

TALKING POINT

La Revista de Arla Foods Ingredients
Numero 23 · Octubre 2007



Tras la pista de moléculas Inteligentes | **Página 2**

Bebidas con alta energía
para apetitos pequeños | **Página 4**

Sabrosas barras proteicas
se venden en las tiendas | **Página 8**



Arla Foods Ingredients
The essence of quality

El ácido crea una

Las entregas se normalizarán pronto

La demanda de nuestros ingredientes lácteos nunca ha sido tan alta. Aún seguimos experimentando aumento de la demanda en nuestros mercados de proteínas lácteas funcionales, productos nutricionales y sustitutos de huevo para panificados.

En los últimos meses, esta creciente demanda ha ejercido mayor presión sobre nuestra capacidad de producir cantidades suficientes para cubrir las necesidades de todos los consumidores. Al mismo tiempo, el suministro de nuestra principal materia prima – el suero – se ha reducido debido a la menor producción de queso por parte de Arla Foods y otros proveedores.

Actualmente estamos trabajando para resolver esta situación. Esperamos estar en la posición de reanudar las entregas normales dentro del futuro cercano.

Hasta entonces, pedimos disculpas por cualquier inconveniente. Continuamos nuestro compromiso de ser un proveedor fiable y digno de confianza.

Talking Point se publica dos a tres veces al año por el Departamento de Marketing de Arla Foods Ingredients con la colaboración de:

*Texto: Cath Mersb
Ilustraciones: Made By Makers
Fotos: Ivar Mjell*

*Tirada: 4,000 ejemplares
Los artículos que se publican en Talking Point solo podrán ser reproducidos con la autorización previa de los editores. Comentarios y sugerencias serán bienvenidos y podrán enviarse a: ingredients@arlafoods.com*

www.arlafoodsingredients.com

Como un componente clave en la atención, Arla Foods Ingre

Crecientes pruebas del importante papel nutricional del ácido siálico de la leche materna han captado la atención de la industria de fórmulas infantiles. Como consecuencia, está en aumento la demanda del producto de Arla Foods Ingredients LACPRODAN® CGMP-10 – una proteína láctea rica en ácido siálico. En respuesta al interés de mercado, se está poniendo en marcha un proyecto de innovación a fin de identificar fuentes adicionales de ácido siálico.

Un estudio publicado en American Journal of Clinical Nutrition a principios de este año es el más reciente de una serie que sugiere que el ácido siálico es importante para el desarrollo cognitivo temprano. Presente en la leche materna y en el tejido neural, se cree que la molécula de azúcar de 9 carbonos es el contribuyente principal durante el período de rápido crecimiento cerebral que ocurre en los primeros meses de vida. También se cree que mejora la capacidad de aprendizaje y la memoria.

Suplemento nutricional

Del ácido siálico presente en la leche materna, un tercio está unido a proteína y dos tercios a carbohidrato. Utilizado como suplemento nutricional en fórmulas infantiles, el producto caseinoglucomacropéptido LACPRODAN® CGMP-10 es una buena fuente de ácido siálico retenido en

siálico mejor fórmula

ve de la nutrición infantil atrae cada vez más
diets está en busca de nuevas fuentes

proteína. Los estudios muestran un claro aumento del contenido de ácido siálico en saliva cuando se utiliza CGMP como suplemento nutricional en fórmulas infantiles, una indicación evidente de que se absorbe el ácido siálico.

Además de su relación con la mejora del desarrollo cognitivo, CGMP cuenta con un efecto antiviral documentado; inhibe infecciones causadas por Streptococcus, E. coli y la toxina del cólera, y promueve una flora intestinal sana.

Aumentar la norma

Actualmente la fórmula infantil típica contiene menos del 25% del ácido siálico de la leche materna. En un intento de aumentar este estándar, Arla Foods Ingredients ha iniciado un proyecto para fabricar una fuente de ácido siálico retenido en carbohidrato. El objetivo es ofrecer a los productores de fórmulas infantiles la oportunidad de aumentar el nivel de este ácido sin incrementar el contenido total de proteína. Reducir los niveles de proteína y mejorar su calidad es hoy en día una fuerte tendencia dentro de la industria de las fórmulas infantiles.

