

Nº 4

Año 4
octubre 2003

Noticias Pesqueras

La comodidad es la clave para innovar con éxito un producto

Con el lanzamiento de nuevos productos, las empresas holandesas se adelantan a los deseos del mercado. Para la introducción exitosa de un nuevo producto, la comodidad es una condición esencial.

Para las empresas holandesas de pescado, es imprescindible la innovación del producto. El suministro de pescado está sometido a fuertes presiones. “No sólo somos especialistas en pescado, sino que somos, más que nada, empresarios. Si no podemos conseguir un crecimiento por aumento del volumen,



tenemos que buscar otras alternativas,” dice un suministrador de pescado. Otro empresario añade: “Para el pescado fresco dependemos de la oferta, lo cual tiene como consecuencia grandes oscilaciones en el precio. Si elaboras el pescado con otros productos de precio más fijo, puedes neutralizar mejor estas fluctuaciones.” Además, las empresas de

pescado, con sus nuevos productos, alcanzan nuevos mercados de consumo, como el grupo de los jóvenes, que ya no preparan el pescado de la manera tradicional.

Cultura de calentar

Los conocimientos sobre la forma de preparar la comida disminuyen. Además, el consumidor dedica cada vez menos tiempo a preparar la comida. “Se ha creado una cultura de calentar la comida,” opina un comerciante de pescado. Por eso, la comodidad es lo más importante en lo que se refiere a la innovación de los productos. Una condición para lanzar un nuevo producto de pescado con éxito, es que tiene que estar en la mesa en diez minutos.

El consumidor sabe que el pescado es muy sano, pero no a todo el mundo le gusta. Por eso, las empresas procesadoras lo combinan con otros productos, como verduras, carnes o pastas. “Para este grupo de consumidores el nuevo producto no tiene que tener demasiado gusto a pescado,” dice un suministrador.

Freshness
from
Holland

Índice

La comodidad es la clave para innovar con éxito un producto 1

Holanda, uno de los líderes en seguridad alimenticia 2

El atún es un producto moderno 3

El pescado, un mar de salubridad 4



Tentempiés saludables

Otra tendencia es elegir tentempiés sanos y honestos. En este momento gozan de gran popularidad los *goujons*, delgadas barritas de pescado rebozadas de una fina capa de masa. O el *shoarma* de salmón, una variación del muy conocido producto de carne.

Ofreciendo el pescado no sólo en las formas tradicionales, los suministradores tienen la posibilidad de adelantarse a los nuevos perfiles de gustos. Así, en los últimos años, los sabores mediterráneos se han hecho muy populares en el norte de Europa.

El Reino Unido es el mayor impulsor en lo que se refiere a la innovación de productos. Las empresas holandesas de pescado intentan traducir estas tendencias al mercado holandés y al francés. El mercado alemán es más conservador en los asuntos del pescado fresco. Desde hace poco, también en España

Continúa en la página 2

está creciendo el interés por las comidas preparadas.

Inversión

Las empresas holandesas invierten mucho tiempo y dinero en la creación de nuevos productos de pescado. Para ello, desarrollan nuevas ideas, siguen las tendencias, o hacen

realidad los deseos de sus clientes. “De cada diez propuestas, generalmente, sólo una es viable. Antes de lanzar al mercado un nuevo producto, realizamos, junto con el cliente, una serie de detalladas pruebas.

No todos los nuevos productos resultan un éxito. Los que sí encuentran aceptación suelen ser variaciones de temas ya existentes. Muchas veces, la novedad se encuentra en detalles muy sencillos,” explica un representante de una de las empresas pesqueras. ■

Holanda, uno de los líderes en seguridad alimenticia

Holanda va en cabeza en lo que se refiere a la seguridad alimenticia, tanto en el terreno del cumplimiento de la legislación como en el de la certificación. Holanda es el país en el que más se certifica, según Rien Buitink, director del Servicio de Calidad Colectivo (GKD). “Holanda es un país de comerciantes. Lo importante es lo que pide el cliente, y el cliente pide que se certifique.”

