

Aunque hace unos pocos años parecía prácticamente imposible, la fruta, el "niño rebelde" del lavado y cortado, ya se vende en envase grande.

¿Qué hay de nuevo en... lavado y cortado?

ALICIA NAMESNY
agrocon@ediho.es



"Y pensar que cuando Manuel Madrid trabajó con nosotros en melón troceado, nadie creía que fuera a resultar una realidad comercial". Tal el comentario de Marita Cantwell, del grupo de investigación de Adel Kader de la Universidad de Davis, California, hablando de que la fruta, el "niño rebelde" del lavado y cortado, ya se vende en envases grandes.

Manuel Madrid, Director de desarrollo de producto fresco de Syngenta Seeds hortalizas, hizo

El plástico que se adhiere al contenido –lavado y cortado- luego de hacer el vacío, un desarrollo de Cryovac, fue una de mayores novedades en esta edición.

un posgrado con la mencionada investigadora, analizando el comportamiento de los melones troceados. Ahora, en cualquier supermercado de Estados Unidos, las propuestas en base a IV gama o lavado y cortado... casi llegan, en metros de lineal, a las del fresco.

Y lo superan si se piensa en los complementos que se comercializan bajo el paraguas del "listo para consumir": salsas de los tipos más surtidos, que requieren frío o que no, vinagretas con los

más diversos sabores, tropezones (croutons), quesos en trozos o pasta, aceites de oliva con sabores, etc etc.

Casi casi... la imaginación que se derrocha alcanza a la que gastan los vendedores de lácteos. Enhorabuena!!

El lavado y cortado es la razón de ser de la IFPA, International Fresh-cut Produce Association, www.fresh-cut.org, y de la feria que organizan de modo itinerante todos los años. En esta



ocasión fue Phoenix, capital de Arizona, y a ella acudieron más de 1400 ejecutivos del negocio. Esta asociación tiene ya su "hija" en la recientemente creada Asociación Europea de Fresh-cut, liderada por Alessandro Turatti, cuyos miembros se reunieron aprovechando esta cita de Estados Unidos.

Tendencias en envasado

El interés por los alimentos fáciles de consumir ("hazlo para mi conveniencia") y por la alimentación saludable (obesidad, evitar el envejecimiento) son dos de los pilares que sostienen el gran desarrollo que continúan experimentando frutas y hortalizas lavadas y cortadas. Un tercer elemento, novedoso, al menos en su enunciación, son las "influencias globales", que lleva a la aceptación de platos o preparaciones cada vez mas aventuradas.

También influye el número, igualmente creciente, de comidas que se llevan a cabo fuera del hogar: el negocio del lavado y lavado cifró 12.5 billones de dólares en Estados Unidos en 2003; 7.5% de ellos correspondieron a los servicios en alimentación y sólo los restantes 5 a la venta al detalle.

William H. LeMaire, de PaK-Intell, www.pacintell.com, fue el moderador de la sesión en que se analizaron las novedades en enva-



El stand de IFCA, International Fresh-Cut Association, previó una zona con expositores para mostrar las novedades sobre envasado, un tema que también fue objeto de una sesión a cargo de William LeMaire.

FreshCut es el punto de encuentro entre quienes proporcionan las "herramientas" y los usuarios directos (manipuladores) e indirectos (supermercados y otros puntos de venta) de toda la tecnología y saber hacer del lavado y cortado.

sado para los productos listos para consumir. En ella realizó una panorámica del estado actual de la IV gama en relación a los tipos de envases. Las ensaladas cortadas se han prácticamente triplicado entre 1998 y 2003, pasando de 1.241 millones de dólares a 3.316.

Esta categoría es la segunda cena más popular, a continuación del queso y antes del pollo (una información de Information Resources Inc. que puede consultarse en la conferencia de LeMaire disponible en la página web de IFPA, junto con las restantes de la última edición de la feria).

