

[JORDI JUNYENT, PRESIDENTE DE ANFAAC]

# “El mercado total ha seguido creciendo y el peso de los distintos canales de comercialización ha vuelto a su dinámica normal”



**Anfaac (Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos para Animales de Compañía) representa actualmente a más del 90% de las empresas del sector en España. Su presidente, Jordi Junyent, augura como retos a corto plazo, la abrupta subida de costes, y a medio, la búsqueda de la sostenibilidad.**

de nuestros asociados; y el impulso de los Códigos de Buenas Prácticas de nuestra industria”. Así lo afirma **Jordi Junyent**, presidente de Anfaac.

Jordi Junyent matiza la adaptación de su ejercicio en un año aún marcado por los efectos de la pandemia por Covid-19, contexto en el que *“intensificamos nuestro foco en la comunicación con las instituciones y el impulso de los Códigos de Buenas Prácticas de nuestra industria”*.

## Entre la pandemia y la “normalidad”

Con el escenario incierto que ha presentado el 2021, el presidente de Anfaac reconoce que desde la entidad estaban preparados para una nueva etapa de coexistencia entre dinámicas conocidas y nuevas formas de negocio que llegaron para quedarse. Y, si bien se ha registrado un crecimiento estable en el mercado total y se ha recuperado la normalidad de los canales de comercialización, Junyent muestra cierto escepticismo ante el futuro más cercano, ya que *“a medida que ha avanzado el año, y con la inflación global creciendo, estamos experimentando un abrupto encarecimiento de todas las materias primas, la energía, el transporte, etc. que está marcando ya tanto lo que queda de 2021 como lo hará el próximo”*.

El reto ya ha empezado según el presidente, un reto a corto plazo con la vista puesta en la abrupta y generalizada subida

**A**nfaac agrupa un equipo de expertos entorno a la alimentación animal como nutricionistas, veterinarios o bioquímicos, entre otros, con el fin de proveer alimentos seguros, variados y apetecibles que fomenten una óptima calidad de vida de las mascotas. La adecuación, la innovación y la sostenibilidad son pilares esenciales de la institución, que trabaja bajo cuatro ejes estratégicos: *“Las relaciones de la Asociación con las principales instituciones; la puesta en valor de las mascotas en nuestra sociedad y la promoción de la tenencia responsable; el fomento de la exportación*

de costes y a medio plazo con el foco sobre la sostenibilidad. Ante este escenario, Junyent muestra cierto optimismo, pues *“siendo la comida para nuestras mascotas una industria de bienes esenciales, pudimos tener continuidad industrial y comercial. Por lo tanto, no hemos sufrido el efecto de tener que arrancar de nuevo, como sí ha habido en otros sectores industriales”*.

Algo a lo que la mayoría de industrias se están enfrentando en la actualidad son las dificultades de abastecimiento, una problemática de la que el sector alimentario de mascotas no se libra. Desde Anfaac consideran que *“está habiendo un esfuerzo importante para mantener el continuo flujo de suministro de nuestros productos para las mascotas, y más aún en este entorno cada vez más volátil en los costes de las materias primas y energía”*.

### La búsqueda de la excelencia

Algo indiscutible para la entidad es la relevancia de una nutrición adecuada para fomentar una buena salud de las mascotas. Tal y como defendemos en la alimentación humana, la alimentación animal debe cumplir una serie de criterios básicos al mismo tiempo que se adapta a cada necesidad. *“Nuestra industria ofrece productos completos y equilibrados para nuestras mascotas con una muy amplia oferta, desde alimentación genérica a alimentación verdaderamente específica, que aportan cada vez más valor tanto a las mascotas como a sus propietarios”*. Para ello, Anfaac cuenta con un amplio equipo de I+D, fabricantes, nutricionistas, bioquímicos, microbiólogos y veterinarios en la búsqueda constante de la excelencia de sus productos.

Jordi Junyent considera necesario hacer un llamamiento a la sociedad para que esta tome consciencia de que *“las empresas cumplen con los más estrictos y rigurosos controles de calidad tanto de las materias primas utilizadas como en todo el resto del exigente proceso de elaboración, cumpliendo con la legislación vigente y aplicando las mejores prácticas sobre seguridad e higiene en los procesos de fabricación, así como en los productos”*. Ahora más que nunca, es esencial integrar la sostenibilidad a la totalidad de la producción, desde la adquisición de las materias primas hasta la distribución del producto final. En esta línea, la Anfaac *“trata de trazar objetivos ambiciosos en la agenda de la sostenibilidad como la reducción de la huella de carbono, el reciclaje y reducción de los envases, los consumos industriales de energía y agua”*.

### Los nuevos retos

De la mano de la sostenibilidad, la digitalización y las nuevas tecnologías son los retos compartidos por muchos modelos de negocio. La compra online de alimentos para mascotas no es ninguna novedad, pero el crecimiento derivado de la pandemia es algo a tener en cuenta. Si bien las cifras se dispararon en 2020, 2021 ha registrado unos meses de estabilización hasta la conversión de las vías online como un canal más de compra, manteniéndose las tiendas físicas como principal canal. Junyent asegura que *“la ‘convivencia’ de los distintos canales de comercialización forma parte ya de la llamada ‘nueva*

---

## **“Esperemos que la tenencia responsable de mascotas esté también bien arraigada socialmente”**

---

*normalidad’ para nuestro sector – como en tantos otros sectores de nuestra economía”*.

El crecimiento de los canales digitales ha venido acompañado de una desinformación general sobre la alimentación de los animales de compañía. A pesar de la amplia oferta de productos y las vías de información profesionales, existe un importante desconocimiento por parte de la sociedad de la importancia de la alimentación para sus mascotas. En Anfaac defienden que *“desde la industria debemos ser cada vez más pedagógicos, más claros y más certeros a la hora de poner en valor los productos que fabricamos, si no queremos confundir a los propietarios de mascotas”*. Por ello, Junyent asegura que *“hacemos valer el Código de Buenas Prácticas de Etiquetaje de la Industria que tenemos a nivel de la Comunidad Europea (Fediaf) tanto en nuestra página web como en los materiales de difusión de la Asociación. Les animo a conocer más sobre este Código de Buenas Prácticas de Etiquetaje en la sección guías de buenas prácticas sectoriales de nuestra web.”*

### Tendencia al alza

La nueva Ley de Protección Animal es un foco de debate en el sector, sobre la que Anfaac está a la espera del inicio del proceso de consulta pública para aportar su crítica desde una perspectiva constructiva. El presidente de la entidad considera que *“el éxito o el fracaso de esta iniciativa va a depender de que se dialogue con todos los que, de una manera u otra, tenemos a los animales de compañía como nuestro eje de actuación, con el objetivo de conseguir los necesarios amplios consensos que una Ley de este tipo demanda”*.

Esta modificación legislativa va a amparar un mercado que ha experimentado un destacado crecimiento tras la pandemia tanto a nivel nacional como europeo. En lo que España respecta, la industria de alimentos para animales facturó en 2020 un total de 1.356,9 millones de euros, un 5,6% más que en 2019. Este crecimiento viene acompañado del incremento de los censos de perros y gatos durante la pandemia por Covid-19, un aumento que refleja la tendencia y la revaloración de las mascotas por sus beneficios evidenciados en una época marcada por la soledad y la distancia. Junyent valora positivamente esta confianza en el sector y desea que se mantenga en el tiempo más allá de una moda pasajera. *“Esperemos que la tenencia responsable de mascotas esté también bien arraigada socialmente. Con todo ello, podríamos pensar que durante los próximos años los volúmenes de consumo pueden seguir creciendo”*. 🐾