Por tradición, las empresas de pescado están enfocadas sobre todo al trabajo de artesanía. Su tarea principal es elaborar y comercializar el pescado. El cuidado por la calidad es un oficio en sí. Las empresas de pescado con pocos conocimientos en el terreno del cuidado por la calidad, piden asistencia, por ejemplo, al GKD. Entre los clientes del GKD se encuentran 60 empresas procesadoras de pescado y 200 detallistas. Esta vasta clientela da una buena imagen del cuidado por la calidad en las empresas de pescado holandesas.



En Holanda, el control del cumplimiento de la legislación europea en el terreno de la seguridad alimenticia, es muy severo. No es extraño: Holanda es un país distribuidor que importa y exporta muchos productos alimenticios. Además, una parte de estos productos es elaborada en Holanda antes de ser exportada. Por eso, las empresas holandesas prestan especial atención a los controles y sistemas de calidad. Una gran parte de ellas dispone de una o más formas de certificación, como ISO, HACCP o BRC.

Sistemas en crecimiento

Buitink ve un crecimiento en los sistemas de cuidado. Primero teníamos el ISO. Este sistema ofrecía al comprador información sobre el proceso en la empresa de su suministrador. A continuación llegó el HACCP. En este sistema se establecían, describían y controlaban todos los puntos críticos en la empresa, con el fin de conseguir un producto final seguro. El BRC va aún más allá. De hecho es una combinación de exigencias a las instalaciones, de ISO y de HACCP. El principal complemento a la HACCP es la introducción de instrumentos de gestión. Con ellos, el BRC ofrece al comprador la garantía de que el suministrador tiene bajo control su proceso interno, por lo cual podrá atenerse a los acuerdos convenidos.

Para la introducción de los sistemas de calidad, las empresas se dejan guiar por sus clientes. A consecuencia de ello, algunas empresas manejan varios sistemas a la vez.

Significado de los sistemas de calidad

Para introducir un sistema de calidad deben traducirse las exigencias del sistema a la práctica diaria del lugar de trabajo. Esto es algo que tiene importantes consecuencias para los procesos empresariales. Y es que los

Continúa en la página 3



Editorial

Cada día un pescado mantiene al médico alejado

Como empresa, es imprescindible responder a los deseos del consumidor. Sin embargo, esto se hace cada vez más difícil, ya que éste es cada vez más exigente.



La comodidad es un importante deseo del consumidor, que cada vez tiene menos tiempo para preparar la comida. Se está produciendo un claro giro hacia los productos de comodidad.

Pero, ¿por qué no abordamos con más ímpetu el deseo de todos los consumidores de llevar una vida más sana? Por naturaleza, el pescado es un producto honesto y bueno para la salud. También los pescados grasos son muy saludables, ya que contienen ácidos grasos omega-3, que producen un efecto muy favorable; un valor añadido natural del pescado, al que se suele prestar poca atención. Algo, en sí, extraño: otros muchos sectores del mercado desearían estar en esta fabulosa posición de salida. Las investigaciones internacionales que se han realizado para estudiar la relación entre la salud y el consumo de pescado, confirman nuestra opinión. Las autoridades holandesas incluso aconsejan el consumo de pescado una o dos veces a la semana. Por supuesto, no debemos pretender convertir el pescado en una medicina. Tenemos que darnos cuenta de lo fabuloso que es el producto que vendemos, y divulgar nuestro mensaje en voz bien alta: el pescado no sólo es riquísimo, ¡es también bueno para la salud!

Tilly Sintnicolaas
Director

Viene de la página 2

empleados ejercen gran influencia en la calidad del producto. Piense, por ejemplo, en la higiene: las empresas prestan gran atención a la higiene personal y a la higiene en el lugar de trabajo. La certificación influye en todas las secciones de una empresa.

El mantenimiento de los sistemas de calidad exige llevar a cabo controles regularmente. Estos controles ofrecen importante información sobre el proceso de producción y sobre el producto.

