramente ligado a un ion cargado. Y, estas han sido la base de la suplementación y la investigación de los minerales traza desde la década de 1930. Sin embargo, estudios recientes están utilizando una forma diferente de oligoelemento, y sus resultados son ideas desafiantes que han sido fundamentales para la nutrición animal.

A principios de la década de 1990, se desarrollaron por primera vez los minerales traza orgánicos (OTM, por sus siglas en inglés) para mostrar la forma en la que los minerales traza se producen naturalmente en las plantas. Estos suplementos tienen una estructura de anillo similar a las proteínas o carbohidratos que se adhiere al mineral traza en múltiples

sitios. El componente de las proteínas o carbohidratos sirve como un sistema de entrega estable y protector, que aumenta la posibilidad de absorción de los minerales.

Los últimos 20 años de investigación confirman la diferencia sustancial entre una sal mineral y un mineral traza ligado a un anillo orgánico estable. La evidencia apunta a lo orgánico como una fuente superior de minerales traza, pero más allá de dichas consideraciones, vemos efectos sin precedentes en el alimento y en las mascotas cuando estas reciben minerales formulados de una manera óptima.

NO TODOS LOS MINERALES TRAZA ORGÁNICOS SON IGUALES

Diversas investigaciones realizadas por el Dr. Richard Murphy, director de investigación del Centro de Biociencia Europeo de Alltech en Dunboyne, Irlanda, han mostrado que no todos los OTM son iguales. El Dr. Murphy es bioquímico y ha centrado gran parte de su labor en caracterizar, comparar y optimizar los suplementos de los minerales traza.

Las diferentes marcas de OTM utilizan diferentes aminoácidos y cadenas de péptidos, algunas con asociaciones mucho más débiles y una estabilidad más baja en comparación con otras.

“Cuando se comparan productos minerales, el punto clave para la diferenciación es comprender su estabilidad a través del tracto gastrointestinal”, señala Murphy. “Y la estabilidad con el pH ácido que se encuentra en el ambiente gástrico es fundamental para garantizar el suministro máximo de minerales a los sitios de absorción en el intestino”.

Es necesario tener en cuenta muchos factores al momento de intentar comparar los productos de los OTM. Pero, en última instancia, la fuerza de la interacción entre el grupo mineral y el grupo de unión es el factor más importante para influir en la biodisponibilidad. “Además, el tipo y la posición de los aminoácidos utilizados en los OTM son fundamentales para la estabilidad”, dice el Dr. Murphy.

La **evidencia apunta** a lo orgánico como una fuente superior de minerales traza, pero más allá de dichas consideraciones, vemos **efectos sin precedentes** en el alimento y en las mascotas cuando estas **reciben minerales** formulados de una manera óptima.



Al mejorar la unión de los OTM, uno puede aumentar la biodisponibilidad del mineral. La elección del grupo de enlace es, por lo tanto, fundamental para la efectividad de los OTM. Las investigaciones de los últimos años han puesto de manifiesto las diferencias que existen entre los productos individuales. Una mala elección del grupo de enlace puede resultar en la producción de productos que no ofrecen ningún beneficio sobre las fuentes inorgánicas de minerales. En esencia, no todos los productos de los OTM son iguales.

El Dr. Murphy y sus colegas de investigación han desarrollado una configuración de minerales peptídicos para su uso en OTM, los cuales proporcionan una estabilidad óptima. De hecho, su trabajo en la diferenciación de minerales traza orgánicos e inorgánicos ha sentado las bases para otros avances en la nutrición mineral.

MINERALES Y ANTAGONISMO EN LOS ALIMENTOS

Cada vez más, las interacciones entre los componentes de los alimentos, como los minerales, han sido objeto de escrutinio, por la posibilidad de interacciones negativas con otros componentes en la dieta que a menudo se pasan por alto. Estudios recientes se han centrado en evaluar estos posibles antagonismos. A este respecto, es útil resaltar las diferencias no solo entre

los minerales traza inorgánicos y los orgánicos, teniendo en cuenta, como se comentó anteriormente, que no todos los OTM son iguales.

IMPACTO DE LOS MINERALES EN LA ESTABILIDAD DE LAS VITAMINAS.

La oxidación de las vitaminas, como la vitamina E, puede reducir la función de las vitaminas y puede ser provocada por la oxidación de las grasas o por la acción de los minerales traza. El tipo y particularmente la forma del mineral traza influirán directamente en el efecto sobre la estabilidad de la vitamina.

Cuando se trata de minerales traza, las reacciones de oxidación-reducción son la causa predominante de inestabilidad vitamínica. El tipo de oligoelemento intervendrá en su reactividad y más críticamente la forma en que se presente el oligoelemento influye no solo en la estabilidad de la vitamina. Los estudios que examinan la estabilidad de la vitamina E en presencia de los minerales inorgánicos u orgánicos demuestran que, en la forma inorgánica, los minerales pueden ser perjudiciales para la estabilidad de la molécula de la vitamina. Sin embargo, dependiendo de la fuente de OTM, el uso de minerales quelados (proteínatos) puede no causar una disminución tan dramática (Dawson et al, 2019) (Figura 1).

¿QUÉ PUEDES GANAR USANDO MENOS?

No solo lo hagas
Hazlo bien con **BIOPLEX®** y **SEL-PLEX®**

#MásConMenos



Alltech® Q+

Calidad garantizada, seguridad y rendimiento en cada lote

Alltech ha desarrollado el programa Q+ (Quality Plus), único para analizar la calidad de los minerales traza. Esta tecnología de liberación positiva garantiza que toda fuente de materia prima que ingresa a nuestras plantas y los lotes de nuestro producto final que llegan a los mercados; sean revisados en cuanto a la presencia de dioxinas, PCBs y metales pesados.

Alltech México
Para mas información contacte a
su representante local Alltech
mexico@Alltech.com
+52 (33) 3695 5562

Alltech®

Opción de Premix	Inclusión	Vitamina A, % (perlas)					
		30 días	60 días	90 días	120 días	150 días	180 días
Minerales Traza Inorgánicos *	5 kg/T	90.9	89.4	87.5	86.0	80.4	78.5
Minerales Traza Orgánicos **	5 Kg/T	98.5	98.0	97.5	97.0	96.2	92.7
Minerales Traza Inorgánicos	10 Kg/T	95.7	94.5	94.0	93.1	91.5	84.2
Minerales Traza Orgánicos	10 Kg/T	99.2	99.0	98.4	98.0	98.0	94.5

Opción de Premix	Inclusión	Vitamina E, % (Acetato: 50%)					
		30 días	60 días	90 días	120 días	150 días	180 días
Minerales Traza Inorgánicos *	5 kg/T	83.2	82.7	77.2	72.4	70.5	68.4
Minerales Traza Orgánicos **	5 Kg/T	98.5	95.4	92.8	92.0	90.3	87.5
Minerales Traza Inorgánicos	10 Kg/T	85.1	83.7	79.4	75.4	73.5	70.0
Minerales Traza Orgánicos	10 Kg/T	99.1	99.0	95.4	94.1	91.3	90.2

Figura 1. Estabilidad de la vitamina A y E con diferentes opciones de premezcla mineral.

