

empresas

AQUASOJA, a la búsqueda de nuevos mercados en Europa central y del Este

ENTRE LOS DÍAS 1 Y 5 DE SEPTIEMBRE SE CELEBRÓ EN PRAGA, Y BAJO EL LEMA "ASEGURANDO NUESTRO FUTURO" AQUA 2012, ORGANIZADA POR LA EAS (EUROPEAN AQUACULTURE SOCIETY) Y LA WAS (WORLD AQUACULTURE SOCIETY). ESTE EVENTO, QUE REUNIÓ A CIENTÍFICOS, PROVEEDORES, PRODUCTORES, Y GESTORES POLÍTICOS EN MATERIA DE ACUICULTURA PARA COMPARTIR INFORMACIÓN Y ESTABLECER LAS TENDENCIAS QUE REGIRÁN EL FUTURO DESARROLLO ACUÍCOLA, CONTÓ CON UNA ZONA DE EXHIBICIÓN A LA QUE ACUDIERON 85 EXPOSITORES DE 25 PAÍSES. ENTRE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES, SE ENCUENTRA AQUASOJA, LA MARCA DE LA EMPRESA SORGAL RESPONSABLE DEL DESARROLLO, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS COMPUESTOS PARA ACUICULTURA. TIAGO AIRES, RESPONSABLE DEL DEPARTAMENTO TÉCNICO DE LA COMPAÑÍA, VALORA PARA IPAC. ESTE EVENTO DESTACANDO, ASIMISMO, EL GRAN POTENCIAL EXISTENTE EN LOS MERCADOS DE CENTRO Y ESTE DE EUROPA. COMO EXPOSITOR, Y ENTRE OTROS ASPECTOS, NOS HABLA DE LOS PRODUCTOS QUE HA PRESENTADO AQUASOJA, QUÉ ES LO QUE DEMANDA EL CLIENTE EN ESTE MOMENTO Y CÓMO PODER SATISFACERLO.

¿Por qué se han decidido a estar presentes en Aqua 2012 y cuál es su valoración de este evento?

Aquasoja es consciente de la importancia de este tipo de eventos organizados por la European Aquaculture Society (EAS) a la hora de establecer contactos, ya sea tanto en el ámbito científico como en el comercial. De hecho, no es la primera vez que participamos en ediciones de este congreso; a lo que podríamos añadir que siempre con buenos resultados.

En esta ocasión, y a pesar de no haber alcanzado la dimensión de otras ediciones, nos ha sorprendido gratamente la calidad de la organización y, especialmente, el interés que nuestros productos han suscitado entre los asistentes al encuentro. También destacaría el elevado nivel de las sesiones, todas ellas de gran interés; sin embargo, con trece sesiones paralelas, es realmente un desafío el poder sacarles partido.

Bajo el lema "Asegurando nuestro futuro", uno de los pilares en los que se ha basado Aqua 2012 ha sido el de la sostenibilidad. Desde su punto de vista, ¿qué peso tiene este aspecto en el ámbito de la acuicultura hoy en día y cómo se enmarca dentro de la filosofía de Aquasoja?

Sin lugar a dudas la sostenibilidad es el gran desafío para este sector en los próximos años. Basta sólo con prestar atención a los datos de producción acuícola (en crecimiento) y contrastarlos con los datos de capturas (estabilizados desde el año 2000) para concluir que el crecimiento que se pretende alcanzar para el sector obliga a poner en práctica estrategias de desarrollo sostenible cada vez menos dependientes de harinas y aceites de pescado. Existen distintos caminos para lograr ese fin, y en este sentido Aquasoja sobresale por su verticalización y visión global del



▲ Tiago Aires, responsable del departamento técnico de Aquasoja

negocio. Para nosotros no hay otra percepción de futuro que construirlo a partir de hoy, y hacerlo con soluciones locales.

¿Qué tipo de productos han querido promocionar en Aqua 2012? ¿Han presentado alguna novedad?

Hemos centrado nuestra atención en productos adaptados a las especies de Europa central y del Este, sin perder con ello la oportunidad de dar a conocer los últimos avances en I+D+i, como son las fórmulas para dorada adaptadas para la época invernal o los últimos desarrollos en sustitución de harinas y aceites de pescado. Precisamente, y en cuanto a novedades se refiere, hemos presentado nuestro pienso de invierno para dorada con estimulación metabólica direccionado al control del síndrome invernal.

¿Qué tipo de productos son los que interesan más a los acuicultores en estos momentos? En una situación de crisis, ¿qué les lleva a decantarse por unos productos u otros?

La crisis actual obliga a los acuicultores a pensar en su propia sostenibilidad empresarial; esto es, el primer objetivo es la rentabilidad. Productos con precios adecuados que permitan mejorar y hacer más rentables sus explotaciones. Los productos standard no tienen una excesiva demanda, aunque, desde luego, existe un mercado para los mismos. Nuestro esfuerzo, en cambio, pasa por incrementar el valor añadido de los productos que ofrecemos, creando de este modo también valor para nuestros clientes.

En un momento tan difícil como el que estamos viviendo, es verdad que la salud financiera de las empresas tiene mucho que decir a la hora de decantarse por un producto u otro. Sin embargo, la mejor opción desde nuestro punto de vista es aquella que proporciona esa mayor rentabilidad y, por lo general, esto no se consigue con las soluciones más baratas. En este caso, desde Aquasoja siempre hemos pensado que lo que tenemos que hacer, y así lo hemos estado haciendo, es ayudar a nuestros clientes a buscar, dentro de nuestro abanico de productos, cuál la solución más adecuada para su producción.

¿Cuál han sido los mercados a los que han intentado adentrarse con motivo de Aqua 2012? ¿Y cuál es su potencial?

Básicamente hemos decidido dirigirnos a mercados del este de Europa, con alimentación de alto rendimiento para truchas, carpas y esturión. Pienso que se trata de un mercado sin explorar todavía. Se trata de países con bajo consumo de pescado y, por tanto, con un elevado margen de crecimiento. La acuicultura centroeuropea se basa en protocolos mucho menos intensivos y entiendo que, con un poco de esfuerzo, la producción local se verá incrementada de forma importante permitiendo un desarrollo del sector, muy incipiente en estos momentos.

¿Podría dar una estimación del volumen de negocio que podría llegar a suponer los contactos establecidos en Aqua 2012? ¿Algún contacto empresarial digno de mención?

Con respecto al volumen de negocio, siempre dependiendo de su concretización futura, podríamos estar hablando de una estimación de 5.000 toneladas anuales.

Por cuestiones de confidencialidad no puedo concretar más, aunque sí diré que los contactos empresariales que hemos establecido nos permitirá abrir el abanico de países con los que ya estamos trabajando. ■

acuicultura