

*Continente introdujo su propia marca hace seis años*

## La IV Gama demanda precios más atractivos

*Con la comercialización de ensaladas lavadas y cortadas, el grupo Continente busca, además del lógico beneficio, imagen frente a sus clientes y diferenciación respecto a otros detallistas de productos frescos*

### Sonsoles Osset

e-mail: [scosset@teleline.es](mailto:scosset@teleline.es)

El hipermercado Continente situado en Alcobendas, en Madrid, es uno de los hipermercados que más IV Gama comercializa en España. También es uno de los primeros hipermercados en ventas de los establecimientos que el grupo francés de distribución minorista tiene en España.

Este hipermercado llegó a comercializar hace unos años el 25% de todas las ventas de IV Gama de Continente. El secreto de este éxito se debe fundamentalmente al tipo de público que compra en el área de influencia de Alcobendas.

La comercialización de ensaladas lavadas y cortadas en este Continente constituye casi el 4% de las ventas de la sección de frutas y verduras, porcentaje que cada vez va teniendo menos

importancia. Ahora, aunque las ventas hayan aumentado, la proporción es bastante inferior puesto que el producto está disponible en todos los establecimientos del grupo, salvo en los Cash & Carry denominado Punto Cash.

Sobre todo durante el verano, existe un gran consumo en aquellos hipermercados situados cerca de las áreas turísticas, debido a la afluencia de personas de otros países más aficionados que los españoles a estos productos.

Según los datos del Grupo Continente, el crecimiento del consumo de productos de IV Gama se estima en torno al 1% de sus ventas. Se están registrando unos crecimientos del 48% en número de unidades y el 39% en pesetas a nivel del grupo, crecimientos que son importantes.

En la comercialización de los productos cortados y lavados, además del lógico beneficio, esta cadena de distribución detallista busca imagen frente a sus clientes. El disponer de espacio y

de lineales y la posibilidad de refrigerarlos le permite conseguir una diferenciación respecto a otros establecimientos y ofrecer una imagen de especialistas.

Una buena razón para que la sección de frutas y hortalizas de este hipermercado, actualmente de 500m<sup>2</sup>, vaya a ampliarse y renovarse. El lineal de verduras lavadas y cortadas, de 6 metros, pasará a tener próximamente 15.

### Con marca propia

La IV Gama con marca Continente es la más antigua de todas las marcas propias que comercializa el grupo. Se introdujo en 1993 y luego estuvo un periodo de dos años sin utilizarse. En ello influyó el precio del producto, al conseguir mejores condiciones trabajando con la marca del proveedor.

La insistencia de los proveedores franceses por entrar en el mercado consiguió que Continente se decidiera por la marca propia, para ver si este hueco se podía cubrir, volviéndose a introducir ésta en diciembre de 1998. Tanto en

**L**a comercialización de ensaladas lavadas y cortadas en Continente de Alcobendas, Madrid, constituye casi el 4% de las ventas de la sección de frutas y verduras

un caso como en otro la demanda de Continente era y es la del servicio. Actualmente la IV Gama con marca propia está implantada en los 56 hipermercados y en todos los supermercados Champion pertenecientes al grupo.

### Surtido y precio

La variedad de surtido ha aumentado mucho en los últimos años. En la primera experiencia de comercialización con marca propia existían siete referencias, cuando actualmente hay más del doble. A mayor número de referencias, mayores ventas. De toda esta oferta al cliente cada vez le gustan más las mezclas de ensaladas.

*La reposición del producto se realiza de dos a tres veces al día según el proveedor.*





El gran número de referencias es resultado del trabajo conjunto de Continente y sus proveedores, trabajo que va aportando novedades con dinamismo. La oferta se mantiene invariable durante, prácticamente, todo el año.

Esta amplitud de surtido no es tan fácil de introducir en hipermercados del grupo ubicados en otras zonas.

