



Actualidad y perspectivas

El envase y su circunstancia

Hace tiempo que se vaticina la gran expansión del envase para frutas y hortalizas, pero parece que no llega. ¿Se producirá realmente? ¿Cuál es la situación actual del envase?

"En un mercado cada vez más abierto e internacional no sería comprensible la comercialización de productos sin los envases y los embalajes". Con estas palabras empieza el informe de la pasada feria Hispack '95 de Barcelona. Si las aplicásemos al sector de la fruta y la hortaliza fresca, tendríamos que aceptar que se trata más de una declaración de intenciones que de un análisis de la situación real del mercado. Porque, aunque en el caso del embalaje (entorno que sirve para *proteger, manipular, almacenar y distribuir* los productos) exista efectivamente una conciencia generalizada de la necesidad del uso de cajas y recipientes de distintos materiales, en el caso del envase (envoltorio que sirve para *identificar y conservar* un pro-

ducto) dicha conciencia queda bastante alejada del concepto "necesidad".

Cualquiera puede observar que la venta a granel está aún firmemente asentada en la inmensa mayoría de los comercios. Y, a pesar de que el 65% de los envases consumidos son de productos alimentarios, la parte en esa cantidad que corresponde a frutas y hortalizas es todavía pequeña.

Eso quiere decir que es poco importante el papel que juegan estos productos en el volumen de negocio del sector del envase (unos 480.600 millones de pesetas, según Euromonitor Market Direction para 1993). Y, por otro lado, el consumo de fruta envasada queda, según datos de empresas de distribución, solamente para alrededor de un 15% del total de consumidores.

A pesar de que poco a poco, el envase va ganando terreno, especialmente en el caso de determinados productos (por ejemplo, las fresas), la venta de frutas y hortalizas a granel ocupa todavía la mayor parte del mercado.

Dos ideas

Dos ideas parecen evidenciarse al considerar este dato: primera, el envase para las frutas y las hortalizas tiene un largo camino por recorrer, aunque las perspectivas sean buenas. Segunda, que el consumidor español prefiere todavía mayoritariamente, la compra de frutas y verduras a granel, a ser posible elegida por él mismo.

Las impresiones de las personas que trabajan diariamente en este ámbito coinciden bastante con dichas ideas. Mayoristas y responsables de los departamentos de frutas y verduras frescas de diferentes empresas de distribución reconocen que el envase está todavía lejos de generalizarse; aunque, eso sí, tiene su público y éste va

Las frutas y hortalizas frescas tienen un peso poco relevante en los cerca de 481.000 millones de pesetas del negocio del envasado

ampliándose lentamente.

Para hacernos una idea de cuales son las posibilidades del envasado de frutas y verduras frescas, debieramos considerar la oferta de materiales. Los más corrientes son: la película plástica, por lo general acompañada de una bandeja de porexpan, las cajas o tarrinas fabricadas en compuestos plásticos de materiales barrera, la malla y la bolsa de papel (especialmente para las patatas y las cebollas).

Precisamente, en el caso de las patatas, que tradicionalmente se envasaban en malla, empieza a observarse ahora un ligero cambio de preferencias. Son varios los mayoristas consultados que apuntan este cambio.

Bolsas de papel

Por ejemplo, según Arcadi Bonet, mayorista de Mercabarna, "estamos observando una lenta expansión de las

Foto superior: Tomates envasados en cajita de plástico fabricada con materiales esterilizables para media y alta conservación. Foto inferior: una ventaja de la venta a granel es que permite al cliente elegir aquellos ejemplares que va a comprar.



bolsas de papel para envasar patatas. Ello encarece el producto, pero también mejora la presentación y la conservación. Aunque, claro, en esta última el factor decisivo es la calidad del producto envasado. Sea como fuere, y a pesar de que la venta a granel prevalece, la demanda de envasado va creciendo poco a poco y no sería extraño que alcanzase proporciones considerables. Sobre todo en el caso de las patatas y las cebollas".

El crecimiento del papel y la aparente recesión de la malla responden, sobre todo, a las peticiones del sector de la distribución. Gabriel Beltrán, jefe de Producto de Alcampo, explica que "uno de los inconvenientes de la malla es que se rompe fácilmente.

L a bolsa de papel está empezando a ganar terreno a la malla, especialmente en el ámbito de las patatas y las cebollas envasadas

Además, resulta sucia en las salas de venta. No obstante, presenta ventajas: es cómoda para el cliente ya que evita el pesaje del producto y facilita la compra rápida".

