



LACTIBER LEÓN SL. LEÓN



En Vaca.tv

Emilio de León (izq.) y Roberto Robles en el exterior de la planta

Lactiber, la industria que contribuye a la sostenibilidad del productor

Ventura Barreales, de Vencoba SC, es uno de los 70 ganaderos que venden su leche a Lactiber, una empresa cien por cien leonesa que nace en 2007 para dar soporte a la expansión de Mercadona en el noroeste del país.



La historia de Lactiber –antes Lecherías del Noroeste SA– está muy arraigada a la comunidad castellanoleonesa; de hecho, tal como explica su director general, Emilio de León, “es una de las empresas que más solera tiene aquí en Castilla y León, con 48 años de vida, y que ha pasado por distintos propietarios”. Perteneció a Granjas Castelló, a Nestlé, a Puleva... hasta que en el año 2007 Lactiber León SL, una sociedad formada al 50 % por Covap e Iparlat, adquiere la planta.

A partir de ese momento el crecimiento ha sido exponencial. Pasaron de 60 millones de litros de leche anuales recogidos en 2007 a los 150 millones que recogen en la actualidad, con unos 70 ganaderos –la mitad leoneses y la otra mitad del resto de la comunidad–, unas 135 perso-

nas trabajando en plantilla y unos 100 millones de euros de facturación que alcanzaron en 2018.

LA RELACIÓN CON MERCADONA

Toda la producción de Lactiber se destina a la marca Hacendado de Mercadona. Desde esta planta se distribuye toda la leche que se consume en Castilla y León y parte de la que se consume en Madrid y en la cornisa cantábrica. “Covap e Iparlat ya eran interproveedores de Mercadona y, ante la expansión que la cadena iba a tener en esta zona, nos pidió que la siguiéramos; por eso se compró esta planta, solo y exclusivamente para dar servicio al crecimiento de Mercadona, desde el inicio hasta hoy”, explica De León.

La cadena de supermercados valenciana les exige el cumplimiento de cinco necesidades básicas: seguridad alimentaria, calidad, calidez, servicio y precio competitivo. “Además, últimamente nos está pidiendo innovación en producto. En Lactiber llevamos tres años trabajando mucho en este ámbito y los productos que hemos desarrollado este año han sido fruto de este esfuerzo”, sostiene su director.



AMPLIA VARIEDAD DE PRODUCTOS

- Leches básicas (entera, semidesnatada y desnatada)
- Leches con calcio (entera, semidesnatada y desnatada)
- Leches sin lactosa (entera, semidesnatada y desnatada)
- Leches enriquecidas con fibra y omega 3
- Batidos y natas para cocinar UHT

Innovaciones del último año:

- **Leche semidesnatada alta en proteínas**, que no existía en el mercado español
- **Batido UHT (sabor chocolate o vainilla) rico en proteínas, sin lactosa y sin azúcares añadidos**, indicado para la recuperación muscular tras el ejercicio (en fase de prueba en 30 tiendas)



Productos exclusivos para toda España

Desde Lactiber se sirven a las 1.600 tiendas que Mercadona tiene en todo el país leches infantiles de 1 a 3 años y leche evaporada

► LACTIBER PUSO EN MARCHA EL PROGRAMA EFIBER PARA EVALUAR LA EFICIENCIA PRODUCTIVA DE LAS GRANJAS

MODELO DE NEGOCIO

El objetivo de Lactiber es sencillo: satisfacer al consumidor, ofreciéndole un producto de “calidad diez” y al mejor precio posible. “¿Cómo se hace eso? Trabajando juntos todos los eslabones de la cadena. Desde hace dos años hemos hecho un esfuerzo por acercarnos más al ganadero y darle más servicios; en la parte de la industria, intentamos ser lo más eficientes posible desde el punto de vista medioambiental, de consumo energético y de productividad de las líneas, y en la parte del mercado reforzamos mucho todo lo que tiene que ver con innovación y desarrollo, porque sabemos que el consumo de leches básicas está en descenso desde hace muchos años y no nos queda otra que innovar en productos que satisfagan las nuevas necesidades del consumidor”, manifiesta el máximo responsable de Lactiber.

PROYECTO EFIBER

La confianza y la transparencia son esenciales en las relaciones con los ganaderos. En octubre de 2017 Lactiber puso en marcha el programa Efiber para evaluar la eficiencia productiva de las granjas con el propósito de mejorar la calidad de la leche y la trazabilidad, a la vez que se les aporta a los ganaderos una información que les permite potenciar sus puntos fuertes y corregir los débiles.

“Efiber es un programa voluntario con el que pretendemos aumentar la eficiencia en todos los eslabones de la cadena productiva, ya que, igual que nosotros en fábrica tenemos que mejorar los procesos, en las granjas también. En los informes que emitimos semestralmente decimos cómo está cada una en comparación con las demás, ponemos los valores mejor y peor de cada aspecto que evaluamos y así sabemos cuál es la mejor en un determinado ratio y cómo podemos progresar en las que no han llegado a ese nivel de eficiencia”, declara el responsable de Servicios Ganaderos de Lactiber, Roberto Robles.

El proyecto también contempla reuniones de puesta en común de toda la información generada. Recientemente, los ganaderos que participan en él han visitado las instalaciones de la Covap, en Córdoba, y su filosofía de trabajo, un viaje que Robles

considera “muy satisfactorio” y del que los asistentes “volvieron con ganas de repetir”.

Otra consecuencia positiva de la estrecha colaboración entre industria y productores es la reciente obtención del certificado en bienestar animal de todas las granjas que venden su leche a Lactiber.

GALARDONADA CON EL PREMIO VISIÓN DE CADENA

A principios de año Lactiber recibió el premio Visión de Cadena que otorga Editorial Agrícola y que reconoce su modelo de negocio, basado en la integración de todos los eslabones de la cadena –productores, industria, distribución y consumidor– para ofrecer un producto de calidad, sostenible y eficiente. “Nuestra función como industria es satisfacer las necesidades del consumidor –del ‘jefe’, como le llamamos–, acercar el ganadero a ese consumidor y, por supuesto, colaborar de forma estrecha con nuestro cliente, Mercadona, como cadena de distribución. El jurado también ha valorado que dos empresas con base cooperativa hayan sido capaces de asumir un reto fuera de sus lugares naturales de producción y extender su modelo de negocio a otras zonas de España, como es el caso de Castilla y León”, concluye Emilio de León. ■