Arla Foods Ingredients hace tiempo tiene el compromiso del esfuerzo constante de optimizar el perfil nutricional de la fórmula infantil. El resultado del proyecto debería estar disponible este año.

**Para más información envíe un e-mail a
svhp@arlafoods.com**



Cuando **ESCase**

Protin® de Arla Foods es una nueva gama de bebidas energéticas diseñadas para brindar una nutrición refrescante en hospitales y en los hogares

Dos hospitales han trabajado estrechamente con Arla Foods a fin de desarrollar una nueva serie de yogures energéticos bebibles especiales para pacientes con apetito reducido. Arla Foods Ingredients provee la proteína que da a la bebida el contenido nutricional óptimo mientras mantiene una consistencia ligera y agradable.

Protin® es el primer producto lácteo fresco de su clase en ser lanzado en el mercado danés, el cual brinda una oportunidad a pacientes de obtener en el supermercado local el producto nutricional que recibían en el hospital. Al mismo tiempo, los hospitales y hogares ya no dependen de tener que mezclar las bebidas ellos mismos. Eso hace ahorrar tiempo y dinero.

“En los hospitales nunca saben cuánto se necesita cada día. Aparte de que mezclar insume mucho tiempo, mucho de lo que los hospitales hacen ellos mismos se desperdicia debido a la corta vida útil”, explica el gerente cuentas de Arla Foods, John Gynther.

Vida útil extendida

En comparación con los dos días de vida útil de las mezclas hechas por los hospitales y hogares, Protin® tiene una vida útil de hasta 28 días. Las seis variedades frutales, que incluyen dos sin azúcar, brindan un importante suplemento dietario cuando el apetito está en baja. Beber Protin® regularmente durante la semana previa a una operación también puede ayudar a los pacientes a crear sus reservas nutricionales.

Los dos hospitales involucrados en el proyecto entregaron muestras de sus propias mezclas a modo de referencia para el proceso de desarrollo. Cuando parecía que el simple agregado de proteína láctea a una base existente de yogurt originaba una viscosidad

descabelladamente alta, el equipo de proteínas lácteas funcionales de Arla Foods Ingredients fue introducido para buscar una solución.

“Es muy común que nos asignen tareas difíciles como ésta”, dice el gerente de servicio al cliente Mads Bjerregaard Larsen. “Consideramos necesario reducir el contenido de leche del producto, ya que la caseína de la leche era la responsable de la alta viscosidad. En su lugar, se utilizaron proteínas de suero con un perfil neutral de sabor y baja capacidad de retención de agua para compensar la leche. También modificamos levemente los parámetros de procesamiento para obtener un producto óptimo”.

La fuente de proteínas elegida fue una mezcla de fracciones de proteínas de suero llamada NUTRILAC® YO-7830.

Sabor fresco

“Hemos desarrollado una gama de productos que los hospitales consideran superior al que utilizaban”, comenta John Gynther. “La gente se ha sorprendido con su sabor delicioso y fresco.

Lanzado en hospitales y hogares de Dinamarca en el otoño boreal de 2006, Protin® apareció en supermercados a principios de 2007 con un envase diseñado especialmente. Un número de pacientes dados de alta ya había preguntado por el producto antes de su lanzamiento de venta al consumidor.

Actualmente, el producto se utiliza ampliamente en hospitales y hogares en todo Dinamarca. Arla Foods ahora busca lanzarlo a los mercados internacionales.

Para más información envíe un e-mail a ckj@arlafoods.com

a el hambre



Sustitución de huevo en deliciosos panificados

Grupo Bimbo es el líder indiscutido de la industria panificadora de México y Latinoamérica. Las soluciones de sustitución de huevo de Arla Foods Ingredients son hoy esenciales para las marcas populares de panificados del grupo



La sustitución de huevo está convirtiéndose rápidamente en la frase de moda dentro de la industria panadera al brindar una oportunidad invaluable de reducir costos y de mejorar la calidad de productos panificados. Con verdadero interés en la sustitución de huevo con una alternativa igualmente natural, cada vez más productores eligen una solución de Arla Foods Ingredients.

Uno de ellos es Grupo Bimbo, quien utiliza la proteína láctea funcional de Arla Foods Ingredients, MULTILAC® BK 6205, en productos panificados en toda Latinoamérica. En los más de tres años que han pasado desde que adoptaron la solución, Grupo Bimbo ha obtenido importantes beneficios.

