

¿A granel o en cajas?

“ Desde hace varios años viene observándose un importante incremento en la llegada de fruta en grandes envases («bins» o «palots») a los mercados de Europa.

Evitar embalajes y mano de obra en el empaque, no caben dudas, es una forma de hacer frente a los precios, cada vez más deprimidos, de los mercados tradicionales. Otra razón que apoya la nueva tendencia, es la de dar salida, con menor manipulación y costo de embalajes, a los productos agrícolas que no alcanzan la categoría y precio de los de primera calidad. Para el productor/exportador, las diferencias entre fruta de marca y granel, ya no quedan limitadas a la calidad del producto (calibre, uniformidad, color...), también al costo de manejo y presentación.

El resultado de esta nueva tendencia supone, en primer lugar, un buen complemento al comprador final, con una mayor gama en la relación calidad/precio donde escoger. Es, además, una ayuda estimable al productor, que ve ampliado el mercado de sus productos al abrirse nuevas posibilidades, fuera de las fronteras tradicionales. Y, tercero, un estímulo apreciable al exportador que llega a los mercados con un surtido más abierto de ofertas, ante un potencial de compradores finales más amplio.

El uso de estos grandes envases, lejos de anular la demanda de productos de alta calidad, se ha desarrollado en paralelo al de un sector agroalimentario donde la oferta de excelencia, con productos de marca, es alta y su presentación esmerada. En su vertiente de facilitar la manipulación, también dentro del producto de marca en unidades para el consumidor, la industria de los envases ha propuesto soluciones. Es el caso

“ Evitar embalajes y mano de obra en el empaque, es una forma de hacer frente a los precios, cada vez más deprimidos.”



La llegada de fruta en grandes envases es una realidad frecuente en los mercados europeos. En la fotografía, el «Hinbox Combi» paletizado de Rafael Hinojosa, S.A., un envase de gran tamaño fabricado en cartón ondulado.

“ Con el uso de bins se consiguen innegables ventajas (reducción de costos de manipulación y embalaje, posibilidad de envíos de calidades inferiores y frutas de menor tamaño, etc.) La no identificación a través de una marca es un factor importante, pues estas frutas son el reclamo de las grandes cadenas para hacer sus promociones.”

del «Hinbox» de la firma **Rafael Hinojosa S.A.** de España que, fabricado en cartón ondulado y a través de un diseño y decoración apropiados, es a la vez unidad de transporte y de exhibición. El consumidor puede tomar de él ya sea la malla conteniendo cítricos como la sandía, con su correspondiente etiqueta identificatoria, que desea llevarse a casa.

Las formas de distribución de alimentos, especialmente frutas y hortalizas, han experimentado cambios profundos en los últimos años. El desarrollo de grandes cadenas de supermercados, centros de distribución, etc., que han concentrado la demanda, han provocado unos cambios significativos en la logística de distribución de productos.

Es obvio que los productos, colocados en un display a granel y sin el sofisticado embalaje de los de alta calidad, pierden su identificación de origen. Pero estas frutas y hortalizas que se ofrecen a menores precios, atienden a un sector del consumo, y, en el caso de naranjas, pomelos, limones, diversifican la oferta al ser utilizadas para zumos y bebidas refrescantes caseras.

Como señala la Ing. Agr. **Marta Bentancur** en la revista *Citrus*, algunas empresas han desarrollado formas de comercialización de la fruta suministrada a granel capaces de satisfacer de manera original la demanda por alimentos «naturales» de los consumidores. Mack Multiples Division, empresa inglesa pionera en el tema, envasa y prepara concentrados de jugos de fruta que luego distribuye a supermercados del Reino Unido, conjuntamente con fruta fresca. A su vez, abastece a grandes cadenas de hipermercados como Marks Spencer, Sainsbury, Tesco, Safeway, Asda y Gateway.

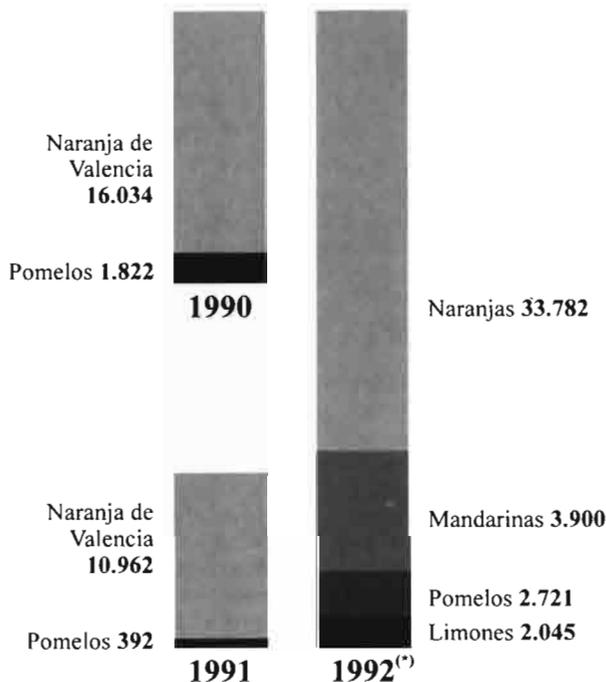
Probablemente fue Israel, allá por el año 87, quien dio comienzo a esta etapa de utilización de bins para la exportación de fruta. Pero otros países exportadores, entre los que se encuentran Chile, con manzanas y kiwis, o Uruguay, con cítricos, también se han

apuntado ya al empleo de este tipo de grandes recipientes. Los bins, poco a poco, irán adaptándose a las exigencias de las nuevas reglamentaciones, como la Ley Topfer de Alemania y otras que se están instrumentando en los países

identificación a través de una marca es un factor importante, pues estas frutas son el reclamo de las grandes cadenas para hacer sus promociones.