*ITM= sales minerales traza inorgánicas(sulfatoes) - Zn, Cu, Mn, y Fe

**OTM= minerales traza orgánicos (Bioplex) - Zn, Cu, Mn, y Fe

LA FUNCIÓN ANTIOXIDANTE PUEDE VERSE COMPROMETIDA POR LA ELECCIÓN DE LOS MINERALES

Investigaciones adicionales que evalúan el efecto de los minerales en los componentes de los alimentos han establecido que los antioxidantes de uso común pueden verse comprometidos al usar minerales inorgánicos. Los datos indican, además, que el tipo de OTM que ha demostrado un enlace mineral débil, impacta negativamente en la actividad antioxidante. La elección, por lo tanto, de los OTM juega un papel importante al momento de asegurar la calidad y estabilidad de los componentes de los alimentos.

La alta estabilidad de los OTM puede sopesar estos efectos negativos. Estudios realizados por Concar et al. en el año 2016, muestran que los OTM (proteínatos) pueden tener un efecto inhibitor menor sobre el antioxidante hidroxitolueno butilado (BHT) (Figura 2).

En un escenario de alimentos para mascotas o premezclas, una mayor actividad de dichos antioxidantes resultaría en menos oxidación, rancidez de grasas, menos devoluciones y, por lo tanto, una mayor vida de anaquel.

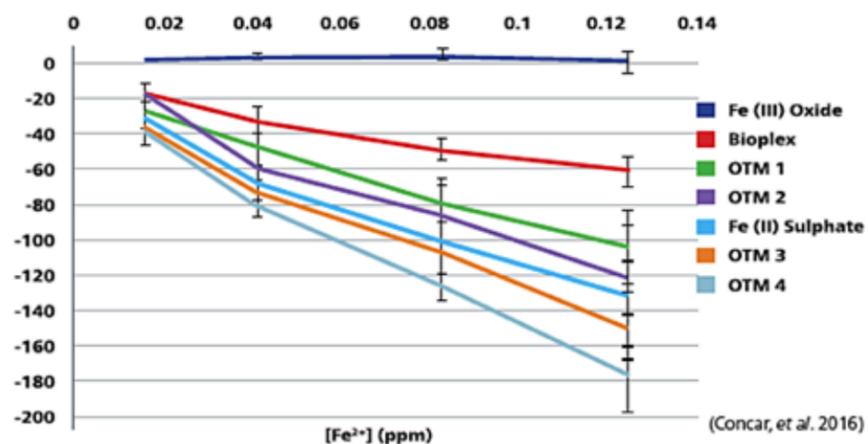


Figura 2. Impacto de la fuente mineral en la actividad antioxidante (BHT=hidroxitolueno butilado)

LA BIODISPONIBILIDAD DE LOS MINERALES TRAZA ORGÁNICOS: UTILIZAR MENOS PARA OBTENER MÁS

A medida que los dueños de mascotas se preocupan más por los ingredientes de las dietas de sus animales, ¿cómo podemos asegurarnos de que ellos reciban la nutrición correcta para cada etapa de su vida?

La inclusión de minerales traza en los niveles correctos puede contribuir a la prevención de problemas de metabolismo

óseo, urinario, cardíaco, articular y de glucosa. También, Case et al. 2011 han demostrado que los niveles nutricionales óptimos pueden ayudar a retrasar los cambios fisiológicos relacionados con la edad. En animales jóvenes, es importante considerar la concentración y la fuente de los minerales traza.

Un estudio realizado en la Universidad Federal de Lavras (Brasil), tenía como objetivo determinar el nivel óptimo de reducción, utilizando minerales orgánicos (proteínatos) para perros en crecimiento;

para mantener el desarrollo, el metabolismo y el estado mineral. Para esto se utilizaron 24 cachorros destetados, los cuales fueron alimentados con una dieta extruida seca.

Estas dietas experimentales consistieron en utilizar 100% ING (inorgánico): 100% de los suplementos recomendados por el NRC (2006); 100% ORG (Bioplex®, de Alltech); 100% de los suplementos recomendados por el NRC; 70% ORG: 70% de la suplementación recomendada por el NRC; y 40% ORG: 40% de los suplementos recomendados por el NRC. Los minerales inorgánicos fueron provistos en forma de sulfatos.

Los minerales traza tienen un efecto de llave-cerradura en ciertas enzimas antioxidantes que son fundamentales para la función inmunológica. Un suministro suficiente de minerales traza se puede describir como el combustible sustentador del sistema inmunológico. Este ensayo demostró que utilizar el 40% de minerales traza orgánicos mantuvo los niveles enzimáticos óptimos (Figura 3).

Artículo	100% inorgánico	100% orgánico	70% orgánico	40% orgánico	P-value	EPM
Superóxido dismutasa (U/MI)	4.91	4.54	4.40	5.44	0.49	0.49
Glutathion Peroxidasa (nmol/min/mL)	5757	5710	5693	5663	0.35	17.51
Malondialdeido	18.00	19.30	17.91	18.10	0.97	2.52

Figura 3. Resultados de la actividad enzimática.

Artículo	Semanas	100% inorgánico	Niveles añadidos			P-value	EPM
			100% ORG	70% ORG	40% ORG		
Peso (Kg)	0	1.29	1.29	1.31	1.28	1.00	0.16
	3	1.63	1.75	1.8	1.84	0.86	0.18
	6	2.38	2.48	2.79	2.87	0.46	0.25
	9	3.76	3.85	4.09	4.46	0.56	0.38
	12	5.67	5.60	5.66	6.79	0.35	0.51
	15	7.97	7.74	7.89	9.58	0.23	0.67
	18	9.71	9.45	9.67	11.15	0.50	0.83

Figura 4. Crecimiento durante las 18 semanas de evaluación con el uso de minerales traza inorgánicos y orgánicos.

Los perros **alimentados** con el 40% de los suplementos recomendados por el NRC **alcanzaron un peso mayor** a partir de la 4 semana hasta la semana 18 de la evaluación, comparado con los otros tratamientos; a pesar de que solo recibieron una cuarta parte de la ración mineral **en comparación con sus contrapartes** alimentadas con minerales inorgánicos.

Los perros alimentados con el 40% de los suplementos recomendados por el NRC alcanzaron un peso mayor a partir de la 4 semana hasta la semana 18 de la evaluación, comparado con los otros tratamientos; a pesar de que solo recibieron una cuarta parte de la ración mineral en comparación con sus contrapartes alimentadas con minerales inorgánicos y orgánicos.

Esto sin afectar y, por el contrario, presentando valores más altos en peso, altura y longitud corporal (Figura 4).



Los minerales traza orgánicos se absorben y se depositan con mayor eficacia en los tejidos previstos.

Muchos ensayos han demostrado que las concentraciones de zinc (Zn) en los tejidos pueden aumentar sustituyendo el Zn de una fuente quelada por el mismo nivel de una fuente inorgánica (Lowe, 1995), por lo tanto, pequeñas cantidades pueden tener un mayor impacto positivo en la mascota.

La ineficiencia de los inorgánicos requiere una sobrealimentación significativa. Los perros alimentados con el 70% de la suplementación recomendada por el NRC, mostraron tener una función específica para el cabello y la piel, ya que hubo una mayor deposición y una mejor utilización de los minerales en estos tejidos (Figura 5).

Del alimento balanceado al plato de la mascota, la fuente de minerales traza hace la diferencia. Los OTM proporcionan al animal un nutriente esencial de forma optimizada, y los efectos de tal precisión se reflejan en su salud y bienestar. Esta es la llegada de una revolución en la alimentación de precisión.