El Jefe Regional de Compras para el Cono Sur de Grupo Bimbo en Sudamérica, Alejandro Atisha, nos explica que la decisión inicial de utilizar el concepto de sustitución de huevo de Arla Foods Ingredients se tomó luego de realizar pruebas en Bimbo Chile que probaron el funcionamiento superior en la extensión de la vida útil de los productos. En 2006 la empresa cambió por la nueva generación de proteínas MULTILAC® con resultados aún mejores.

“La solución nos permitió extender la vida útil del producto y llegar a mercados a los que no podíamos llegar antes, como el mercado mayorista”, dice Alejandro Atisha. “Una ventaja muy importante es que una parte esencial de nuestros costos – el huevo – es altamente inestable y cíclica. Los productos de Arla Foods Ingredients tienen un precio constante por lo que me es más fácil preparar el presupuesto.”

Ventaja para la eficiencia

Comparada con el huevo líquido, que además necesita refrigeración, la proteína en polvo es muy fácil de manejar – una gran ventaja para la eficiencia de la línea de producción. Otro triunfo logístico es que la planta productora de la proteína está ubicada en Argentina.

Con las soluciones que ahora provee Arla Foods Ingredients a las plantas de Grupo Bimbo en Chile, Perú y México, Alejandro Atisha es optimista en que la relación entre las dos compañías seguirá creciendo. Se esperan para el futuro cercano entregas a Colombia, Venezuela y Brasil.

“Arla Foods Ingredients tiene buena percepción de nuestras necesidades y el apoyo técnico, el apoyo en términos de desarrollo, el apoyo en la implementación y el logístico son los adecuados. Creo que estamos en una etapa en la que nos vemos como socios estratégicos. Ambos confiamos mucho en el otro”, comenta.

Algunas de las exitosas marcas de Grupo Bimbo han estado en el mercado por más de 20 años. Incluso el cambio más pequeño en una receta debe asegurar que se mantenga el sabor y la textura aceptados por la gente. Al utilizar las soluciones de sustitución de huevo de Arla Foods Ingredients, los productos panificados son más que buenos. En general son hasta mejores.

Para más información envíe un e-mail a cva@arlafoods.com

Acerca de Grupo Bimbo

Establecida en México en 1945, Grupo Bimbo está hoy en día entre las principales empresas panificadoras del mundo, con más de 5.000 productos y 100 marcas ampliamente conocidas. El grupo tiene presencia en 17 países de Latinoamérica, Europa y Asia, sin dejar de mencionar Estados Unidos.



Tonificar con rico sabor

Nuevas soluciones con hidrolizados agregan atractivos beneficios nutricionales a las bebidas deportivas

Los productos de nutrición deportiva basados en hidrolizados de proteínas de suero están saliendo de su nicho del físico culturismo para convertirse en la corriente dominante a medida que más estudios documentan su efectos positivos sobre la salud. Arla Foods Ingredients apoya el cambio con tecnología de proceso y pericia en fórmulas que permiten el desarrollo de bebidas deportivas refrescantes hidrolizadas de un sabor gratificante.

Usados durante mucho tiempo en bebidas proteicas para físico culturistas, los hidrolizados brindan una serie de beneficios importantes cuando se consumen en combinación con el ejercicio. Éstos incluyen la estimulación de la respuesta de la insulina cuatro veces mayor que las de las proteínas intactas.

Como resultado el transporte de glucosa y aminoácidos dentro de células sensibles a la insulina aumenta rápidamente mientras se incrementa la producción de glicógeno en los músculos.

Estos mecanismos cumplen las condiciones generales para una mejor síntesis muscular, recuperación y resistencia y una reducción del dolor muscular. En el área de nutrición clínica, los mismos mecanismos pueden también contrarrestar el desgaste muscular durante enfermedades.

Arla Foods Ingredients ha participado en una serie de estudios en colaboración con institutos independientes y ha aportado a la creciente cantidad de pruebas que avalan estos efectos positivos. Esto y la capacidad de enmascarar el característico sabor agrio son aportes principales al cada vez más amplio interés que se muestra actualmente en los hidrolizados para la nutrición deportiva.

