

“Queremos establecer nuevos estándares de transparencia, naturalidad y valor en la industria alimentaria”

Ferran Aiguadé General Manager de Hausmann Aromatic

Hausmann Aromatic impulsa un modelo basado en I+D, economía circular e internacionalización para desarrollar ingredientes más alineados con las nuevas exigencias del mercado global.

Hausmann Aromatic desarrolla y fabrica aromas, extractos botánicos e ingredientes destinados a la industria alimentaria, un sector históricamente clave para la economía y, al mismo tiempo, altamente competitivo. Así, la compañía ha construido su posicionamiento sobre la diferenciación, la innovación y la mejora continua, alejándose de fórmulas basadas únicamente en el precio o en soluciones estandarizadas. Como explica Ferran Aiguadé, General Manager de Hausmann Aromatic, “la clave del éxito no reside en replicar lo que ya existe, sino en ofrecer propuestas diferenciadas que aporten valor real”. Una visión que marca la estrategia de la empresa y su manera de entender el crecimiento en un mercado cada vez más exigente: .

¿Cómo se traduce esta estrategia de diferenciación, innovación y mejora continua en sus productos?

Uno de los ámbitos en los que esta estrategia se hace más evidente es en el desarrollo de aromas. Existe una percepción extendida entre los consumidores que asocia los aromas con productos químicos artificiales o poco saludables. Sin embargo, esta visión no siempre refleja la realidad técnica del sector.

Desde el punto de vista regulatorio, existen aromas sintéticos, compuestos por moléculas idénticas a las presentes en la

“Desarrollamos aromas ‘ultranaturales’ elaborados exclusivamente a partir de fruta, sin recomposición molecular”

naturaleza, y aromas naturales, cuyos ingredientes cumplen determinados criterios legales. En ambos casos, se trata de combinaciones de compuestos que reproducen perfiles sensoriales concretos.

En Hausmann hemos decidido dar un paso más allá con el desarrollo de nuestros aromas FTNF y FTNJ, que denominamos “ultranaturales”. A diferencia de las formulaciones tradicionales, estos aromas se elaboran exclusivamente a partir de fruta, sin recurrir a procesos de recomposición molecular. Este enfoque nos permite ofe-



cer soluciones que responden plenamente a las demandas actuales de naturalidad, transparencia y autenticidad por parte del consumidor.

¿Qué papel desempeña la sostenibilidad en su modelo de negocio?

La sostenibilidad es uno de los pilares fundamentales de nuestra estrategia, especialmente en el ámbito de los extractos botánicos. Nos encontramos en un contexto global en el que la presión sobre los recursos naturales es cada vez mayor, y en el que la disponibilidad de tierras agrícolas se convierte en un factor crítico.

En este sentido, hemos identificado una oportunidad significativa en la valorización de subproductos procedentes de la industria agroalimentaria: muchas empresas generan grandes cantidades de materia vegetal que, pese a no ser utilizada, conserva un alto contenido en compuestos bioactivos de gran interés. A partir de estos subproductos, en Hausmann desarrollamos extractos de alto valor añadido, contribuyendo a un modelo de economía circular que reduce residuos, optimiza el uso de los recursos y minimiza el impacto ambiental. Este enfoque no solo responde a una necesidad ecológica, sino que también constituye una oportunidad estratégica para el sector.

La innovación parece ser un eje clave en su empresa. ¿Cómo la impulsan?

Efectivamente, la innovación es el verdadero motor de nuestra organización. Nuestra capacidad para diferenciarnos en el mercado está directamente ligada a nuestra inversión en investigación y desarrollo.

Actualmente, aproximadamente el 40 % de nuestra plantilla está formada por perfiles científicos, una proporción poco habitual en una empresa industrial. Este equipo trabaja de manera constante en el desarrollo

de nuevas soluciones, en la mejora de procesos y en la exploración de tecnologías emergentes.

Además, fomentamos activamente el crecimiento profesional de nuestros colaboradores, apoyando la formación continua, la realización de másteres y, en muchos casos, el acceso a programas de doctorado. Creemos firmemente que el talento y el conocimiento son los pilares sobre los que se construye la innovación real.

Hausmann cuenta con una fuerte presencia internacional. ¿Cómo influye esto en su desarrollo?

La internacionalización ha sido, sin duda, uno de los factores clave en nuestro crecimiento. Actualmente estamos presentes en mercados de Asia, África, Europa y América, lo que nos permite tener una visión global del sector.

Esta presencia internacional nos aporta una ventaja competitiva significativa, ya que nos permite comprender en profundidad las diferencias regulatorias, los hábitos de consumo y las preferencias culturales de cada mercado. Esta diversidad enriquece nuestro proceso de innovación y nos permite desarrollar soluciones más adaptadas y competitivas.

Además, la exposición a distintos entornos nos obliga a mantener un alto nivel de exigencia y a anticiparnos a las tendencias globales, lo que refuerza nuestra capacidad de liderazgo en el sector.

¿Cuáles son sus principales objetivos de cara al futuro?

Nuestro objetivo es consolidar nuestra posición como una empresa de referencia en el desarrollo de ingredientes innovadores, basados en la ciencia y la tecnología, y claramente diferenciados de la oferta existente en el mercado.

Queremos seguir avanzando en la creación de soluciones que no solo respondan a las necesidades de la industria alimentaria, sino que también contribuyan a mejorar la percepción del consumidor respecto a estos ingredientes.

Asimismo, aspiramos a establecer nuevos estándares en términos de transparencia, información y honestidad. Creemos que el futuro del sector pasa por ofrecer productos más naturales, más comprensibles y mejor alineados con las expectativas sociales.

En definitiva, nuestro compromiso es seguir impulsando una transformación profunda de la industria, basada en el conocimiento, la innovación y la responsabilidad.

“Aproximadamente el 40 % de nuestra plantilla está formada por perfiles científicos, una base clave para innovar”