Los nutrientes bien diseñados y optimizados pueden revelarnos los requerimientos, tal como lo confirman los resultados de esta prueba; demostrando que con niveles bajos de OTM (proteínatos) se pueden alimentar a las mascotas manteniendo el crecimiento y el metabolismo.

Bibliografía

- K. Dawson, T. Ao, M. Paul, A. Pescatore, L. Macalintal, M. Ford, Growth

performance and bone characteristics of boiler chicks fed corn-soy diet supplemented with different levels of vitamin premix and different sources of mineral premix. IPSF 2019, Atlanta, GA.

- M.J. Concurr, M. Lagoda, L.A. Byrne, R.A. Murphy, The effect of mineral source and level on the activity of

antioxidants., EAAP, 67th Annual Meeting, Belfast, UK 29 Aug - 2 Sep, 2016.

- J.A. Lowe., Dose-response relationships to the feeding of a zinc chelate to dogs and rats. Poster presented at Alltech's 11th Annual Symposium on Biotechnology in the Feed Industry, Lexington, KY, USA. May 1995.

“Los OTM proporcionan al animal un nutriente esencial de forma optimizada, y los efectos de tal precisión se reflejan en su salud y bienestar. Esta es la llegada de una revolución en la alimentación de precisión.”



Mineral	100% Inorgánico	Niveles añadidos (orgánicos)			P-value
		100%	70%	40%	
Fe	302.66 ^a	110.75 ^a	534.42 ^b	327.66 ^a	0.00
Cu	1.27 ^a	1.52 ^a	1.89 ^a	4.77 ^b	0.01
Mn	29.13	11.77	40.76	31.66	0.07
Zn	183.86	119.07	207.19	184.48	0.21
Se	0.92	0.60	1.36	0.99	0.18

Figura 5. Retención en la piel (mg/kg). La llegada de la alimentación de precisión.

inspired by pets,
creative by nature

dianapetfood

Nueva identidad visual

inspired by pets,
creative by nature

dianapetfood

Diana Pet Food es pionera y líder global en soluciones de alto valor mejorando el bienestar de las mascotas y la satisfacción de los dueños de mascotas.



re inventing palatability

SPF reinventa la palatabilidad de los alimentos para mascotas para mejorar la experiencia sensorial de las mismas, convirtiendo el momento de alimentación, en un momento de felicidad compartida.



well being by nature

Vivae proporciona soluciones innovadoras y naturales de nutrición, mejorando visiblemente la salud y el bienestar de las mascotas.



unique insight, inspired by pets

Panelis es el centro de medición más amigable con las mascotas y más innovador, proporcionando una visión única de las preferencias y comportamientos de las mascotas.



innovative care, designed for pets

Odalía desarrolla innovadoras soluciones únicas de aroma y cuidado para que las mascotas y sus dueños vivan en perfecta armonía.



pet food protection naturally

Videka crea sistemas superiores de protección naturales para preservar la calidad y el sabor de los alimentos para mascotas.

Percibiendo una oportunidad: mejorar el aroma del alimento para mascotas

CHLOÉ CHAMPION
JEANNE ROCHER
PERRINE DELIME
DIANA PET FOOD

Ver a una mascota disfrutar de la comida es uno de los placeres especiales de los dueños de mascotas. La hora de la comida es uno de los mejores momentos en el que los dueños y sus mascotas se expresan mutuamente amor y ternura, pero los olores desagradables pueden reducir la percepción de los dueños sobre la experiencia alimentaria de sus mascotas.

Para hacer del tiempo de alimentación un momento de felicidad compartida, los fabricantes de alimentos para mascotas deben considerar una nueva dimensión: la satisfacción olfativa del dueño de la mascota. Un alimento para mascotas exitoso es uno que no solamente atraiga al agudo olfato de las mascotas [1], sino que, además, seduzca la delicada nariz de los dueños. Ver a una mascota disfrutar de la comida es uno de los placeres especiales de los dueños de mascotas. La hora de la comida es uno de los mejores momentos en el que los dueños y sus mascotas se expresan mutuamente amor y ternura, pero los olores desagradables pueden reducir la percepción de los dueños sobre la experiencia alimentaria de sus mascotas.

Para hacer del tiempo de alimentación un momento de felicidad compartida, los fabricantes de alimentos para mascotas deben considerar una nueva dimensión:

la satisfacción olfativa del dueño de la mascota.

Un alimento para mascotas exitoso es uno que no solamente atraiga al agudo olfato de las mascotas [1], sino que, además, seduzca la delicada nariz de los dueños.

EL OLOR DEL ALIMENTO AFECTA SIGNIFICATIVAMENTE LA EXPERIENCIA ALIMENTARIA DE LOS DUEÑOS DE MASCOTAS

Para evaluar la importancia del olor del alimento para mascotas en sus dueños, se realizó una encuesta online al consumidor sobre usos y actitudes, consultando a 970 dueños de mascotas norteamericanas y 852 dueños de mascotas franceses. Los resultados resaltan el impacto del aroma del alimento para mascotas en los hábitos de compra de los dueños.

CÓMO LOS PRODUCTOS CON MEJOR AROMA SUMAN VALOR A LAS MARCAS DEL ALIMENTO PARA MASCOTAS

Un cliente suele ser atraído por una marca o un producto según cómo apele a sus sentidos [2]. De hecho, nuestros sentidos están ligados a la memoria y pueden llegar a nuestras emociones [3]. De esta manera, la calidad emocional de los pro-

ductos cobra importancia para mantener una ventaja diferenciadora en el mercado [4]. Mejorar el aroma del alimento para mascotas puede ser una forma eficaz para innovar la experiencia alimentaria de los dueños, afirmar la confianza del consumidor y establecer una imagen positiva de la marca.

Existen tres estrategias de aroma que pueden diferenciar los alimentos para mascotas y respaldar el posicionamiento de la marca. Los fabricantes de alimentos para mascotas pueden disimular el sabor residual para suavizar el perfil olfativo de sus productos y lograr una mejor aceptación en las personas; pueden perfeccionar la receta para mejorar la percepción de los dueños sobre la calidad de los ingredientes; y pueden darle a la marca un aroma distintivo que sea único y reconocible para los dueños de mascotas.



Nunca se arriesga la palatabilidad

Cuando del aroma se trata, las preferencias entre las personas y las mascotas pueden diferir. Al utilizar sabores en el alimento para mascotas adaptados a las preferencias de las personas se puede reducir significativamente su palatabilidad para gatos y perros. Para crear una experiencia alimentaria única, las soluciones sensoriales deberían combinar el valor de la palatabilidad confiable para mascotas con un aroma agradable para los dueños. Para garantizar la satisfacción en ambos, es crucial validar el desempeño de un

25% de los dueños de mascotas dicen que el olor de la comida es un criterio muy importante al elegir el alimento para mascotas.

52% de dueños franceses de gatos & 44% de dueños norteamericanos de gatos no guardan paquetes abiertos en la heladera debido al mal olor.

"Para crear una experiencia alimentaria única, las soluciones sensoriales deberían combinar el valor de la palatabilidad confiable para mascotas con un aroma agradable para los dueños."

producto tanto con paneles de mascotas como de personas.

HERRAMIENTAS INNOVADORAS PARA CARACTERIZAR EL AROMA DEL ALIMENTO PARA MASCOTAS

Petscript™ describe el aroma del alimento para mascotas.