La nueva tecnología de procesamiento de Arla Foods Ingredients combinada con el uso de sabores constituye en gran parte la razón del sabor mejorado. Al mismo tiempo, la tecnología permite que las fórmulas de bebidas hidrolizadas sean hechas precisamente a la medida de los requerimientos de cada productor. El grado de hidrólisis, el perfil de aminoácidos y las materias primas son algunos de los principales factores ajustables.

Claros, estables y atractivos, las bebidas hidrolizadas modernas crean físicos y buenas impresiones.

Para más información envíe un e-mail a vkj@arlafoods.com

7-Eleven se snacks

Una nueva barra proteica cubre las necesidades de las comidas preparadas saludables

7-Eleven, la cadena de tiendas líder en el mundo, hace tiempo reconoció la creciente conciencia acerca de la salud de sus clientes. Actualmente, en Dinamarca, 7-Eleven está ampliando su gama de productos sanos con una barra proteica desarrollada por Arla Foods Ingredients. Comercializada bajo la marca propia de 7-Eleven, la barra proteica se une a las nutritivas ensaladas, sándwiches y brochetas de pollo que ya se encuentran en las góndolas de las 55 tiendas que hay en Dinamarca.

“La gente sale más a comer, a menudo cuando están en viaje, y ponen el foco en la salud”, comenta Henrik Ludvig, gerente de categoría de 7-Eleven Dinamarca. “La barra proteica nos ayuda a cubrir esta necesidad”.

Proyecto conjunto

El lanzamiento del producto es el resultado de la estrecha colaboración entre Arla Foods Ingredients y 7-Eleven. En tanto Arla Foods Ingredients desarrolló la barra proteica propiamente dicha, 7-Eleven utilizó sus conocimientos sobre venta al público para diseñar el envoltorio y la

campana de marketing que promocionará el producto en las tiendas. “Estamos muy interesados en desarrollar nuestros propios productos ya que ello nos permite diferenciarnos en el mercado. Por eso éste es un proyecto apasionante para nosotros – y un buen modo de hacer un poco más saludables nuestras

Acerca de 7-Eleven

Más de 27.900 tiendas en todo el mundo hacen de 7-Eleven un líder absoluto en la venta al público de productos de conveniencia. Fundada por Southland Ice Company en Texas, Estados Unidos en 1927, la compañía fue pionera en el concepto de tiendas de conveniencia cuando comenzó a vender leche, pan y huevos fuera de los horarios normales de venta. Hoy casi todas las tiendas permanecen abiertas las 24 horas, todos los días de la semana.

amino a los saludables



golosinas”, dice Henrik Ludvig. La decisión de lanzar una barra proteica de marca propia se basa en el éxito de venta de 7-Eleven de un producto de marca durante el último año y medio. A pesar de tener un precio levemente mayor que los comunes, la barra proteica de la proporción relativamente del total de las ventas de chocolate.

Deliciosamente saludables
El compuesto



optimizado de proteínas de Arla Foods Ingredients, el cual contiene caseinato y proteínas lácteas concentradas, aislado e hidrolizado, representa solo un poco más que el 25% del contenido total de las nuevas barras 7-Eleven. Fortificadas con calcio y fibras y con

bajo contenido graso, estas barras bañadas en chocolate tienen un delicioso sabor a caramelo, según confirma Henrik Ludvig:

“La idea es que los consumidores puedan elegir esta barra en vez de una barra de chocolate. El placer de comerla será el mismo”.

Trabajar con Arla Foods no es algo nuevo para 7-Eleven. En las tiendas de Dinamarca, los clientes pueden adquirir Café Coolers en dos sabores – el resultado de un proyecto de desarrollo previo con la empresa láctea. Café Coolers también están disponibles actualmente en las tiendas 7-Eleven de Suecia.

“Si la barra proteica tiene éxito, es posible que exportemos el producto a otros mercados de 7-Eleven – o quizás desarrollemos nuevos sabores o hasta una bebida para llevar con ella”, explica Henrik Ludvig.

Pero primero lo primero. Una vez en marcha la campaña de marketing dentro de las tiendas, 7-Eleven seguirá de cerca

la respuesta de los consumidores respecto de la nueva barra proteica. Hay mucha expectativa.