La comunicación con el cliente, principalmente a través de los folletos que se editan quincenalmente, siempre incluye alguno de los productos lavados y cortados, lo que permite conseguir una notoriedad alta y animar las

**L**as ventas de verduras lavadas y cortadas se estiman en torno al 1% del total de ventas de frutas y hortalizas de grupo Continente, y han experimentado un incremento del 39% en valor

ventas mediante alguna oferta. El crecimiento débil del consumo se relaciona más con los precios que con el poco conocimiento del producto por parte del cliente. Cuando un producto se pone en oferta, se triplican las ventas.

Durante una visita a este establecimiento le pedimos consejo a una clienta sobre la calidad y garantía de las ensaladas lavadas y cortadas. Nos asegura con

**Arriba: El lineal de IV gama de Continente en Alcobendas, de 6 metros, próximamente se va ampliar al doble.**

**Derecha: La presentación más aceptada es la del producto envasado en bolsas.**

rotundidad: «Son muy buenas, vienen bien lavadas y son muy cómodas. Lo único, un poco caras.» Sin embargo, según los responsables de Continente, no está tan claro que la pereza del consumo de IV Gama se pueda achacar sólo al precio.

Cada bolsa se emplea para unas dos personas aproximadamente. Las referencias más tradicionales son las bolsas de espinacas y las acelgas. Estas, junto con la ensalada cuatro estaciones, son los productos que más se venden en el grupo, ya que son las más económicas.

La IV Gama está revolucionado incluso los hábitos de compra de los consumidores. Por ejemplo, los manojos frescos de espinacas prácticamente no se venden en Continente, ya que el consumidor prefiere comprar las espinacas congeladas o las lavadas y cortadas.

### **Calidad, presentación e información**

Continente presenta su marca propia en bolsas y tarrinas de plástico herméticamente cerradas (las principales referencias se recogen en el cuadro de la derecha). Las primeras tienen más aceptación que las segundas, que fueron introducidas con posterioridad pero el precio influye en esta preferencia.

El grupo ha conseguido incrementar las ventas de bolsas de forma significativa respecto a las de los últimos años y este año espera que la IV Gama alcance el mítico 1% de sus ventas, lo que es todo un éxito para la empresa.

La caducidad de estos productos es de siete a nueve días. Al presentarse envasados quizá, para algunas personas, parece que son más artificiales, pero se ofrecen totalmente frescos.

**E**l crecimiento del consumo se relaciona más con el precio que con el poco conocimiento del producto por parte del consumidor, que reacciona muy bien ante las ofertas

El departamento de calidad de Continente, actúa con laboratorios externos, pero los proveedores, grandes fabricantes de IV Gama, tienen sus equipos de calidad y son los responsables de la misma.

La información que contiene el envase para el consumidor es muy completa. Las explicaciones son claras en cuanto tipo de producto, lote, fecha



de caducidad, proceso de calidad en la fabricación, formas de preparación y posibles reclamaciones.

Gracias a la completa información que ofrece del envase el cliente sabe que compra un producto listo para consumir, sin aditivos ni conservantes, que se mantiene en una atmósfera protectora que lo conserva y con total higiene ya que el proceso de lavado y envasado es riguroso.

“La calidad de lo natural”, eslogan que aparece en la etiqueta, resume al cliente la característica principal que Continente quiere destacar, la frescura del producto, y aún le hace más atractiva la compra.

### Proveedores

Los grandes proveedores de Continente, Tallo Verde y Vega Mayor, están atentos a la aceptación de los productos y mantienen un compromiso continuado de suministro, calidad y servicio.

Además, son los responsables directos de la reposición de los productos en el lineal. Esta reposición es realizada dos y tres veces al día, según el proveedor, lo que exige disponer de personal.

Las pérdidas por deterioro del producto cada vez son menores gracias al dinamismo de la venta, pero varían en función del comportamiento del consumo según el establecimiento.

