

NUEVAS FORMAS DE ELABORAR, PROCESAR Y VENDER:

Productos oceánicos con valor agregado: Versiones más prácticas, sabrosas y versátiles

CRISTIÁN MÉNDEZ

Durante décadas, los productos del mar estuvieron ligados a ciertas temporadas como Semana Santa y a preparaciones tradicionales que requieren tiempo y conocimiento para realizarse. "Preparar, por ejemplo, un caldillo de congrio o experimentar con productos ligados al mar requiere paciencia y conocimiento; muchos son de difícil elaboración para que logren su sabor exacto", asegura Guillermo Rivera, chef y divulgador gastronómico.

Tiempo y paciencia que las nuevas generaciones "han demostrado no tener, pero sin olvidar su máxima de experimentar y buscar nuevas sensaciones a través de viajes y sabores", destaca la psicóloga clínica Paola Sánchez.

MÚLTIPLES FORMAS

Este nuevo perfil del consumidor está transformando la forma de producir, procesar y comercializar los alimentos que vienen del mar. El público valora hoy que el producto, "además de que sea saludable y rico, sea práctico, tenga una historia detrás, y que sea respetuoso con el medioambiente", comenta Cristián Larrain, gerente corporativo Comercial y Marketing de Nutrisco.

Estas características han generado el concepto de "producto del mar con valor agregado": un alimento que mantiene su origen natural y conserva sus características nutricionales, "pero que llega a los consumidores en una versión más práctica, sabrosa o versátil", explica.

Estos productos pueden adoptar múltiples formas, como, por ejemplo, "conservas de lomo de jurel despinado en tres preparaciones diferentes que aportan mayor versatilidad en la cocina; un trozo

Los consumidores jóvenes están transformando el mercado, exigiendo sostenibilidad, practicidad, trazabilidad y sabor.

El público valora hoy que los productos sean saludables, ricos, prácticos, con una historia, y que respeten el medioambiente, lo que se certifica bajo rigurosos estándares.

DEL JUREL EN HAMBURGUESA AL OMEGA-3 REGENERATIVO, los nuevos formatos responden a los desafíos de calidad y cuidado de la salud y el medioambiente.

congelado en formato IQF (cortado en trozos) que permite utilizar solo lo necesario y mantener congelado el resto; una hamburguesa de jurel lista para cocinar o, incluso, un suplemento de omega-3 hecho con subproductos de la pesca", cuenta Larrain, categorías que Nutrisco hoy ofrece globalmente.

Lo que se busca —continúa el ejecutivo— es generar soluciones para cada tipo de cliente y consumidor final, considerando "factores culturales, psicológicos y demográficos, para adaptar de la mejor forma las propuestas y desarrollar formatos y empaques adecuados, recetas y sabores adaptados a cada mercado y ocasión de consumo".

CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

Esto ha llevado a las empresas a invertir en innovación, tecnología y empaques funcionales, "pero también en trazabilidad y certificaciones que garanticen prácticas responsables", recalca Larrain.

"Los mercados internacionales

buscan productos con origen sostenible, mínima intervención de la materia prima y alto valor nutricional, todo respaldado por certificaciones y una narrativa coherente", sostiene, destacando que Nutrisco ha logrado la cuota más grande de jurel certificado MSC (capturado de forma sostenible) en el mundo, lo que respalda su apuesta por un desarrollo sostenible en toda la cadena productiva.

En ese contexto, Larrain destaca la participación de Nutrisco en la feria SEG25, el evento de productos del mar más importante del planeta —desarrollado en mayo en Barcelona—, como una vitrina para consolidar el posicionamiento de la empresa y del país en general, con sus atributos clave de origen, diversidad, innovación y sostenibilidad. "Chile tiene hoy la oportunidad de posicionarse no solo como exportador de volumen, sino como socio estratégico en sostenibilidad, gracias a la adopción de certificaciones, acuicultura regenerativa y mejoras en eficiencia energética y gestión de residuos", detalla.