Este último es un factor decisivo en la venta de frutas y hortalizas frescas envasadas. "En los tiempos que corren", comenta el jefe de División de Frutas y Verduras de Mercadona, Juan Herrero, "hay que tener en cuenta que los dos soportes del núcleo familiar trabajan. Esto hace que el tiempo se convierta en un bien muy preciado, y que su ahorro sea fundamental. El envase siempre facilita la venta por el ahorro de tiempo que supone para el consumidor".

En cambio, Herrero no comparte la opinión de Beltrán sobre la malla: "No presenta inconveniente alguno. Es más, resulta una forma honesta y cómoda de presentar el producto, ya que

el consumidor puede ver en su interior desde cualquier perspectiva".

Perfil

El perfil del consumidor de frutas y verduras frescas envasadas viene determinado en gran medida, pues, por el factor tiempo: suele ser una persona con poder adquisitivo medio y medio/alto, de entre 25 y 45 años, casada y con trabajo (cuya pareja también trabaja), y que dispone de poco tiempo

para realizar las compras, concentrándolas sobre todo en el fin de semana. Por esa falta de tiempo y por la mayor capacidad de conservación de la fruta y la verdura envasada, está dispuesta a pagar el valor añadido que supone el envase.

El valor añadido es uno de los principales frenos a la generalización del envase. No son pocos los jefes de planta de grandes cadenas de distribución que se muestran convencidos de



Foto superior: la malla permite ver al cliente los productos que contiene desde todos los ángulos. Este material está bien consolidado en los sectores de la naranja y el limón. En cambio, en productos como la patata o la cebolla, la malla parece que pierde terreno en favor del papel. Foto inferior: La vistiosidad y la capacidad de conservación son las dos principales bazas del envase para frutas y hortalizas.

que "si los precios del producto al granel y del producto envasado fueran iguales, el consumidor compraría mucha más fruta y verdura envasada". Pero el precio no es el único factor que incide en la decisión de compra. Según el director comercial de

Perecederos de Caprabo, Salvador Carbó, "los principales inconvenientes del envase son su coste y el hecho de que el cliente no puede tocar el fruto en su totalidad. En las secciones de libre servicio, al cliente le gusta escoger sus piezas una por una", cosa que se logra fácilmente en los productos a granel.

Y hay todavía otras cuestiones a tener en cuenta: la principal, si hay expansión futura, ¿qué camino va a seguir? Y, por otro lado, ¿qué pasará con los residuos?

Santi Suárez-Baldris
Periodista

DIRECTORIO DE EMPRESAS DE ENVASADO

- **ANAPE, S.A.**
Hermosilla, 31, 2º, 28001 Madrid.
Tel.: 91-2753564.
Poliestireno expandido
- **BENITEX, S.A.**
Camino Perreira, s/n.
46830 Beniganim, Valencia.
Tel.: 96-3316906.
Tejidos-sacos de plástico, envases malla
- **BORDEN ESPAÑA, S.A.**
Apartado de correos 119 03570
Villajoyosa, Alicante.
Tel.: 965-855758-Fax: 965-861381.
Film de PVC para envasado
- **FEDEMCO**
Pr. Beltrán Báq. 4-203 46009
Valencia Tel. y Fax: 96-3485600.
Envases de madera
- **GIRO HNOS., S. A.**
Jaume Ribó, 44-58 08911
Badalona, Barcelona.
Tel.: 93-3841011-Fax: 93-3842764.
Mallas para embalaje, paletizado, sombreado, pedrisco.
- **INTERMAS, S.A.**
Goya,32 08440 Cardedeu,
Barcelona Tel.: 93-8425700
Fax: 93-8425701.
Mallas extruidas para embalajes
- **PLAFORM**
Pedro Teixeira, 8, 5º 28020 Madrid.
Tel.: 91-5555447 Fax: 91-5553739.
Envases de cartón
- **RAFAEL HINOJOSA, S.A.**
Ctra. Simat, s/n 46800 Jativa,
Valencia Tel.: 96-2275111
Fax: 96-2276046.
Cartón ondulado, cajas embalaje
- **SOPLARIL HISPANIA, S.A.**
Santander, 71 int. 08020
Barcelona Tel.: 93-3132800
Fax: 93-3143574. *Film plástico*
- **POLIESPOR**
Sarriera, 28 y Cortina, 12 08720
Vilafranca del Penedès, Barcelona
Tel.: 93-8902438-Fax: 93-8170447.
Poliestireno expandido y productos moldeados
- **SIDLAW PACKAGING P-PLUS**
Pz. San Juan de la Cruz, 7, 8º 11,
28003 Madrid.
Tel. y Fax: 91-5353516
- **ULTRA PAC, Inc.**
Edificio El Torreón Of. 12, 28223
Pozuelo de Alarcón, Madrid.
Tel.: 91-3511764 Fax: 91-3521809