El primer paso para mejorar el aroma de un alimento para mascotas es contar con una herramienta confiable para describirlo. En los últimos 10 años, los paneles sensoriales humanos se utilizaron para caracterizar los alimentos para mascotas, pero no existía un lenguaje común y reproducible para describir sus aromas.

Petscript™, es un lenguaje sensorial único y universal ideado específicamente para describir el aroma del alimento para mascotas. Se desarrollaron dos versiones de Petscript™, una para alimento seco y otra para alimento húmedo, cada uno

de los cuales reúne 25 características de aromas asociadas exclusivamente a las referencias olfativas. [7]

Emoscript©: identifica las emociones de los pet parents sobre el aroma del alimento para mascotas.

Para ayudar a los fabricantes de alimentos para mascotas a generar momentos felices a la hora de la comida, también se desarrolló Emoscript©. Desarrollado a partir de grupos de sondeo guiados por dueños de mascotas, este recurso reúne una lista de 22 emociones agrupadas en 5 categorías específicamente seleccionadas para describir las emociones que desencadena el aroma del alimento para mascotas.

Petscript™ describe el aroma del alimento para mascotas.

El primer paso para mejorar el aroma de un alimento para mascotas es contar con una herramienta confiable para descri-

51% de dueños norteamericanos de gatos & 44% de dueños franceses de gatos que dan alimento húmedo al menos una vez por semana, creen que es importante que el aroma de la comida coincida con la receta y la lista de ingredientes.

44% de dueños norteamericanos de gatos & 41% de dueños franceses de gatos creen que un aroma atractivo es un signo de marca de calidad.

birlo. En los últimos 10 años, los paneles sensoriales humanos se utilizaron para caracterizar los alimentos para mascotas, pero no existía un lenguaje común y reproducible para describir sus aromas.

Petscript™, fue creado como un lenguaje sensorial único y universal ideado específicamente para describir el aroma del alimento para mascotas. Se desarrollaron dos versiones de Petscript™, una para alimento seco y otra para alimento húmedo, cada uno de los cuales reúne 25 características de aromas asociadas exclusivamente a las referencias olfativas. [7]



El uso combinado de Petscript™ con Emoscript© permite una caracterización completa y objetiva del aroma del alimento para mascotas. Con estas poderosas herramientas, los fabricantes pueden esquematizar su producto según su perfil olfativo, alcanzar un aroma meta específico y diferenciarse de otros productos del mercado.

CONECTANDO EL AROMA DEL ALIMENTO PARA MASCOTAS CON LAS PREFERENCIAS Y EMOCIONES DEL DUEÑO

Un enfoque holístico sobre el aroma del alimento para mascotas.



Se ha demostrado ampliamente que la percepción del aroma en las personas está fuertemente vinculada con las emociones, los comportamientos y los recuerdos. Cuando nos enfocamos en el alimento para mascotas, que no es consumido por sus dueños, surgen preguntas sobre cómo es percibido y cómo afecta a las emociones.

Se realizó una investigación innovadora para estudiar el vínculo entre el aroma del alimento para mascotas, las emociones que desencadena en sus dueños y su influencia sobre la aceptación del producto.

Se realizó un estudio preliminar para construir el paisaje olfativo del mercado europeo de alimentos húmedos para mascotas. 25 jueces expertos utilizaron el Petscript™ para describir el aroma de 32 productos comprados en Francia, Reino Unido y Alemania. Luego se llevó a cabo un "Análisis de Componente Principal" (PCA) para esquematizar los productos según su perfil olfativo. Los resultados resaltaron la existencia de 6 grupos que reúnen productos con características aromáticas similares: "Pechuga de pollo", "Marino", "Hierbas aromáticas", "Carne de caza", "Dulce" y "Otras" categorías [7].

8 alimentos húmedos para gatos

Descripción del aroma
 Petscript húmedo™

Respuesta emocional
 Wet Emoscript™

Aceptación del producto
 Prueba de aceptación

25 jueces expertos

150 dueños de mascotas
 Milou, Duchesse & Moi

Luego, entre los productos de las categorías olfativas definidas previamente, se seleccionaron 7 alimentos húmedos representativos para gatos (A-B-C-D-E-F-G).

Además, se fabricó un prototipo de alimento premium húmedo para gatos (S) y se lo saborizó con Hierbas Sensol Provence, una solución sensorial específicamente diseñada para proporcionar alimentos para mascotas con un aroma agradable para los dueños al tiempo que garantiza un alto nivel de palatabilidad para perros y gatos. Este prototipo saborizado también se ubicó en el mapa olfativo de la comida húmeda para gatos de Europa después de que su aroma haya sido descrito por los jueces expertos con Petscript™. 150 dueños de mascotas de paneles domésticos de Milou, Duchesse y Moi utilizaron Emoscript© para descri-

bir las respuestas emocionales disparadas por el aroma de los 8 alimentos húmedos.

También se les pidió que calificaran el aroma de los productos en una escala del 1 al 9 según su nivel de apreciación.

La prueba de aceptación reveló tres clases de productos apreciados de manera diferente. El análisis combinado de los descriptores de aromas y las preferencias de los dueños demostró que los productos con notas olfativas de las categorías "Marina", "Hierbas aromáticas" y "Pechuga de pollo" tendieron a ser preferidas a aquellos con notas olfativas típicas de la categoría "Carne de caza".

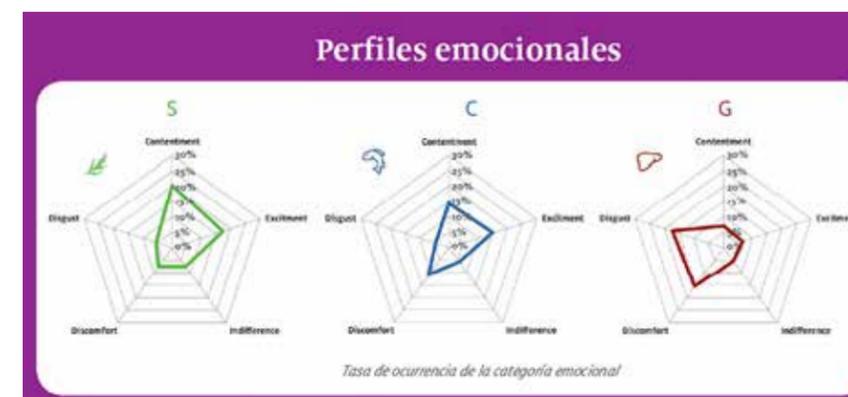
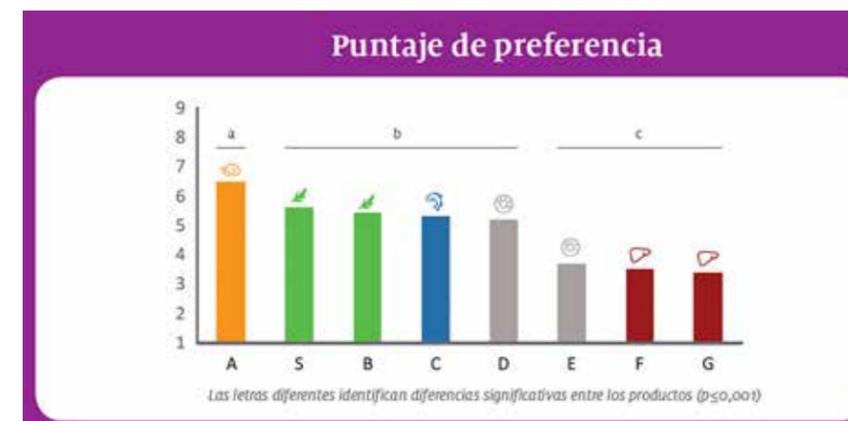
Además, los perfiles de las respuestas emocionales de los productos fueron con-

sistentes con los puntajes de preferencia de los dueños: los alimentos con puntajes más altos también provocaron un mayor número de emociones positivas.