*En Estados Unidos la industria del «lavar y cortar» está experimentando un crecimiento espectacular.*

*Incluso existe una revista especializada en el tema. Su título es "Fresh&Cut" (<http://www.freshcut.com>).*

*En Holanda el semanario Vakblad dedica varias portadas al año al lavado y cortado de frutas y hortalizas.*



## Referencias de Continente

- **Ensalada Cuatro Estaciones**  
Presentación: bolsa de 250 gr.  
Composición: lechuga Iceberg, zanahoria, col lombarda.
- **Ensalada Vega**  
Presentación: bolsa 250 gr.  
Comp.: escarola lisa y rizada, radiccio.
- **Mezcla del Gourmet**  
Presentación: bolsa 200 gr.  
Comp.: escarola fina rizada, canónigo, achicoria roja.
- **Ensalada de la Huerta**  
Presentación: tarrina de 200 gr.  
Comp: escarola lisa y rizada, radiccio, zanahoria, tomate cherry, maíz dulce, canónigos.
- **Ensalada del Rocío**  
Presentación: tarrina de 175 gr.  
Comp.: escarola fina rizada, zanahoria, pimiento verde, cebollas y aceitunas.
- **Ensalada del Gourmet**  
Presentación: tarrina de 150 gr.  
Comp.: escarola rizada, maíz, canónigo y pimiento verde.
- **Ensalada de Verano**  
Presentación: tarrina 150 gr.  
Comp.: escarola francesa, escarola fina rizada, achicoria roja, zanahoria y tomate cherry.
- **Mezcla apio zanahoria**  
Presentación: bolsa 250 gr.
- **Zanahorias ralladas**  
Presentación: bolsa 250 gr.
- **Acelgas**  
Presentación: bolsa 300 gr.
- **Espinacas**  
Presentación: bolsa 300 gr.
- **Canónigo**  
Presentación: bolsa 125 gr.
- **Berros**  
Presentación: bolsa 125 gr.
- **Sopa Juliana**  
Presentación: bolsa 400 gr.



*De la batería del coche, al pan de molde y de ahí a las bolsas de ensalada lista para comer. Un carro singularmente masculino.*

Cada proveedor suministra ocho referencias y si cumple con el volumen pactado, puede comercializar también su propia marca, según el acuerdo que mantiene con Continente.

Por otra parte, cada vez hay más empresas proveedoras que intentan entrar en este segmento del mercado. Respecto a ellas Continente actúa con total transparencia.

La existencia de mayor competencia entre proveedores de IV Gama es un factor que favorece el crecimiento de los grandes de la distribución minorista, que en general, tienen marcado un listón de ventas más alto y el objetivo de ofrecer precios más atractivos.

**L**a mayor competencia entre proveedores favorece a los grandes de la distribución detallista cuyo objetivo es aumentar ventas y ofrecer precios atractivos, además de diferenciarse de otros establecimientos detallistas de producto en fresco

## Cuadro Resumen de IV Gama

*Frutas y hortalizas procesadas para aumentar su funcionalidad sin cambiar de forma apreciable sus propiedades originales de textura, sabor y aroma.*

En la actualidad los productos de la IV gama que pueden encontrarse en el mercado español se limitan fundamentalmente a hortalizas de hoja (lechuga, espinacas, acelgas, etc.), zanahoria y mezclas para ensaladas. Sin embargo, también podemos encontrar cada día con mayor frecuencia patatas frescas cortadas, hierbas frescas, maché, etc.

Aunque en España, e incluso en Europa el desarrollo de frutas de la IV gama es menor, en Estados Unidos es posible encontrar manzana, naranja y piña.

El procesado del producto incluye una serie de operaciones que varían en función del producto y presentación del mismo.

En general se incluye: acondicionamiento previo al procesado (por ejemplo pre-enfriamiento), limpieza (eliminación de hojas, tallos, tierra, etc.), pelado y/o corte del tejido, higienización del tejido cortado (tratamientos y enjuague del tejido), escurrido o centrifugado (u otros sistemas específicos de eliminación del agua residual), envasado en atmósfera modificada (activa o pasiva) y distribución y venta del producto en cadena de frío.

Los productos de la cuarta IV gama, llevan implícito su envasado en atmósfera modificada con película plástica, barqueta o tarrina. Deberán llevar una etiqueta con la marca y la fecha de caducidad.