Actividad anticipada

Aunque la introducción de un sistema de calidad ejerce gran influencia en los procesos de la empresa, Rien Buitink constata en las empresas de pescado holandesas un cambio gradual de actitud. “En el pasado, estos sistemas eran introducidos sobre todo a solicitud del cliente. Hoy vemos que las empresas más prominentes no esperan la petición del mercado, sino que se adelantan a ella.” ■



El atún es un producto moderno

Hasta hace poco, el atún fresco se consumía sobre todo en los países mediterráneos. En el norte de Europa se conocía casi exclusivamente el atún en lata. Actualmente vemos un cambio: también en países como Holanda, Bélgica y Alemania se valoran las muchas posibilidades que ofrece el atún fresco. Y el interés por este tipo de pescado sigue creciendo.

El atún se da en todos los mares entre los 40° latitud norte y los 40° latitud sur. Es un rápido nadador que puede recorrer enormes distancias. Las investigaciones han demostrado que cruza el océano desde la costa de Méjico hasta Japón y de Florida al golfo de Vizcaya. Por el día, el atún nada en la profundidad del mar, por la noche sube a la superficie. El atún es un verdadero cazador. Se alimenta sobre todo de pescado de las especies que forman bancos.

Acuerdos sobre la calidad

Holanda importa atún de Centroamérica, Asia y, en menor parte, de África. El comercio de atún congelado o fresco está sujeto a muchos requisitos de calidad. Una forma de indicar



Valor alimenticio

Por 100 gramos de producto no preparado:

Grasa	4,9	gramos
de los cuales 1,3 gramos son ácidos grasos omega-3		
Proteínas	24,3	gramos
Agua	74	gramos
Hidratos de carbono	0	gramos
Sodio	100	mg
Calcio	20	mg
Hierro	1,0	mg
Vitaminas:	retinol	0,01 mg
	B1	0,05 mg
	B2	0,25 mg
	C	2,00 mg



y controlar la calidad es a través de la certificación. Sin embargo, la calidad deseada se consigue sobre todo comprando la mayor parte de la producción total de una fábrica local. La compra de grandes cantidades de atún ofrece a los comerciantes holandeses la posibilidad de pactar acuerdos concretos con los suministradores locales sobre la calidad deseada tanto del producto como del proceso de producción. Y es que el procesado del atún se realiza generalmente a nivel local. Sólo en muy pocos casos se elaboran productos semiacabados fuera de Holanda.

Congelado o fresco

Hay diferentes tipos de atún. Para el mercado europeo, los más importantes son el atún blanco y el atún de aletas amarillas. El atún blanco, generalmente, se enlata o se envasa; el atún de aletas amarillas se vende congelado o fresco.

Es fácil aclarar el creciente interés por el atún. En los países del norte de Europa

siempre se ha comido más carne. El sabor, la estructura e incluso la preparación del atún se parecen a la de la carne de ternera. Gracias a las modernas técnicas de procesado y de conservación, y al rápido transporte,

hoy en día es posible ofrecer el atún en muchas variedades. Así el atún se adapta a los cambios en los patrones alimenticios.

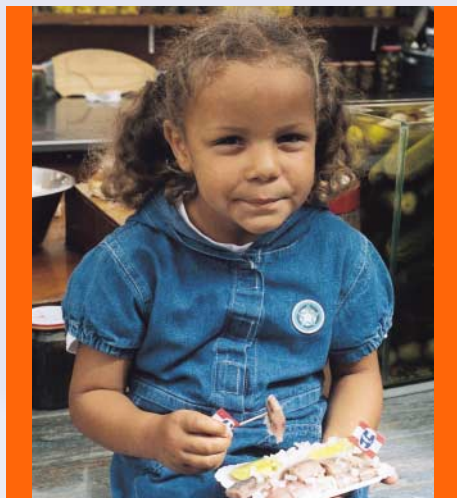
Carpaccio

El atún fresco se ofrece en venta de varias formas, por ejemplo, en ruedas o bistecs. El atún de la mejor calidad se suele consumir crudo, en sashimi. O se corta en lonchas finísimas y se vende como carpaccio. Especialmente para los niños se han creado los nuggets y las hamburguesas de atún. La última tendencia es vender el atún en forma de pequeños daditos, para ponerlos, por ejemplo, en ensaladas.