La "portabilidad" de los envases es un elemento clave en su aceptación. El "grab and go", coger y llevar, requiere un diseño que facilite al consumidor la manipulación del envase. En este requisito se incluyen desde las formas hasta incluir en la unidad de venta todos los aderezos y utensilios necesarios (tenedores, cucharas, etc.).

Tele o no tele

Una "vieja discusión" es la efectividad de la tele, siempre anhelada, pero muy cara... a la hora de publicitar frutas y hortalizas. LeMaire indica que entre el 70 y el 80% de las decisiones se toman actualmente en la tienda.

En 1995 hacían falta tres anuncios en la televisión para alcanzar el 80% de las mujeres comprendidas en el rango de edades entre 18 y 49 año.

Las ensaladas cortadas se han prácticamente triplicado entre 1998 y 2003, pasando de 1.241 millones de dólares a 3.316. Esta categoría es la segunda cena más popular, a continuación del queso y antes del pollo

Un jardín botánico en un desierto

En los alrededores de Phoenix existe un sistema de canales de riego centenario creado por tribus indígenas y explotado por colonizadores a finales del s. XIX



La ciudad de Phoenix está situada en pleno desierto de Arizona; en las afueras existe un jardín botánico privado, creado por visionarios que temían por la supervivencia del desierto. Una guía voluntaria saca su botellín de agua para pulverizar una mata típica de la vegetación y que los visitantes puedan aspirar el olor a creosota que puede aspirarse los días de lluvia. Este año, el desierto está más verde de lo habitual por el mayor índice de lluvias registrado. Se trata de una zona en la que se dan dos épocas de lluvias al año, con lo que resulta algo menos árido que otros.

En los alrededores de Phoenix existe un sistema de canales de riego centenario creado por tribus indígenas que, a finales del siglo XIX, uno de los colonizadores supo explotar creando una compañía dedicada a revitalizar estos conductos de agua con la ayuda de inversores de todo Estados Unidos.



Los sistemas de detección de partículas son clave en el mundo de los preparados alimentos Raytec, del Grupo Sacmi, ha desarrollado un nuevo procedimiento descrito Francesco Caponetti en una de las conferencias del programa de actividades.

En 2000, para alcanzar el mismo grupo, son necesarios 97 anuncios...

Desafíos

El listo para consumir tiene frente a sí una serie de retos. Calidad y frescura es el primero de ellos y las herramientas para lograrlo pasan por una consolidación de la cadena del frío y por acortar la cadena de suministro. El segundo desafío es implementar una estrategia multicanal: llevar el producto donde esté el consumidor.

Escuelas, tiendas "conveniencia" y equipos de "vending" son sitios concretos donde la presencia de productos listos para consumir puede aumentar. El tercer desafío es considerar al envase como parte de la estrategia. El atractivo en la estantería es uno de los aspectos y, con igual impor-

■ **Una "vieja discusión" es la efectividad de la tele, siempre anhelada, pero muy cara... a la hora de publicitar frutas y hortalizas. LeMaire indica que entre el 70 y el 80% de las decisiones se toman actualmente en la tienda**



De izquierda a derecha, Bruce Knobelach, Vice President of Marketing, River Ranch Fresh Foods; Seth Goldsmith, Director of Research and Development, Dole Fresh Vegetables; y Jeff Brandenburg, President, JSB Group, participantes en la mesa redonda sobre tendencias en envasado de IV gama, moderada por William H. LeMaire, Managing Director, PackIntell, LLC.

tancia, la diferenciación. La educación del consumidor es el segundo punto de esta estrategia que ha de tenerse en cuenta; el envase es el vehículo para enseñarle a éste como disfrutar mejor lo que compra.

Novedades en envases

Las películas de alta permeabilidad, que permiten la cocción en microondas, son las grandes protagonistas, una oferta de Cryovac y de Dupont.

En el stand de la primera de estas empresas se mostraban las múltiples aplicaciones del film, que en el terreno de las hortalizas abarca a todas aquellas que pueda interesar cocinar. De momento no está previsto comercializarlo en Europa.