Al no existir disposiciones legales específicas relativas a etiquetado aplicables a los productos IV Gama, se tendrán en cuenta las disposiciones aplicables a productos alimenticios en general (Real Decreto 212/1992, y modificaciones según Real Decreto 930/1995 y 1980/1995).

### Información obligatoria del etiquetado:

-Denominación de venta del producto. Nombre consagrado por el uso en España o una descripción del producto alimenticio.

-Lista de ingredientes (en el caso de las ensaladas), estará constituida por la mención de todos los ingredientes en

orden decreciente de sus masas.

-Cantidad neta (unidades de masa, kilogramo o gramo).

-Fecha de duración mínima ("Consumir preferentemente antes del...") o fecha de caducidad, debe incluir día y mes.

-Condiciones especiales de conservación. Ej: conservarse en frigorífico, conservar entre +1 y +4 °C, conservar por debajo de 6°C.

-Identificación de la empresa, mediante nombre, razón social o denominación del fabricante, y en todo caso su domicilio.

- Información facultativa del etiquetado: la información de etiquetado de productos alimenticios podrá presentar cualquier material adicional escrita, gráfica, impresa, siempre que no esté en contradicción con la norma general.

-Etiquetado sobre propiedades nutritivas del producto. Valor energético y nutrientes que contiene (Real Decreto 930/1992. Normas de etiquetado de propiedades nutritivas).

¿Cómo detectar el buen o mal estado de los productos de la IV gama? El rechazo de un producto de la IV gama puede venir dado por:

-Pérdida de calidad visual y sensorial sin que exista contaminación microbiana (pardeamientos, olores y sabores extraños, decoloración, marchitamiento, etc.).

-Contaminación microbiana, aunque visualmente y a nivel sensorial el producto parezca aceptable (en este caso es necesario realizar análisis para detectar la contaminación).

-Cuando existen ambas, la contaminación microbiana y síntomas visibles de que el producto está deteriorado (generalmente tejido con síntomas de aspecto podrido).

Algunas de las alteraciones más frecuentes en los productos de la IV Gama, causantes de la pérdida de calidad son:

- Olores extraños al producto: ácido, cerrado, cloro.

- Pardeamiento de la zona de corte, generalmente unida a deshidratación.

- Decoloración del producto (por ejemplo en zanahoria debida a presencia de lignina).

- Defecto de pelado, ennegrecimiento de las zonas con restos de piel durante la comercialización del producto.

- Presencia de piezas mal cortadas o de dimensiones inadecuadas.

- Producto o trozos de producto marchito, blando y/o húmedo.

- Deshidratación de bordes y/o zonas de corte.

- Pardeado por envejecimiento del tejido.

- Presencia de podredumbre visual o contaminación evidente.

Aunque la contaminación microbiana de los productos de la IV gama, al igual que en el resto de alimentos, no puede ser observada a simple vista en la mayor parte de los casos. Sin embargo, si que mediante una inspección visual del producto, podemos detectar si existe alguna pérdida de calidad en el mismo. Para ello recomendamos seguir las instrucciones siguientes:

1. Comprobar que los productos se hallan refrigerados en el expositor.

2. Comprobar la fecha de caducidad. Si el producto no va a ser consumido inmediatamente, conviene seleccionar aquellas unidades a las que les falten al menos 3 días antes de la fecha de caducidad recogida en el envase.

3. El envase debe presentar una apariencia aceptable, sin daños o perforaciones y limpio. No debe aparecer anormalmente hinchado, puesto que ello podría ser síntoma de fermentación/ alteración del producto.

4. Observación del producto a través del envase. Debe presentar las características siguientes:

Si es una verdura de hoja (espinacas, lechuga, acelga, etc.) las hojas deben estar turgentes, sin marchitamiento y sin síntomas de pardeamientos.

El tejido en el interior debe estar seco (únicamente en el caso de las espinacas se observa a veces una cantidad de gotas adheridas a las paredes internas del envase debido a su elevada transpiración que se acepta de manera normal).

En el caso de las hierbas frescas, no debe aparecer amarilleamiento de los extremos ni marchitamiento o zonas deshidratadas.