Para más información envíe un e-mail a asj@arlafoods.com

Primera producción de barras proteicas en China



Los futuros productores de barras proteicas de China podrán al fin lanzarse gracias a un nuevo acuerdo de cooperación entre Arla Foods Ingredients y la empresa china de producción de cereales, Ernst, con base en Shenzhen, sobre el límite con Hong Kong.

El mercado de barras proteicas de China está en alza pero, hasta ahora, no se contaba con plantas productoras para fabricantes locales. Luego de una importante inversión en equipos y capacitación de personal por especialistas en barras proteicas de Arla Foods Ingredients, Ernst puede producir barras proteicas que cumplen las normas internacionales de calidad. “Algunos de nuestros clientes nos han consultado dónde pueden producir sus barras proteicas”, comenta Anders Steen Jørgensen, gerente de nutrición de Arla Foods Ingredients. “Ernst ya cuenta con una lista de espera de empresas que desean realizar pruebas de producción.”

Para más información envíe un e-mail a asj@arlafoods.com

Cuatro bocados, un vaso

Coma un trozo de leche y dé a su cuerpo una inyección de nutrientes esenciales. Solo cuatro bocados de leche de Arla Foods Ingredients brindan el equivalente de proteínas y calcio de un vaso de leche.

Los bocados de leche están entre los muchos conceptos desarrollados por Arla Foods Ingredients que demuestran cómo las bondades naturales de la leche pueden convertirse fácilmente en snacks deliciosos y prácticos.

Hechos de bocados de barra proteica enriquecidos con calcio, con cobertura crocante, los bocados de leche son una excelente fuente de proteína y mantienen su humedad y textura masticable durante toda su vida útil. Arla Foods Ingredients puede proveer el compuesto de proteínas y calcio junto con fórmulas a medida.

Para más información envíe un e-mail a asj@arlafoods.com



breves

Nueva vista para nuevos sitios web

Los sitios web de Arla Foods Ingredients y de AFISA han sido relanzados con un atractivo nuevo diseño y navegación más fácil de las últimas novedades e información. Dirigidos a clientes, consumidores, inversores, socios y otros interesados, los sitios web son una fuente de hechos de fácil acceso acerca de la compañía y de sus mercados.

Para los visitantes que necesiten más información técnica, también están disponibles para descargar publicaciones científicas y folletos de productos y aplicaciones.

Visítenos en nuestros sitios web www.arlafoodsingredients.com y www.arla-ingredients.com.ar.

Para más información envíe un e-mail a les@arlafoods.com

Nutrición reorganiza ventas en Europa

El área comercial de nutrición de Arla Foods Ingredients ha reorganizado las ventas en Europa para brindar a los consumidores un servicio más especializado.

El cambio significa que el gerente de la oficina de Arla Foods Ingredients en Francia, Vincent Goulois, ha asumido el cargo de director de ventas de Europa para nutrición. Ben Rewinkel, ex gerente de la oficina holandesa, ha sido nombrado gerente de ventas de nutrición en Europa.

En particular, los clientes que trabajan en mercados internacionales experimentarán un enfoque más coordinado para sus pedidos y un acceso más rápido a asistencia calificada.

Para más información envíe un e-mail a asj@arlafoods.com



Las ventas por las nubes impulsan el crecimiento



El importante crecimiento de la demanda de la industria de fórmulas infantiles de fracciones de proteínas de suero ricas en alfa-lactalbúmina ha impulsado a Arla Foods Ingredients a ampliar la producción. Durante 2007 la empresa aumentará casi el doble la capacidad de su línea de producción de LACPRODAN® Alpha.