Las resinas en base a polímeros de ácido láctico (PAL) fueron también protagonistas, con varios fabricantes de envases de plástico que han incorporado este material a su oferta. Entre ellos Fabri-Kal, Wilkinson y Nature Works, estos últimos, los fabricantes de la granza.



Los plásticos degradables, en base a polímeros del ácido láctico, fueron las estrellas en las novedades; varias empresas tenían modelos basados en estas materias primas.

Las cestas con tapa articulada, un producto no nuevo pero sí al que la industria está sacando partido, están de moda. Pactiv, In-line, Reynolds fueron los fabricantes que tuvieron un expositor dentro de la zona de la feria destinada a las novedades en envasado.

Cestas y envases en general, apilables, son la forma de ahorrar espacio. Algunos, como las de la firma Precise, admiten una gran etiqueta superior; las de Genpak son de tapa transparente y permi-

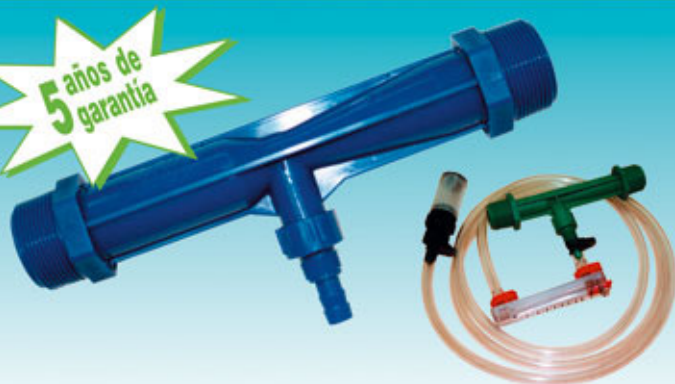
Injectores venturi Mazzei®

Los únicos venturis fabricados de Kynar con 5 años de garantía y con un sistema patentado para la inyección de aire.

Método económico y exento de problemas para inyectar productos agroquímicos líquidos y gaseosos de forma rápida, cómoda y sencilla.

Con la garantía y seriedad de:
Copersa

Apartado de Correos, 140. 08340 - Vilassar de Mar (Barcelona). Tel: 902 10 33 55 * Fax: 937 59 50 08 * E-mail: riegos@copersa.com * Web: www.copersa.com



CMC

ten lucirse el contenido.

El control de la humedad se logra mediante almohadillas que contienen un gel capaz de reaccionar a los cambios del ambiente absorbiendo vapor de agua en caso de que haya demasiado o liberándolo en caso contrario. Maxwell Chase y Humidipak son empresas que las ofrecen.

Envases flexibles en varias opciones son la propuesta de FFP, Golden Eagle y Orics, las dos primeras como fabricantes de envases y el tercero, de maquinaria. El envase de la primera de estas empresas tiene una ventana transparente en una base de plástico con una capa aluminizada. Los envases flexibles permiten vidas posrecolección de mayor duración que los rígidos.

ScentSacional, la última "innovación", propone envases en que se adicionan aromas para que, al abrirlos, las fresas huelan a fresa..., por ejemplo.

Jim Gorny indica que el etiquetado incorrecto, junto con la falta de entrenamiento de los operarios, están entre los principales problemas a que se enfrenta la IV gama. Le sigue el fallo en el seguimiento de los procedimientos.



Las cestas con tapa articulada, un producto no nuevo pero sí al que la industria está sacando partido, están de moda. Pactiv, Inline, Reynolds fueron los fabricantes que tuvieron un expositor dentro de la zona de la feria destinada a las novedades en envasado.



Si quieres llegar a lo más alto, con GRODAN conseguirás la mayor producción, conseguirás siempre los mejores precios, y trabajarás con el mejor equipo técnico. En GRODAN nos sentimos satisfechos de trabajar con los mejores agricultores del mundo.