Además, fue posible relacionar varias emociones con descriptores de aromas. Por ejemplo, las notas de "Hígado" y "Salvaje" se asociaron fuertemente con la sensación de disgusto.

El prototipo de alimento que contiene Hierbas Sensol Provence produjo una gran cantidad de emociones positivas y fue uno de los productos que más gustaron.

Esto confirmó que usar sabores diseñados específicamente para alimentos para mascotas puede ser una poderosa palanca para aumentar la satisfacción de los dueños de mascotas.



CONCLUSIÓN

Los aromas tienen un poder singular para crear instantáneamente fuertes sentimientos en las personas. Pueden evocar recuerdos y emociones subyacentes, tanto buenos como malos. Por lo tanto, es crucial utilizar alimentos para mascotas con un aroma agradable para los pet parents que desean disfrutar de una experiencia

placentera cuando alimentan a su amado compañero.

Pero, ¿cuál es la definición de un buen aroma? ¿Cuáles son los aromas que provocan las emociones más positivas en los pet parents? Un enfoque sensorial integral del aroma de los alimentos para mascotas puede brindar el puntapié de

una respuesta a los fabricantes de alimentos para mascotas que deseen mejorar el aroma de sus productos.

Gracias a herramientas innovadoras, ahora es posible describir de manera objetiva el aroma de los alimentos para mascotas y esquematizar los productos en el paisaje olfativo del mercado global. Determinar qué aromas de alimentos para mascotas suelen asociarse con preferencias marcadas y conectarlos con emociones específicas puede permitir a los fabricantes de alimentos para mascotas alcanzar el aroma deseado y mejorar la experiencia de los padres al alimentar a sus mascotas. Todo esto contribuirá a establecer una imagen de marca fuerte y positiva.

REFERENCIAS

- Pickering G. J. 2009. Optimizing the sensory characteristics and acceptance of canned cat food: use of a human taste panel. *Journal of Animal Physiology and Animal Nutrition*. 93(1):52-60.
- Lindstrom M., Kotler P., 2005. *Brand Sense: Build Powerful Brands Through Touch, Taste, Smell, Sight and Sound*. New York (N.Y.) : Free Press.
- Isacson, A., L. Alakoski, 2009. "Using multiple senses in tourism". Third International Conference on "sustainable Tourism development", Sweden, November 25th-27th
- Schifferstein H. et al. 2013. Influence of package design on the dynamics of multisensory and emotional food experience. *Food quality and preference*, 27, 18-25.
- Lindstrom M., 2010. *Brand Sense: Sensory Secrets Behind the Stuff We Buy*. Simon and Schuster.
- Koppel K. 2014. Sensory analysis of pet foods. *J Sci Food Agric*; 94: 2148-2153.
- Delime P. et al. 2017. Describing the smell of wet cat food using a common sensory language: Petscript™ 'Flavour Science' Proceedings of the 15th Weurman Flavour Research Symposium.

Alimentos con BENEFICIOS PREVENTIVOS, la nueva tendencia en el mercado

SOFÍA LÓPEZ CONSTANTINO
INVESTIGADOR EN NUTRICIÓN ANIMAL

En la actualidad muchas personas son más proactivas en lo que concierne al cuidado de sus mascotas. Esto en parte se encuentra relacionado a la fuerte unión que puede existir del propietario hacia su compañero por lo cual el costo del alimento pasa a segundo plano con tal de asegurar la salud y bienestar de sus mascotas. En especial, los dueños de perros y gatos consideran que los alimentos de alta calidad son efectivos para que sus animales se mantengan saludables. (National Pet Owner Survey, 2017).

Desde el 2010 a la fecha, las modificaciones que se han hecho en el mercado de alimentos empiezan desde el uso de proteínas de alta calidad, vitaminas y minerales, incremento de la adición de antioxidantes, así como de otros suplementos orgánicos. Esto ha generado atracción a los compradores por que va de la mano a las nuevas tendencias en la alimentación de los propietarios.

Los alimentos con beneficios preventivos que existen en el mercado tienen la finalidad de impulsar la respuesta inmune de los animales en las diferentes etapas de desarrollo. La mayoría son alimentos secos y se dividen en tres clasificaciones.

Para la etapa de cachorro la adición de vitaminas como la vitamina D que incrementa la respuesta inmune para patógenos intracelulares como bacterias y virus y minerales como el Zinc que contribuye a la formación de glóbulos blancos en la médula ósea. La intención es que con el aporte de una alimentación balanceada se incrementa el desarrollo del sistema inmunológico en esta etapa.

En cuanto a la etapa adulta, mantenimiento y balance son pieza clave en la formulación de la dieta. Se observa el uso de vegetales orgánicos, proteína de origen animal procedente de carne sin huesos para la reducción de fósforo y

calcio en la dieta y la disminución de ingredientes como maíz y trigo para evitar la presencia de alergias alimenticias. El adecuado balance y reducción de algunos componentes en la dieta pueden prevenir el desarrollo de enfermedades crónico-degenerativas en las mascotas.

Por último, en la etapa senior la idea principal es reducir las posibilidades de tener complicaciones en la salud de la mascota. Con los mismos fundamentos que en la etapa adulta, pero con modificaciones en el balance de minerales y contenido de energía calórica con el fin de prevenir el desarrollo de enfermedades hormonales y obesidad.

En conjuntos los alimentos con beneficios preventivos se basan en dieta nutritivas de gran sabor con ingredientes naturales que ayudan a las mascotas a vivir una vida larga y feliz.

En conjuntos los **alimentos con beneficios preventivos** se basan en **dieta nutritivas de gran sabor** con ingredientes naturales que ayudan a las mascotas a vivir una **vida larga y feliz**.



Consulta,
comparte y
participa con

PETFOOD
LATINOAMERICA 

NOTICIAS DE INTERÉS GENERAL

¿Quieres divulgar con la industria de alimentos para mascota de Latinoamérica alguna idea o noticia sobre tu Empresa?

No esperes más y escríbenos a:

@ info@petfoodlatinoamerica.com  Pet Food Latinoamerica

¿Por qué?

Se lo acabo

No se lo come



Palatantes de la competencia



Palatantes de Aditivos & Colors



www.aditivescolors.com.mx

HOMOLOGAR LA DENOMINACIÓN DE INGREDIENTES, UN PASO ADELANTE

La dinámica del comercio internacional de mercancías había tenido tendencia de crecimiento sostenido durante las recientes décadas. Sin embargo, en los últimos años muchos gobiernos de todo el mundo han puesto en entredicho los beneficios del intercambio de mercancías entre países, y la dinámica del comercio internacional muestra signos de menor crecimiento. Las llamadas guerras comerciales entre grandes potencias generan incertidumbre en el ambiente de negocios y propician inestabilidad.

En el caso de México, y particularmente el comercio internacional de alimentos para mascotas y sus ingredientes no parece seguir dicha dinámica, y más bien dan muestras de crecimiento no obstante el marco global.