Sin embargo, no debe dejarse de lado el hecho indiscutible que sólo los productos de

Exportaciones de cítricos de Uruguay envasados en bins.



La exportación de frutas frescas a granel en bins (palots) es una modalidad que tiende a afianzarse. El gráfico lo muestra con las cifras referidas a las exportaciones de cítricos de Uruguay de las últimas tres campañas. En 1992 la gama varietal se amplió. A pomelos y naranjas Valencia se sumaron, para este tipo de envasado, Salustiana y Washington Navel entre las últimas. Además, se incorporaron los limones y las mandarinas (Satsuma en su gran mayoría, pero también pequeños volúmenes de Ellendale y Malaquina).

* Peso medio de los bin (kg neto): limones, 280; mandarina, 230; naranja, 350; pomelo, 320.

Fuente: Marta Bentancour, Revista Citrus, n° 21.

comunitarios. Ello en lo referente a materiales, tamaños y especificaciones para la retirada del mercado.

Admitido que con el uso de bins se consiguen innegables ventajas (reducción de costos de manipulación y embalaje, posibilidad de envíos de calidades inferiores y frutas de menor tamaño, etc.), no se debe olvidar que el producto obtiene un precio bajo. La no

marca tienen posibilidad de alcanzar buenos precios, asociados, como es lógico, a una calidad óptima. Por tanto, a pesar de la aparente contraposición de ambas formas de comercialización, cabe esperar su coexistencia. Satisfacen demandas de los consumidores igualmente válidas.™

ALICIA NAMESNY

¿Se amplía la gama de mandarinas tardías?

“ Durante el mayo pasado tuvieron lugar en Valencia las que se denominaron «Primeras Jornadas sobre la Problemática Citrícola». Organizadas por *Edipublic*, reunieron un importante número de profesionales del sector cítrico quienes, a través de ponencias y coloquios, tomaron el pulso al sector. Como es previsible en un producto en que la búsqueda de nichos de mercado es clave, el tema varietal fue uno de los que despertó mayor interés. Una de las ponencias, la de **Rafael Boronat Flores**, técnico de amplia experiencia en explotaciones cítricas, se refirió a las variedades existentes en Marruecos.

Entre las mandarinas cultivadas en ese país, la de introducción más reciente en cultivo, la «Afourier» presenta características a tener en cuenta. La principal de ellas, su época de maduración: es una mandarina tardía que, en el Hemisferio Norte, se recolecta de fines de marzo a principios de abril. Las primeras noticias de su existencia datan de 1989, si bien se trata de una variedad que muy probablemente ya ha sido introducida en América y Córcega. En la presente campaña se han obtenido los primeros frutos de plantaciones comerciales.

Su origen no se conoce exactamente. En Marruecos se la considera un híbrido natural de «Murcott Honey» x «Poncirus trifoliata», hecho que, como puntualizó **José Antonio Pina**, del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias de Moncada (IVIA), es incorrecta. Mientras las hojas son, como pudo observarse en las diapositivas mostradas por **Boronat**, sencillas, de tratarse de un híbrido de *P. trifoliata* deberían ser trifolioladas, debido a ser éste un carácter dominante. En opi-



nión del mencionado técnico del IVIA, se trata de una «Murcott» nucelar. La primera noticia de esta variedad fue bajo el nombre codificado del Institute Nationale pour la Recherche Agrarie (INRA), lo que induce a pensar que, efectivamente, se trata de un producto de los programas de mejora genética que lleva a cabo la estación experimental de Afourier de ese instituto, en Benimela.

Muy similar a la «Murcott» en cuanto a la piel, aunque con una coloración rojiza mucho más intensa, los frutos carecen de semillas, al menos en la plantación de que se tiene experiencia. Esta se encuentra en Marrakech, en una explotación frutícola de 70 hectáreas en que el único cítrico es esta mandarina. El pelado es fácil y el sabor, semeja el de «Page». La cantidad de zumo es abundante y el calibre, similar al de una Clementina mediana, en torno a 60-65. El color tiende a disminuir si la fruta se deja en el árbol, pero el contenido en zumo se ve poco afectado.

El árbol es vigoroso y no vecero, si bien la experiencia con que se cuenta es aún escasa (el árbol madre sólo tiene 7-8 años) para emitir un juicio definitivo. En resumen, una variedad a no perder de vista.™