

Zeitschrift: Schweizer Revue : die Zeitschrift für Auslandschweizer
Herausgeber: Auslandschweizer-Organisation
Band: - (1975)
Heft: 7

Rubrik: Informe de empresas : este mes... Hero España, S.A.

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 03.02.2025

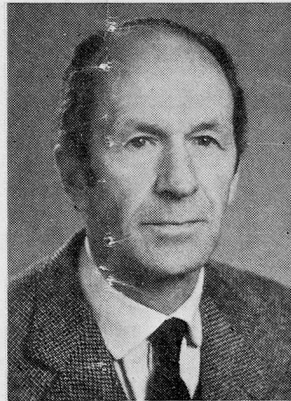
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

EL MENSAJERO SUIZO

Núm. 7. Febrero, 1975. Revista mensual para las comunidades suizas en España.

Salutación del nuevo embajador de Suiza en España, Excmo. Sr. D. Samuel François Campiche, para toda la Colonia Suiza

AUNQUE no he tenido aún ocasión de ponerme en contacto con ustedes, espero poder tener la satisfacción de hacerlo próximamente. Entretanto, aprovecho esta oportunidad que me brinda «El Mensajero Suizo» para testimoniarles mi afecto. Les traigo el saludo de las Autoridades federales deseando expresarles al mismo tiempo mi convencimiento de que ustedes me ayudarán a establecer unos lazos de confianza particularmente necesarios para todos.



DATOS PROFESIONALES

SAMUEL François Campiche, de Ste. Croix (Vaud), nacido en Lausanne en 1914. Después de terminar los estudios de derecho, entró en el Departamento político federal en 1941 para empezar su actividad en la Legación de Suiza en Washington. Seguidamente trabajó sucesivamente en Berna, Nueva Dehli y como suplemente del Director de la División de las organizaciones internacionales en Berna; luego, fue nombrado Embajador en Rabat en 1963, en Checoslovaquia de 1967 al final de 1971 y

por último en Helsinki, donde encabezó la Delegación suiza en la Conferencia sobre la Seguridad y la Cooperación en Europa que se celebró preliminarmente en Finlandia ya en 1973; seguidamente, ocupó simultáneamente las funciones de Embajador en Finlandia y de Consejero especial de la Conferencia para la Seguridad y la Cooperación, la cual prosiguió sus trabajos en Ginebra. A fines del pasado año ha sido designado por el Consejo Federal como Embajador de Suiza en España.

INFORME DE EMPRESAS

Este mes...

HERO ESPAÑA, S. A.

Radiografía en una Empresa Conservera

HERO pertenece a esa ilustre tradición Alimenticia Suiza que hoy día sigue confirmándose como sinónimo de calidad y prestigio. La primera empresa Hero fue creada en Lenzbourg por el año 1885 convirtiéndose en una de las pioneras de la conserva en Europa; con el tiempo se fue extendiendo por toda Europa y cuenta en la actualidad con fábricas por casi todo el viejo continente.

En una amplia sala, especialmente dedicada a las Degustaciones, comprobamos en inmensas estanterías, innumerables cantidades de botes y botellas Hero, representan su gran surtido.

— ¿Tantos productos corresponden en realidad al desarrollo del mercado consumidor?

La amplitud de nuestra gama de productos es el resultado de nuestro interés y profunda dedicación al consumidor, objetivo real de nuestra política. El progreso, con sus secuelas de innovaciones ha dado lugar a nuevos deseos, el desarrollo ha transformado el mercado consumidor am-

(Pasa a la última pág.)

CAPA NEGRA UNA AUTENTICA RESERVA DE BRANDY
DE LUXE

ARMADA CREAM
UN JEREZ SIN FRONTERA

DOS PRODUCTOS GARANTIZADOS POR EL PRESTIGIO DE UNA FIRMA

SANDEMAN
JEREZ

BBC
BROWN BOVERI

Producción, transformación, distribución y utilización de la energía eléctrica

Brown Boveri de España, S. A.
Madrid-Barcelona-Sabadell-Bilbao-Gijón

EL
GRUPO
ZURICH

« Zurich »
« Vita »
« Hispania »

Aseguradoras modernas con tradición

Paseo General Martínez Campos, 30
Teléfono 410 36 00

MADRID-10

Informe...

pliando sus posibilidades y la educación, elevando el nivel intelectual del individuo, ha sido la tercera gran causa de la evolución del consumidor. Así entre el español de 1950 al de 1974 media un abismo de gustos y modos de ser.

— Pero entre tantos productos, la confitura Hero es la que más fama ha alcanzado, ¿verdad?

Lo cierto es que mucha gente asocia Hero con confitura, tal vez apoyándose en la gran variedad que poseemos. En efecto, hemos cuidado mucho de la confitura, adoptando distintos tamaños y esmerando siempre la calidad, para ello disponemos de la maquinaria más moderna y contamos con un personal muy especializado.

Pero el público no debe ignorar que Hero puede darles también a conocer sus hortalizas, sus frutas, sus salsas, sus sopas o sus platos preparados.

LA GRAN CONFUSION ENTRE LOS TERMINOS.