Súbete a lo más alto.

grodan®

Ctra. N-340, km. 422 • Tel. 950 557 222
04738 VÍCAR
info@grodan.es • www.grodan.es



El melón lavado y cortado en envase grande, ya es una realidad en los puntos de venta, algo a lo hacía referencia Marita Cantwell.

Futuro

El futuro de los tipos de envases para producto lavado y cortado pasa por adaptarse a segmentos de mercado con interés poten-

Leslie Krasney, de Keller and Heckman LLP, explicó " cómo estar preparado para una auditoría de la FDA", Food and Druge Administration. No firmar los papeles que presenten los inspectores al cabo de su trabajo fue uno de los consejos.

cial. Uno de ellos es el de los colegios; su aprovechamiento requiere ir acompañado por un programa educativo.

Seth Goldsmith, de Dole, señala que hay un mercado potencial en la promoción de las combinaciones de hortalizas con proteínas (queso, jamones, huevos, etc.). Cuando se trata de platos precocinados o, en general, de preparados más elaborados, ante la pregunta de uno de los asistentes, deja claro que quienes sacan partido del valor de las comidas preparadas suelen ser los industriales de la proteína, quienes incorporan hortalizas como complemento. Pero, ¿qué impide que esta situación sea al revés?

Las tendencias en materiales de envasado contemplan opciones más respirables y más consistentes (con menos perforaciones), para que tengan las propiedades físicas que atraen al consumidor, como es el caso del brillo. El que





INVERNADEROS IMA
INDUSTRIAS METÁLICAS AGRÍCOLAS, S.A.
 Pol. Industrial Comarca 2 Tel: 948 184 117 • Fax: 948 184 668
 Calle F, nº 12 e-mail: ima@invernaderosima.com
 31191 BARBATAIN (Navarra) <http://www.invernaderosima.com>



sean más respirables abarca no solo a los plásticos flexibles; también se trabaja en materiales para bandejas que permitan el intercambio gaseoso.

La mayor consistencia también se investiga por el lado de lograr materiales que siendo más finos, tengan esta propiedad. A su vez, los más finos originarán menos residuos, otro aspecto buscado por el mercado.

El uso masivo de AM, atmósferas modificadas, permitirá traer materiales lavados y cortados a granel desde orígenes lejanos, como Sudáfrica, y acondicionarlos para el consumidor en sitios cercanos a los puntos de utilización.

Las opciones de envases resellables son algo para lo que el mercado también tiene espacio, siempre y cuando se logren precios que admita el negocio de la

Jerry Welcome y Alessandro Turatti, recibiendo su Presidents Award.

Jim Gorny y Ann Plotto, una de las ganadoras del Poster Session en la Expo de Phoenix.

IV gama (existen ya muchas propuestas de este tipo para la industria de los cárnicos y lácteos).

En maquinaria, se buscan equipos con mayores velocidades de trabajo y también que disminuyan las alturas de caída, procurando ayudar al mantenimiento de la calidad del producto –uno de los ponentes recordó que, al igual que ocurre en todas las fases de la poscosecha, el envase, como máximo "puede mantener la calidad, nunca mejorarla"–.

Otros temas

El programa de conferencias contempló la seguridad alimentaria, tanto en los aspectos que tienen que ver con la presencia de cuerpos extraños, como en lo que tiene que ver con residuos. Gurmail Mudahar, de Tanimura & Antle Inc., como introducción a su conferencia sobre estrategias para reducir el riesgo de aparición de objetos extraños indicó que la prevención permite que algo no llegue a problema, lo que significa –valgan las redundancias– me-

Alessandro Turatti, que lidera la Asociación Europea Fresh-cut, fue galardonado durante la entrega de premios de la feria de Phoenix.

nores problemas de salud, menores problemas financieros (asociados a las demandas de los damnificados) y mejorar la percepción de los consumidores (al evitar la publicidad negativa, algo que afecta no solo a la empresa directamente implicada sino a todas las del sector). Key Technologies y Raytec expusieron sus desarrollos tecnológicos en ese sentido.

