

PATROCINA

# CHR. HANSEN

Chr. Hansen es una empresa global de biociencia que desarrolla soluciones de ingredientes para la industria alimentaria, farmacéutica y agrícola. Fabricamos cultivos y enzimas lácteas, probióticos y colorantes naturales. Nuestra posición como líder del mercado está construida sobre innovación de producto, procesos de producción, investigación, trabajo en colaboración con nuestros clientes y propiedad intelectual.

CHR HANSEN  
Improving food & health



## Lácteos para todos los CONTINENTES

El desarrollo de diferentes productos saludables hace posible la conquista de varios mercados

Mario Sánchez López  
Director de I&D&i y Calidad de Producto de Ornuia Ingredientes España

**Revista Alimentaria.- ¿Cómo se organiza su empresa y cuáles son sus principales datos?**

**Mario Sánchez.-** Ornuia es una cooperativa propiedad de los agricultores gestionada por un equipo altamente experimentado de 3.000 personas que opera en 110 países. Ornuia fabrica de manera sostenible e innovadora productos lácteos de primera calidad para el gran mercado e ingredientes lácteos para clientes por todo el mundo.

Nuestro negocio está estructurado en tres plataformas básicas; Ornuia Consumer Foods (nuestras marcas de alimentos para el gran mercado), Ornuia Ingredients y DPI Specialty Foods, empresa especializada en la distribución de alimentos en los EE.UU. Ornuia opera desde 19 filiales en todo el mundo, de las cuales Ornuia Ingredientes España, con sede en Ávila ha sido la última en unirse. Contamos con un



fuerte equipo de ventas y marketing trabajando en cada rincón del mundo. Nos sentimos francamente orgullosos de ser los propietarios de la marca Kerrygold. Nuestro portafolio de marcas también incluye Pigmings Choice, Kerrygold Dubliner, Shannongold y BEO (nuestra leche en polvo de reconocido prestigio en el mercado africano). El Grupo registró un volumen de negocio de más de 2,34 billones de euros en 2014, un 10% superior al año anterior.

**R. A.- ¿Qué tendencias detectan en el mercado de los lácteos, a nivel español y europeo?**

**M. S.-** Hay un interés creciente en productos saludables y de gran valor nutricional en toda Europa. Los consumidores están cada vez más interesados en la funcionalidad de los productos lácteos y cómo estos pueden ayudar a mejorar nuestra salud cardiovascular, ósea y articular, así como el control del peso. Los productos desarrollados en Ornuo Ingredientes España son 100% libres de grasas trans. También somos conscientes de la importancia que ha adquirido el mercado para consumidores intolerantes al gluten o la lactosa y en Ornuo Ingredientes España estamos trabajando en productos innovadores como nuestra mozzarella sin lactosa.

Los consumidores están cuestionando cada vez más la procedencia de los productos lácteos; quieren saber y estar bien informados sobre el origen de los productos que compran. Esta tendencia es una nueva corriente al alza en la cadena de suministro y ayuda a Ornuo a contar nuestra fuerte historia de sostenibilidad. La agricultura y ganadería ecológica definen un sistema agrario y ganadero cuyo objetivo fundamental es la obtención de alimentos de máxima calidad, respetando el medio ambiente y conservando la fertilidad de la tierra, mediante la utilización óptima de los recursos naturales. Un sistema de producción basado en el pasto junto con las condiciones climatológicas de Irlanda proporcionan el entorno ideal para

una producción láctea sostenible y ofrece a los productos lácteos irlandeses una ventaja diferencial en los mercados internacionales.

**“ Crecer en mercado como África y Asia nos exige trabajar en nuevas certificaciones ”**

**R. A.- ¿Cuáles son las principales novedades de su división de ingredientes?**

**M. S.-** La innovación orientada al cliente es un compromiso constante. Este es uno de los pilares fundamentales de nuestra estrategia en Ornuo. Nuestro negocio de ingredientes desarrolla productos a medida que se ajustan a las necesidades individuales de cada cliente. Nuestro objetivo es ayudarles en el desarrollo de sus negocios, lanzando nuevos productos, con la mejora continua en los productos existentes y dando un soporte continuo no sólo basado en la materia prima sino tecnológico y operativo.

En septiembre de 2015 hemos invertido en un nuevo centro de I&D dotado con todos los equipos imprescindibles para poder abarcar y cumplir con todas las premisas y requisitos que el mercado demanda, y de este modo ayudar a nuestros clientes a estar a la vanguardia de sus sectores con nuevos productos y soluciones innovadoras. Uno de los objetivos de este nuevo





Foto: Ornuo Ingredientes España.

centro de I&D es abrir las puertas a nuestros clientes y proveedores para trabajar más estrechamente con ellos. Además tenemos intención de compartir nuestro aprendizaje y colaborar con centros universitarios, centros tecnológicos y organizaciones estatales con la única intención de continuar mejorando día a día.

“Hemos creado un polvo de yogurt con leche desnatada”

**R. A.- ¿Qué importancia tiene innovar en ingredientes y aditivos en un sector como el lácteo?**

**M. S.-** Las necesidades de los clientes están en constante evolución. Cada vez es más importante adelantarse para identificarlas y desarrollar productos que cumplan perfectamente con ellas y de este modo mantener una posición de liderazgo. El crecimiento del consumo de queso en mercados emergentes como África y Asia no sólo nos exige trabajar en nuevos productos sino también en nuevas certificaciones como Halal y Kosher, requisito imprescindible para trabajar en estos mercados. Otro foco importante es innovar en productos libres de gluten y lactosa, un mercado en continuo crecimiento, y también nos enfocamos en quesos para la población vegetariana y vegana.