Hemos comprobado que la indebida utilización de cierta terminología está dando lugar a interpretaciones equivocadas del consumidor en ciertos productos...

En efecto tenemos que lamentar este fenómeno, porque si bien el consumidor es variable en su forma de ser y versátil en cuanto a la continuidad de sus gustos, también es cierto que está unido a ciertos prejuicios y costumbres.

Citaremos por ejemplo el desayuno de café con leche, pan, mantequilla y confitura, que si bien es el desayuno internacional más extendido por el mundo, aquí no se ha implantado.

La opinión pública ha concedido a la confitura un carácter que no tiene, le ha otorgado un aire exquisito, rebuscado, caro y

(Viene de la página 1.º)

en los ánimos de muchos se ha convertido en un «accesorio de lujo».

También es habitual la equivocación que se produce entre confitura Hero y mermelada que no fabricamos. La diferencia que existe entre ambas es notable e incluso apreciable a simple vista.

La confitura contiene básicamente frutas y azúcar, siendo obligatoriamente de primera calidad mientras que la mermelada al estar tamizada, admite otros ingredientes, además, tanto su contenido en fruta como su calidad no precisan ser muy elevados. Por otra parte, la confitura es más aromática y más espesa que la mermelada, siendo ésta más fluida.

Podemos citar otro error en cuanto a los zumos y néctares. En general, se viene observando una mejor aceptación del líquido con cierto sabor dulce y en cuanto se tropiezan con distinto sabor surge una cierta prevención. El néctar es el que mejor responde a la opinión pública, dado su mayor contenido de jarabe. En cambio el zumo, fabricado mucho más natural, y por tanto con mayor acidez, es subestimado.

— El sector consumidor tiene ciertos fallos de apreciación, ¿pero estas confusiones llegan a ser realmente perjudiciales para las empresas?

Indiscutiblemente supone una limitación más para nuestra labor, pero confiamos en que la mayor preparación del individuo vaya contrarrestando estos defectos.

Los términos extranjeros que tan confiadamente se han escogido, ha sembrado ciertas complicaciones en el mercado por su defectuosa utilización.

Veamos el caso del «foie-gras». Este término francés que expresa una variedad de patés, el de hígado de ganso, ha sido adoptado en nuestras fronteras como tér-

OMEGA TIEMPO EN ORO

El Oro, el Tiempo y Omega:
tres leyendas fabulosas en su mano.



Ω
OMEGA

Primera organización mundial para la medida exacta del tiempo.

mino genérico mientras que en Francia se designa por paté. De este modo se está dando lugar a desastrosos barbarismos tal como «foie-gras de cerdo» etc.

Este atropello semántico viene a ser importante por cuanto perjudica notablemente el verdadero Foie-gras. El precio del auténtico es mucho, y con gran diferencia, más caro que el paté normal, lo cual induce al consumidor, que sólo se guía por la denominación y el precio, a rechazar el paté de foie-gras.

CALIDAD DE LO FRESCO Y DE LO ENVASADO.

El producto envasado no acaba de adquirir toda su buena fama. Algunas irregularidades cometidas, la mala prensa de los productos conservantes, y los prejuicios de los consumidores, han dado lugar a esta situación. Tal coyuntura se halla prácticamente superada y el consumidor está respaldado por diversos organismos que defienden sus intereses.

Procedimientos actuales permiten conservar por esterilización al calor, frutas, hortalizas y verduras, manteniendo éstas la mayor parte de su aroma y demás sustancias nutritivas.

Como ejemplo, he aquí una tabla de valores que presentamos para las judías verdes.

El fruto fresco, a las 24 horas de ser recolectado, se queda en el 69% de sus vitaminas y al cocerlo en olla a presión se queda en un 33% de sus vitaminas primitivas. Este producto a las 48 horas de ser recolectado se queda en un 48% y después de ser cocido baja a 24% de vitaminas. Este producto al ser envasado y sufrir un proceso de fabricación, conserva el 39% de sus vitaminas primitivas.

Como quiera que lo fresco lo solemos comer después de 2 ó 3 días de su recolección, el factor vitamínico de lo envasado es siempre favorable a lo fresco.

Civilconsult, S A

S A Consu

INGENIEROS CONSULTORES DE INGENIERIA CIVIL, INDUSTRIAL Y ARQUITECTURA, PARA PLANTAS INDUSTRIALES Y EDIFICIOS ADMINISTRATIVOS

Nuñez de Balboa, 118
E - Madrid - 6
Tel. (91) 2 61 63 52 / 90
Telex: 23 217 CCMAD-E

Infanta Carlota, 123-127
E - Barcelona - 15
Tel. (93) 2 30 76 07 / 2 50 72 08
Telex: 53 082 CONSU-E

Agencia en Suiza: Badenerstrasse, 414 - CH 8004 Zürich.

LIMUCO, S. A. / Barcelona

LIMUCO, S. A. / Zürich

Wir suchen ständig

VERTRETUNGEN

von ausländischen Produkten in Spanien
von spanischen Produkten in der Schweiz

Barcelona-17
C/. Los Vergos, 53,55

Madrid-33
P. R. La Colina, Bloque 15

8004 Zürich
Badenerstr. 414, 3.º