Jim Gorny, en el análisis realizado sobre las herramientas existentes frente al bioterrorismo contó que de 18.000 inspecciones realizadas cuando se aplicó la ley al respecto en USA, en ninguna se detectó evidencias de manipulación de los alimentos en este sentido.

Sin embargo, sí se detectaron una serie de problemas que son indicativos de las principales carencias del sector: un 68% de etiquetado incorrecto; un 32% de los empleados carecen de un entrenamiento eficaz; y existe un 26% de fallos en el seguimiento de los procedimientos standard.

El uso masivo de AM, atmósferas modificadas, permitirá traer materiales lavados y cortados a granel desde orígenes lejanos, como Sudáfrica, y acondicionarlos para el consumidor en sitios cercanos a los puntos de utilización

Para saber más...

- IFPA, www.fresh-cuts.org

Descargue las revistas en Internet

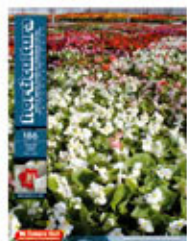
En formato PDF



Revistas on-line



Suscríbase a
Horticultura & Internacional y
BricoJardinería & Paisajismo



HORTICULTURA INTERNACIONAL N° 48 - MAYO 2005

Nuestra portada:

En este número de Horticultura, expertos del Instituto Agroforestal Mediterráneo de la UPV escriben sobre *Phytophthora ramorum*, un nuevo patógeno de plantas ornamentales y forestales que, desde 1995, es causante de una alta mortandad de especies ornamentales en California y Oregon.

La lista de hospedantes de este patógeno ha aumentado progresivamente y actualmente existe constancia de la presencia de este patógeno en EEUU, Canadá y diversos países europeos, como Alemania, Bélgica, Dinamarca, Eslovenia, España, Francia, Holanda, Irlanda, Italia, Noruega, Polonia, Reino Unido y Suecia.

CONTENIDOS DE LA REVISTA EN ADOBE PDF

(Puede descargar gratuitamente los contenidos resaltados en negrita)

- ▶ Sumario
- ▶ El más...

ARTÍCULOS Y SECCIONES

- ▶ Banquetas móviles: una revolución en el invernadero
Peter Van Weel
- ▶ ¿Qué hay de nuevo en ... lavado y cortado?
Alicia Namesny

INDUSTRIA HORTÍCOLA

- ▶ Juego varietal
- ▶ Apuntes sobre control biológico natural
- ▶ Plásticulture 2005: sexta edición de una segunda época
- ▶ Soluciones para la protección de cultivos

DISTRIBUCIÓN Y ALIMENTACIÓN

- ▶ Ejercicio y buena alimentación para un futuro mejor
- ▶ Lavado y Cortado

SOCIOECONOMÍA Y GESTIÓN

- ▶ Moasa ya es propiedad de Coarval
- ▶ Marketing

COMUNICACIÓN

- ▶ El campo de Cartagena sede de exposición global para el sector agrario
- ▶ Macfrut 2005 y los retos frente al nuevo panorama comercial internacional

- ▶ Índice de Anunciantes.

- Vea y trabaje con la revista antes de que salga de imprenta. "Olvidese de la dependencia del papel y correos".
- Suscríbase ahora y tendrá acceso a todos los números de esta revista desde Octubre del 2003.
- Mediante un sencillo menú puede navegar por el sumario de cada revista, leer, imprimir y archivar en su ordenador los artículos que desee.
- Al suscribirse Ud. forma parte de los miles de asociados a la Plataforma Horticom. Le proporcionaremos una cuenta de acceso con "nombre de usuario" y "contraseña" para visitar todos los contenidos del portal
- Consulte las ventajas de los Socios de Horticom en:
www.horticom.com/empresas/asociados.php



horticultura
& INTERNACIONAL

SUSCRÍBASE

www.horticom.com/revistasonline

anual **60** €