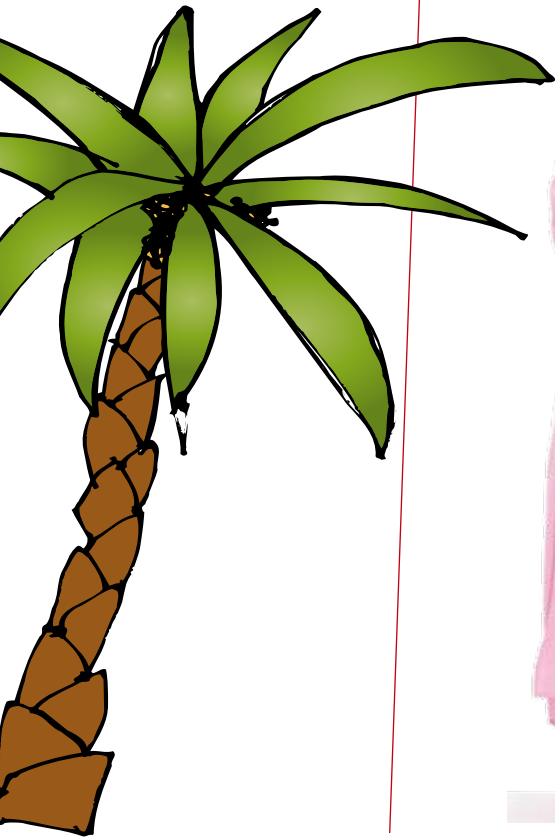
El interés en alfa-lactalbúmina se ha incrementado debido a que los productores de fórmulas de inicio y continuación esperan que las fracciones hechas a medida a base de leche bovina sean un medio para bajar la carga de nitrógeno sobre los riñones de los recién nacidos y para cubrir las necesidades básicas de aminoácidos. La nueva normativa europea sobre fórmulas infantiles respalda las ventas en alza de alfa-lactalbúmina al exigir a los productores de fórmulas infantiles que simulen lo mejor posible el perfil de aminoácidos de la leche materna.

El Gerente de Nutrición de Arla Foods Ingredients, Anders Steen Jørgensen, se alegra por el desarrollo.

“Es evidente desde hace años que se necesita el apoyo de fuerte evidencia clínica a fin de crear un mercado sustentable para fracciones de leche especializada. Estamos emocionados al ver ahora que estas inversiones se convierten en crecimiento de mercado para nuestra gama de productos LACPRODAN® Alpha, comenta.

Para más información envíe un e-mail a asj@arlafoods.com

Un oasis de oportunidades



DANO® arremete en un mercado desértico sediento de leche

El norte de África es el destino más reciente para la leche en polvo de Arla Foods con la llegada de la marca DANO® a Argelia – uno de los cinco mercados de leche en polvo más grandes del mundo.

Un rápido crecimiento, accesibilidad en aumento y familias numerosas hacen de Argelia una tierra de gran potencial para DANO®. Ante una fuerte tradición de consumo de leche por parte de 33 millones de consumidores, los propios tamberos de Argelia pueden hoy cubrir solo 10% de la demanda nacional. Ello, junto con el creciente énfasis de los consumidores sobre calidad y seguridad, ha creado todas las condiciones adecuadas para el lanzamiento de la leche en polvo DANO®.

La enorme demanda de leche en polvo implica que las ventas de DANO® hasta ahora han colmado todas las expectativas. Como Argelia actualmente sufre los efectos de una grave falta de leche, Arla Foods ha respondido con la donación de 180.000 muestras de DANO® a escuelas de las provincias más pobres de la nación – muestras que de otro modo iban a ser destinadas a la campaña de lanzamiento de DANO®.

“En Argelia se venden unas 65.000 a 70.000 toneladas de leche en polvo al consumidor por año. Nuestra meta es establecer a DANO® como un producto sano y de alta calidad para toda la familia, rico en calcio, vitaminas y proteínas”, comenta el gerente de marca, Michael Lundtoft.

“La estrategia es afianzarnos en el mercado de leche en polvo y luego comenzar a manejar la categoría a través de la innovación y la segmentación”.

A fin de conducir el impulso en el mercado, Arla Foods ha nombrado a Anwar Mahfoudhi gerente a nivel nacional con base en la nueva oficina de representación en Argel. El respetado distribuidor local, DIMO, es responsable de las ventas y distribución, inicialmente en Argel y en otras dos ciudades principales de la región. Para comenzar, DANO® viene en paquete de 500 gramos y saché de 125 gramos.

Llamativo

Una extensa campaña de marketing – la mayor para el lanzamiento de un producto lácteo en Argelia – está en proceso. Llamativos comerciales de televisión, avisos de radio, anuncios en ómnibus y otro tipo de publicidad exterior y de prensa han contribuido con la fuerte respuesta anticipada de los consumidores.

“Hemos tenido un comienzo fantástico”, dice Michael Lundtoft. “Las tiendas han recibido bien el producto y ya hemos recibido muchos pedidos de reposición”.

Para más información envíe un e-mail a milun@arlafoods.com