**R. A.- Y en su división de alimentos, ¿en qué innovaciones están trabajando?**

**M. S.-** En cada uno de nuestros 110 mercados, los consumidores tienen diferentes expectati-

vas y gustos. Ornuo ofrece una gran gama de productos nuevos e innovadores para adaptarse a ellos. Las recientes innovaciones de productos incluyen: Kerrygold Soft (mantequilla mezclada), Kerrygold Kildery Cheese, Kerrygold Light y Kerrygold Extra Maduro. En 2014 se lanzó en el mercado chino una gama de leches Kerrygold UHT bajo la marca 金凯利, pronunciado 'Jin Kai Li'. El mercado de leche líquida en China se estima en un valor de 18 mil millones €, con una tasa de crecimiento anual de más del 10%. Otro ejemplo de innovación es Kerrygold Irish Cream Liqueur. Nuestro nuevo licor premium se lanzó en EE.UU. el pasado agosto, aprovecha la fuerza de la marca Kerrygold y ya ha demostrado su eficacia. Se lanzará por toda Europa en 2016.

**R. A.- ¿Qué investigaciones se están desarrollando para lograr productos más saludables?**

**M. S.-** Recientemente hemos invertido en un nuevo centro de innovación en nuestras instalaciones de Ornuo Ingredientes España en Ávila, dentro de una serie de inversiones dirigida a aumentar la capacidad de innovación del grupo. En Ornuo estamos muy concienciados sobre la importancia de desarrollar productos saludables y de gran valor nutricional, por ello y como hemos mencionado con anterioridad, hemos desarrollado productos 100% libres de grasas trans. Actualmente estamos trabajando en nuevos desarrollos como nuestra mozzarella sin lactosa, la nueva gama de quesos para vegetarianos o veganos y quesos bajos en sal. Por otro lado, trabajamos para mejorar en técnicas de conservación basadas en métodos naturales. Ornuo Ingredientes ha creado recientemente un polvo de yogurt con leche desnatada para



Foto: Ornuo Ingredientes España.



un cliente muy importante en el sector alimentario y dietético. Este popular polvo de dieta natural se utiliza para mejorar el metabolismo y fue desarrollado para la exportación al mercado estadounidense.

**“Estamos trabajando en soluciones para incrementar la vida útil de nuestros productos”**

**R. A.- ¿Y en cuanto a mejorar la conservación de sus productos?**

**M. S.-** A nivel global de la compañía estamos trabajando en diferentes soluciones para poder incrementar la vida útil de nuestros productos, basándonos en técnicas de conservación naturales. Por otro lado, entendemos que la mejor manera de conseguir este objetivo se basa en unas buenas prácticas de manipulación e higiene tanto a nivel industrial como a nivel humano, y para ello Ornuva apuesta por una formación continua y especializada de nuestros trabajadores para llegar a tal fin. Otra de nuestras apuestas en este sentido ha sido la inversión en una nueva línea de envasado que nos permite trabajar de manera más aséptica y libre de manipulación, pudiendo de este modo ampliar la caducidad de nuestros productos.

**R. A.- ¿En el caso de España, su planta está centrada en la mozzarella y otros tipos de quesos. ¿En qué novedades están trabajando?**

**M. S.-** En Ornuva Ingredientes España fabricamos mozzarella fresca, elaborada con leche de vaca de calidad AA, así como mezclas de quesos rallados naturales, una gran variedad de quesos fundidos y nuestra nata ácida, un producto galardonado con el premio de oro en su categoría de los International Cheese Awards en 2015. Actualmente estamos trabajando en este producto para darle un valor añadido extra como es la utilización de probióticos y prebióticos, lo cual es un plus a nivel de salud. Además, trabajando en nuevos productos en desarrollo que se centran en las necesidades de los clientes y



Foto: Ornuva Ingredientes España.

están basados en propiedades saludables, nutricionales, funcionales, y organolépticas, como por ejemplo la nueva mozzarella sin lactosa.

**R. A.- ¿Cómo contribuye Ornuva a reducir su impacto sobre el medio ambiente?**

**M. S.-** En Ornuva Ingredientes España hacemos una gran apuesta para el medio ambiente, hecho que se pone de manifiesto con nuestras dos plantas depuradoras, tanto a nivel físico-químico como biológico. Esto nos permite obtener una gran calidad de agua, una vez han sido tratados los subproductos generados en nuestro proceso industrial; por ejemplo nuestro suero, un producto de gran valor añadido ya que es apto el consumo humano, algo que permite a nuestros clientes elaborar productos de altísima calidad como por ejemplo formulaciones infantiles.

El sector lácteo en Irlanda ha sido el primero en el mundo en implementar un programa auditado de sostenibilidad a nivel del sector agroalimentario llamado Origin Green. En 2013, Ornuva fue la primera empresa en lograr la acreditación de Origin Green. El 98% de nuestros productos irlandeses proviene de sociedades comprometidas con el origen verde. A finales de 2015 nuestro objetivo es tener el 100% de la contratación de Irlanda a través de los participantes de Origin Green. Para complementar aún más Origin Green, hemos desarrollado un Programa de Mejora Continua de sostenibilidad a nivel global en todas nuestras fábricas, que consiste en la medición y gestión de energía, el consumo de agua y de residuos respecto a los indicadores clave de rendimiento en cada fábrica, y ya está proporcionando ahorros importantes y beneficios para el medio ambiente en todas nuestras instalaciones. ■