En los países mediterráneos el atún se suele asar en la barbacoa. Pero este pescado también puede freírse, hervirse al vapor, hacerse en estofado o ahumarse. Hoy día, los detallistas venden el atún ahumado al lado del salmón ahumado. ■

El pescado, un mar de salubridad

Los consumidores deberían comer pescado una o dos veces por semana para reducir el riesgo de enfermedades cardiovasculares. Sobre todo el pescado graso, como la caballa, el arenque, la anguila, el salmón y el halibut son muy saludables para el corazón y los vasos sanguíneos.



Menos fallecimientos por enfermedades cardiovasculares

El pescado, sobre todo el pescado graso, contiene ácidos grasos omega-3. Estos ácidos grasos insaturados tienen gran influencia en el corazón y los vasos sanguíneos. Las investigaciones científicas han demostrado que la consumición de 0,2 gramos diarios de ácidos grasos omega-3, reducen la mortalidad causada por enfermedades cardiovasculares casi en un 30 por ciento. Además, los ácidos grasos omega-3 aumentan la expectativa de vida de las personas que ya han sufrido un ataque cardíaco. La cantidad mencionada ya se consigue comiendo pescado una o dos veces por semana.

El pescado graso aumenta la inteligencia del niño

Un estudio científico realizado en la Universidad de Maastricht, ha confirmado que los ácidos grasos insaturados estimulan el desarrollo cerebral de los niños recién nacidos y mejoran su vista. Y es que dichos ácidos grasos desempeñan un importante papel en la formación del tejido cerebral y de la retina del feto. Las personas no hacen estos ácidos grasos por sí mismas, los sacan de la comida. El niño recibe estos ácidos grasos poli-insaturados a través de la placenta y de la leche materna. Dicho de otro modo: comer pescado graso durante el embarazo e inmediatamente después del parto, probablemente mejora el desarrollo de los niños.

La Oficina Holandesa de Pescado dispone de amplia información acerca de las cualidades salubres de pescado. ¿Desea saber más? Díganoslo. Encontrará nuestras señas en el colofón. ■

Los efectos de los ácidos grasos omega-3 para la salud

Comer pescado reduce el riesgo de enfermedades cardiovasculares.

Integrando con regularidad pescado en el menú se reduce el riesgo de sufrir de demencia.

Comer pescado reduce el riesgo de sufrir de diabetes mellitus.



Freshness
from
Holland

Edita

Noticias Pesqueras es una publicación de la fundación Oficina Holandesa de Pescado en Rijswijk, Países Bajos. La Oficina Holandesa de Pescado se ocupa de la promoción colectiva del sector pesquero neerlandés.

El boletín Noticias Pesqueras aparece en seis idiomas: neerlandés, alemán, francés, español, italiano e inglés.

Oficina Holandesa  de Pescado

Edición y redacción:

Oficina Holandesa de Pescado.

Apartado de Correos 72

2280 AB RIJSWIJK, Países Bajos

Tel. + 31 70 - 33 69 655

Fax + 31 70 - 39 52 950

Correo

electrónico: info@dutchfish.nl

Website: www.dutchfish.nl

Suscripciones:

Las Noticias Pesqueras le serán enviadas gratis cuatro veces al año.

Campaña de la solla en Italia

Italia es el mayor comprador de solla holandesa. De todo el mercado de solla italiano, un 90 por ciento procede de Holanda. En casi todos los supermercados italianos se encuentran filetes congelados de solla holandesa.

La Oficina Holandesa de Pescado lanzará en octubre y noviembre 2003 una campaña publicitaria en Italia para atraer más la atención del consumidor italiano sobre la solla holandesa. La Oficina Holandesa de Pescado enfoca sus planes de promoción a las familias con niños menores de 13 años, que son las principales compradoras de solla en Italia. ■



Platessa. Principessa Azzurra.

Che si sente si sa, la Platessa viene pescata nelle profondità dei fondali marini del nord e subito congelata per arrivare pronta e fresca quale solla ha fatto. Che si hanno in casa la Platessa si potrebbe per le preparazioni più semplici ma anche per le ricette più elaborate.

Che sia leggera e sal, la Platessa ha sempre la meglio di merito in tavola.

Che altro possiamo dire della Platessa del mare d'Olanda?

Si parlati in tavola.

Centro olandese  del Pesce