Cabe señalar que, de acuerdo con los números preliminares, el presente año mostrará al menos la misma tendencia de 2018. A reserva de esperar los números definitivos, todo parece indicar que habrá buenos resultados en el comercio internacional de alimentos para mascotas en 2019.

Bajo esta intensa dinámica del comercio exterior y la propia generada por el mercado interno del alimento para mascotas, la cantidad de marcas, presentaciones y opciones para distintos segmentos se multiplican rápidamente. Tan rápidamente que, al igual que en algunos países de la región, el marco legal y regulatorio no responde a esa dinámica del mercado. En aquellas circunstancias donde hay reglas en el ámbito regulatorio poco precisas, se corre el riesgo de que el crecimiento del mercado se vea afectado.

En el caso de México, alrededor del 50% de la demanda total de regulación a productos alimenticios para animales corresponde a alimento para mascotas, y si las autoridades no tienen manera de responder a la demanda, entonces las posibilidades de regular un nuevo producto en un tiempo corto son escasas.

Considerando que la cantidad de ingredientes o la especificidad de los mismos para la formulación de alimento balanceado para mascotas se amplía con la dinámica del mercado, se ha notado que existe una dispersión importante en los etiquetados de los productos en el mercado mexicano. Claramente se pueden observar denominaciones distintas para un mismo ingrediente. Dicha situación genera distorsiones y afectaciones diversas a la industria, el gobierno y el consumidor. Todos los actores del mercado resultan afectados ante la posibilidad de no tener reglas claras para homologar los etiquetados de los alimentos.

En el caso de México, alrededor del 50% de la demanda total de regulación a productos alimenticios para animales corresponde a alimento para mascotas



A lo anterior se suma la percepción que los consumidores pudieran tener con relación a ciertos términos que pueden resultarle poco claro o francamente desagradables, al no tener la información debida, o simplemente por que hay límites naturales en el consumidor promedio para entender e interpretar la denominación de un ingrediente que no sea, a su parecer, adecuado para su mascota.

No tener un etiquetado con denominación clara de los ingredientes es un factor para que por motivos de marketing, otros participantes del mercado tomen ventaja para ver favorecidos sus productos a los ojos del consumidor.

Para el consumidor, es altamente probable que cause confusión y no tome la mejor opción si acaso se basa en parámetros de este tipo para la toma de decisiones a la hora de comprar alimento para sus mascotas.

Para las autoridades regulatorias, la posibilidad de que los entes regulados puedan usar distintos términos para nombrar un mismo ingrediente le generará tarde o temprano complicaciones y probablemente conflicto con los sujetos regulados.

Ante dicho panorama, y un vacío que genera incertidumbre que no conviene a nadie, la industria organizada ha trabajado un proyecto que permitiría mejorar dicha situación en beneficio de productores, consumidores y gobierno. La propuesta formulada y trabajada colegiadamente por las áreas técnicas y regulatorias de las empresas afiliadas en AMASCOTA, tomó como base fuentes públicas internacionalmente reconocidas, y se limita por el momento a una descripción general de ingredientes únicamente de origen animal.

La posibilidad de que la propuesta cumpla con el objetivo de homologar la denominación de ingredientes de origen animal en el etiquetado de los productos en el mercado dependerá de que la propia industria se ajuste al mismo, y de que las autoridades correspondientes lo hagan obligatorio.

El tiempo dirá si la propuesta merece la atención del órgano regulador o no, pero la necesidad de avanzar en esta dirección y profundizar en las especificaciones de todo tipo de ingredientes y no solo los de origen animal no desaparece, sino que se profundiza. Es responsabilidad de todos los actores que participan en la industria sumarse al esfuerzo.

Javier León Romero,
Subdirector del Consejo
Nacional de Fabricantes
de Alimentos Balanceados
y de la Nutrición Animal



conafab.org
conafab.org/membresia/amascota
twitter.com/Conafab
facebook.com/Conafab



Algunas consideraciones a tomar en cuenta en el desarrollo de nuevos productos

con Miguel Ángel López

ASESOR INDEPENDIENTE



El mercado del pet food se encuentra en constante cambio y evolución por lo que los fabricantes se enfrentan al reto de ofrecer al mercado nuevos productos o de modificar los ya existentes con el fin de satisfacer las necesidades tanto de las mascotas como de sus dueños.

Durante el proceso de desarrollo de nuevos productos se deben de considerar ciertos pasos básicos que pueden dar la diferencia entre hacer las cosas bien o mal.

Siempre es importante trabajar en equipo entre el área comercial (ventas y mercadotecnia), el área de desarrollo y el personal de la fábrica (manufactura, calidad y logística), así como con otras áreas como lo son la financiera, la administrativa y la legal.

Un listado breve de 4 puntos importantes a revisar por los diferentes departamentos de la Empresa antes de lanzar un producto es el siguiente:

REGULACIONES

Expongo este punto al principio porque generalmente es el que más dejamos de lado. Debemos consultar que las

innovaciones o modificaciones que estamos realizando en términos de ingredientes y procesos estén autorizadas por las autoridades y estén en línea con los textos de los empaques que se utilizan.

FINANZAS

En muchas ocasiones por el afán de lanzar al mercado productos muy innovadores dejamos de lado la realización a fondo de estudios financieros. Es muy común ver productos atractivos en el mercado, fabricados en equipos cuya eficiencia se ve mermada y lleva a la empresa a tener costos de producción sumamente elevados.

MANUFACTURA

Tomando el punto anterior, es muy importante revisar a fondo que la promesa comercial así como la formulación del producto sea realizable con los equipos de producción

con los que cuenta la Empresa. Se debe buscar eficiencia y consistencia en la calidad.

DESEMPEÑO DEL PRODUCTO

En Latinoamérica es muy común escuchar la frase: “el nuevo alimento es excelente, a mis perros les encantó”; esto es totalmente inaceptable, deben de utilizarse colonias especializadas en pruebas para alimentos en donde se hagan pruebas. Las evaluaciones obligatorias mínimas a realizar son las siguientes: palatabilidad versus su competencia directa, monitoreo de la consistencia y color de heces; no hay que olvidar también, en lo posible, medir la

Siempre es importante trabajar en equipo entre el área comercial (ventas y mercadotecnia), el área de desarrollo y el personal de la fábrica (manufactura, calidad y logística), así como con otras áreas como lo son la financiera, la administrativa y la legal.

reacción de los dueños hacia el nuevo producto en términos de apariencia y aroma.

Los puntos anteriores estarán sustentados dentro de un documento “maestro” también llamado brief dentro del cual se compilen todas las características físicas, químicas, funcionales y de desempeño del producto. Adicionalmente también debe incluirse en dicho documento tanto la fórmula como las especificaciones de calidad de los ingredientes y del empaque que lo conforman. Otros puntos importantes a considerar son la lista de equipos con los que se elaborará el producto y los parámetros de proceso a utilizar durante la fabricación.

También es de mucha utilidad el uso de una tabla de tiempos, actividades y responsables que nos ayudarán a realizar un trabajo de valor.

La exacta coordinación y comunicación entre las áreas de nuestra Empresa nos llevará finalmente a desarrollar productos adecuados para nuestros clientes: Las Mascotas.