Si se trata de zanahoria rallada, comprobar que no aparecen restos de piel (generalmente se muestran como bordes oscuros en los extremos de las tiras), el tejido no debe presentar humedad y el color debe ser uniforme. Una cierta decoloración (tejido blanquecino) o tejido oscurecido normalmente advierte de una pérdida de calidad del producto.

En el caso de las ensaladas, debido a la mezcla de ingredientes suele ser algo más difícil su observación, por lo que se aconseja la observación de los trozos de tejido verde (lechuga, canónigos,...) siguiendo las indicaciones ya comentadas.

Pero, ¿cómo mantener la calidad del producto si no va a ser consumido inmediatamente?

Una vez adquirido, se aconseja seguir las recomendaciones siguientes:

1. Mantener en refrigeración hasta el momento de consumo.

2. A la apertura del envase, oler el producto. Únicamente en caso de que se detecten olores intensos a cerrado, ácidos (en el caso de zanahoria) u olores extraños al producto, éste deberá ser rechazado.

Un cierto olor a cerrado puede ser normal, y pasados unos segundos de la apertura de la bolsa puede desaparecer dejando en su lugar el olor característico del producto.

El aspecto del producto una vez abierta la bolsa debe de ser fresco, sin la presencia de pardeamientos o alteración del color. Si en alguno de los tejidos se observase podredumbre, el producto será rechazado.

3. Si el contenido de la bolsa no va a consumirse totalmente, reservar el sobrante en la misma bolsa y cerrarlo para impedir la entrada de aire. Introducir el producto lo más rápidamente posible en la nevera.

En este caso, la fecha de caducidad ha dejado de ser válida, por lo que se aconseja consumir el producto sobrante antes de su vencimiento definitivo.

4. En caso de observar alteraciones en el producto que den lugar a rechazo o una falta de calidad apreciable en el sabor del producto, es conveniente ponerlo en conocimiento del establecimiento donde se ha realizado la compra o incluso ponerse en contacto con el fabricante. La información que aportan los consumidores puede ser muy valiosa a la hora de mejorar el proceso de elaboración de estos productos.

Los productos de la IV gama son productos frescos y de fácil consumo. Deben presentar una buena calidad y unas condiciones de manipulación que ayuden a preservar la calidad nutritiva que poseen para enriquecer nuestra dieta.

#### Sugerencias al fabricante:

-Estudiar la efectividad de los tratamientos de higienización.

-Establecer márgenes de caducidad en función de la calidad del producto.

-Estudiar el tipo de flora presente en los análisis microbiológicos.

Milagros Mateo  
mmateos@ainia.es

## Una apuesta por el consumo

Hoy muchos consumidores españoles están dispuestos a pagar más por alimentos que ofrecen nuevas presentaciones y aportan comodidad en su preparación. Estos consumidores ya tienen a su alcance en la IV Gama de surtido, por lo que ofrecer precios más competitivos parece la principal vía de dinamizar el consumo.

En Francia la IV Gama representa el 6% del consumo de frutas y hortalizas. El techo de consumo en España todavía está lejos. La apuesta de Continente tiene su razón de ser y pensamos que va a mantenerla hasta que consiga el pleno posicionamiento del producto.

**Para saber más...**



- Ofertas de IV gama. Productos ligeramente procesados. Redacción: Horticultura Internacional, 15.

- La IV Gama. I parte. Carbonell Aguilar, Xavier: Horticultura, 56.

- La IV Gama. II parte. Carbonell Aguilar, Xavier: Horticultura, 57.

- La IV Gama en España. Carbonell Aguilar, Xavier: Horticultura, 59.

- IV Gama. Producción, distribución y comercialización. López Flamarique, Luis María: Horticultura, 77.

- La experiencia estadounidense. IV Gama. Namesny, Alicia: Horticultura, 88.

- Los productos de cuarta gama en Estados Unidos. López, Gloria y Cantwell, María: Horticultura, 117.

- Informe extra: posrecolección. Redacción: Horticultura, 111.