ASESORÍA EN DESARROLLO DE ALIMENTOS PARA PERRO Y GATO

Formulación

Ingredientes

Proceso

Calidad

Protocolos de pruebas con animales

Empaque y regulación



Miguel López

www.mlopez.mx

CICLO PHVA “HACER”

Por: **QFB Beatriz Beltrán Brauer**

BELCOL CAPACITACIÓN Y ASESORÍA SC



Hay que recordar que un Proceso es un conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, y que transforman elementos de entrada en elementos de salida (resultados).

Estamos revisando los conceptos del Ciclo de Deming: PHVA (Planear-Hacer- Verificar- Actuar) y en esta ocasión nos enfocaremos en el “Hacer”. Vamos a realizar el trabajo y las acciones previstas para conseguir alcanzar los objetivos establecidos en la fase de planificación. Básicamente se trata de realizar lo que se planeó (vamos a transformar las palabras en acciones) y se planea todo aquello que se puede hacer mejor o que se debe resolver.

En una empresa u organización el “hacer” implica realizar todas las actividades de un Sistema de Gestión de la Calidad y de sus procesos para el logro de objetivos. Como en todo sistema de calidad, los procesos deben estar documentados en cuanto a su forma de realización: qué se va a hacer, a qué aplica, quiénes son los responsables, cómo se realiza y cómo se evalúa su eficacia (elaborar Procedimientos).

Es necesario el mantenimiento y la conservación de la información documentada para tener confianza de que los procesos se han llevado a cabo según lo planificado.

El “hacer” puede dividirse en tres segmentos:

- Capacitación del personal implicado en el proyecto;
- El proceso en sí, de realizar el trabajo.
- Registrar las ideas, o los datos para su evaluación.

Hay que recordar que un Proceso es un conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, y

que transforman elementos de entrada en elementos de salida (resultados).

Se debe controlar y supervisar la calidad desde el inicio y a todo lo largo del proceso de producción y esto implica establecer acciones de control que son: preventivas: al inicio del proceso (por ejemplo, selección de proveedores, establecimiento de especificaciones, mantenimientos, etc.), predictivas: que se realizan durante la preparación de los procesos, activas: realizadas durante el desarrollo del proceso e informativas: están relacionadas con los resultados obtenidos (supervisión post-proceso).

Para la operación efectiva de cada proceso, se identifican en su inicio los requisitos y los recursos necesarios para su realización, y estos pueden ser: humanos, de infraestructura, ambientales, legales o normativos, de información, materiales o financieros. Será necesario recopilar la información y gestionar los recursos necesarios con la alta dirección de la empresa.

El “hacer” es una etapa de reunir conocimiento ya que, no porque se ha planeado algo, significa que será eficiente a la primera. Es recomendable iniciar con procesos a pequeña escala, por ejemplo, primero en un producto, no con todo el rango de productos y, en el caso de realizar procesos en base a los requisitos de una norma, un manual, una guía, etc., se identificarán los procesos necesarios, se establecerá su secuencia y se irán realizando individualmente.

Una vez establecidos qué procesos se van a realizar, se visualizan o identifican las interacciones existentes entre los mismos. Una herramienta útil para conocer cómo se están llevando a cabo los procesos, poder desarrollar las formas alternas de su realización en momentos críticos y evaluar, establecer o fortalecer los indicadores o medidas



de los resultados, son los “Mapas de Proceso” (representación gráfica de los procesos); como ejemplos de estos mapas tenemos a: los diagramas SIPOC, los diagramas de flujo de carriles (en inglés: swimlanes) y los diagramas de tortuga; cada empresa u organización utilizará el modelo que considere mas adecuado de acuerdo con lo que va a realizar.

Toda actividad que se realice está sujeta a una continua revisión, monitoreo de sus resultados, recolección de datos y evaluación o medición de estos datos, todo esto con el propósito de tener evidencias que determinen si el proceso que se está realizando es el más adecuado o no, es decir, se va a probar su efectividad y en caso necesario, se vuelve a replantear.

Una vez implantado un proceso, se pone a prueba con los usuarios para verificar que se entiende, que se puede realizar y que se facilita su realización. Una vez probada y verificada su aplicabilidad y eficiencia, se firma (elaboró, revisó y autorizó), y se calendariza el inicio de su implementación.

La siguiente etapa en el ciclo PHVA y que revisaremos en la próxima columna, corresponde a “la verificación”, es decir, realizar el seguimiento y la medición de los procesos respecto a las políticas, los objetivos, los requisitos y las actividades planificadas e informar sobre los resultados obtenidos.



**Cursos, Talleres,
Conferencias, Asesorías
y Capacitaciones
Externas e Internas**

**Temas Relacionados con
la Calidad, la Inocuidad y el
Cumplimiento de Regulaciones**

TEMAS DE ESPECIALIDAD:

- Aseguramiento de la Calidad
- Sistemas de Gestión de la Calidad
- Buenas Prácticas de Manufactura
- Buenas Prácticas de Laboratorio
- Buenas Prácticas de Higiene
- Seguridad en las áreas de trabajo
- Cumplimiento de regulaciones sanitarias y comerciales
- Inocuidad Alimentaria

www.belcol.mx

Ubicación:
Heriberto Frías No.1439 Int. 702
Colonia Del Valle
Deleg. Benito Juárez
C.P. 03100 Ciudad de México

Contacto:
direccion@belcol.mx
Teléfono: (55) 56 05 49 93
Celular: 55 61 91 31 41



Momentos de la Verdad

Por: *Sonia Ibarreche*



El diseño del packaging es una combinación de arte y ciencia. El éxito depende de muchas cosas, pero a menudo estas cosas compiten entre sí. Un envase tiene que ser práctico para el consumidor, el contenido no puede caerse, aplastarse o estropearse fácilmente. Además, tiene que contar una historia, preferiblemente corta, veraz y convincente, la historia es básicamente un "cómprame" en anaquel que tiene que ser captado por el consumidor.

El diseño del packaging también encaja y mejora los "momentos de verdad" del consumidor, lo que sucede antes, durante y después de comprar un producto. Las buenas decisiones de diseño atraen a los consumidores a una marca y hacen que sean más propensos a preferirla. Por ello diseñadores de empaques constantemente tienen que encontrar formas nuevas e interesantes replicar el atractivo de un envase para el consumidor.

En su excelente artículo de Emerald Report, Catherine McGavin aborda el espinoso tema llamado "Momentos de la verdad". El ciclo tradicional de estímulo de las decisiones de compra en la tienda y la experiencia del consumidor, entendiendo con esto lo importante que es el empaque para cada uno de estos momentos de verdad.

El envase debe ser lo suficientemente atractivo para actuar como un vendedor silencioso, ser reconocido por el consumidor y convencerlo de comprar el producto.

Por ello se enlistan a continuación cuatro pasos del momento de la verdad de la conexión entre un producto y el consumidor.

1.- ZMOT (ZERO MOMENT)

El momento ZMOT es el momento en que el consumidor investiga un producto o categoría en línea previo a salir a buscarlo y tomar una decisión de compra. El consumidor puede comparar precios o leer reseñas de productos, ubicar la tienda donde puede adquirirlo etc. Con esto se siente preparado porque puede haber encontrado información del producto y solo irá a buscarlo al punto de venta.

En este punto es muy importante apoyarse de la publicidad y de los esfuerzos de mercadotecnia para dar a conocer el producto al consumidor e indicarle cual es la imagen con la que podrá encontrarlo en anaquel, cuando decida comprarlo.

2.- FMOT (FIRST MOMENT OF TRUTH)

Un momento importante para las marcas y los productos es el primer momento cuando el consumidor identifica claramente el empaque del producto en el anaquel, por ello el envase es una palanca importante de marketing. El 80% del tiempo si los compradores recogen su producto del estante minorista, lo comprarán Visto = Vendido.

El atractivo de estantería es clave para FMOT. La conexión emocional del consumidor con los gráficos y la estructura del empaque es primordial. Los diseñadores de empaque pueden usar la simulación virtual en la tienda, para jugar con la posición del producto. Pueden ubicar el producto en las ubicaciones más convenientes para que los consumidores los busquen.

3.- SMOT (SECOND MOMENT OF TRUTH)

Una vez que el producto se compra y se lleva a casa, el segundo momento de la verdad se describe como el momento en uso. Por ejemplo, para productos como alimentos o bebidas, describen cómo prepararlos, como almacenarlos etc. El consumidor está interactuando y experimentando tanto el producto como con su envase. Por ello el envase debe estar elaborado con un material durable y resistente para que cumpla las funciones durante el uso y tiempo de vida con el usuario.

4.- TMOT (THE THIRD MOMENT OF TRUTH)

También conocido como el momento de eliminación al final de la vida útil del producto. En el momento en que el consumidor desecha el envase del producto comenzará un ciclo que, con el tiempo, definirá donde terminará el envase ya sea en una planta de reciclaje o en el vertedero.



Las buenas decisiones de diseño atraen a los consumidores a una marca y hacen que sean más propensos a preferirla.

Por ello es muy importante que el envase informe al consumidor sobre cómo debe desechar el envase, si debe separarlo, si debe comprimirlo, inclusive si debe destruirlo para que no sea utilizado por la piratería. El consumidor se vuelve un eslabón importante para que los materiales sean reaprovechados y se busque la protección al medio ambiente.

El diseño de envase debe considerar estos aspectos para generar una propuesta funcional para el consumidor.

Un diseño atractivo, práctico e informativo influirá en las decisiones de compra de los consumidores y los ayudará a convertirse en fanáticos del producto. El objetivo que estos productos generen experiencias que deberían alentar a los consumidores a compartir con sus amigos y convertirlos en defensores de la marca.

McGavin Catherine . (2018). Package Design & the "Moment of Truth". Creative Edge Software Sitio web: <http://www.creativeedgesoftware.com/2016/10/11/package-design-moment-of-truth/>



Datos precisos, fidedignos y objetivos

PRUEBAS DE:

- ✓ Palatabilidad
- ✓ Digestibilidad
- ✓ Evaluación de calidad de heces

PROTOCOLOS ESPECIALES A LA MEDIDA

Próximamente PANEL DE GATOS para pruebas sensoriales de palatabilidad

PANEL CON 65 PERROS VALIDADOS

petfoodinvestigacion@gmail.com

5536173828

Evento	Fecha	Lugar	Informes
International production and Processing Expo 2020	28 al 30 de Enero de 2020	Georgia World Congress Center Atlanta, Georgia Estados Unidos	https://www.ippexpo.org/
Pet Food Conference	28 de Enero de 2020	Georgia World Congress Center, Atlanta, Georgia	http://www.petfoodconference.com/index.cfm
Petfood Forum 2020	27 al 29 de Abril de 2020	Centro de convenciones de Kansas City Kansas City, MO	https://www.petfoodforumevents.com/
Fenagra 2020	13 y 14 de Mayo de 2020		https://www.fenagra.com.br/
Foro Mascotas Pet Food 2020	18 y 19 de Junio de 2020	Expo Guadalajara. Guadalajara, Jalisco, México	http://foromascotas.mx/
Figap 2020	21 al 23 de Octubre de 2020	Expo Guadalajara, Guadalajara, Jalisco	https://www.figap.com/#/

PETFOOD
LATINOAMERICA

¿Quieres compartir las novedades de tus productos?

No esperes más y escríbenos a:
info@petfoodlatinoamerica.com

 Pet Food Latinoamerica



INGREDIENTES DE ORIGEN

VEGETAL

HARINAS DE CHICHARO:

- Proteína, fibra y almidón.

HARINAS DE PAPA:

- Proteína y harina completa.

ANIMAL

PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL:

- Harinas de cerdo, aceites y grasas
- Harinas y aceites de pollo y pluma.

MARINO

HARINAS DE ORIGEN MARINO:

- Atún, salmón, sardina o anchoveta.

HARINAS DE CRUSTACEOS Y MOLUSCOS:

- Calamar, camarón, krill y langostino.

ACEITES MARINOS:

- Sardina, atún, pollock y salmón.

LÁCTEO

PERMEATO DE SUERO

SUERO DE LECHE EN POLVO

LACTOSA

RESPONSABILIDAD

Socios a largo plazo, comprometidos con su éxito.

TRANSPARENCIA

Cadena de suministro, instalaciones, documentación.

TRAZABILIDAD Y SUSTENTABILIDAD

Desde el origen hasta el destino y cada punto intermedio.

SEGURO DE CALIDAD

Calidad y consistencia en el producto, satisfaciendo especificaciones de manera personalizada.

Compañía Scoular de México S. de R.L. de C.V.

Av. Acueducto 4851 Piso 3 Oficina 2
Colonia Puerta de Hierro C.P. 45116
Zapopan, Jal. México
Tel: 33 3679 3000 Fax: 33 3630 4807

Elba Nava
enava@scoular.com

Andrés Solana Ballesteros
asolana@scoular.com

Jose Raul Velarde
jvelarde@scoular.com

Juan Carlos Vadillo
jvadillo@scoular.com

LÍNEA NOVAMOLD[®]

La mejor elección en el control fúngico en granos almacenados

La contaminación y crecimiento fúngico de un grano depende de varios factores que en algunos casos no se pueden controlar, entre los que destacan los ambientales (temperatura y humedad), y en otros casos factores como el manejo mecánico y tiempo de almacenaje de granos. La línea Novamold ayuda a controlar la carga fúngica durante el almacenamiento del grano, mantiene la calidad, disminuye pérdidas económicas y evita la formación de hongos que generan micotoxinas que afectan a la salud del consumidor.

FUNCIÓN DE NOVAMOLD

La tecnología de la línea NOVAMOLD nos ayuda a tener dos efectos en su aplicación: el efecto fúngico (ácidos libres) que permite bajar la carga de hongos y el efecto fungistático (sal de ácido orgánico) que controla el crecimiento de las colonias fúngicas durante el tiempo de almacenamiento requerido, además de ser productos amigables con las instalaciones y equipos de almacenaje por su baja corrosividad y volatilidad.

BENEFICIOS:

- Sus ingredientes están aprobados por la FDA como aditivos seguros de uso en alimentos balanceados, (21CFR 582.3081 y 21CFR184.1081)
- El diseño de la línea NOVAMOLD permite tener retratamientos de granos, sin riesgo de toxicidad o residual que afecte las especies animales.
- La tecnología del producto brinda un efecto de liberación prolongada de los iones del ácido orgánico, catalizado por la humedad y temperatura del medio.
- La línea NOVAMOLD es de baja corrosividad, por lo que la aplicación no deteriorara los equipos durante o después de su aplicación.
- Para cubrir y adaptarse a sus necesidades, la línea Novamold está conformada por tres productos, que tienen diferente diseño en su formulación: Novamold-L70, Novamold-L55 y Novamold-LF.