

ÉRICA BIEL / Directora de Innovación de Sanifruit

“El sector demanda soluciones más eficaces, pero con el mínimo de materias activas”

Sanifruit trabaja desde hace décadas en el tratamiento postcosecha con el objetivo de conseguir una fruta protegida y sin residuos. Los cítricos siempre han estado en su foco principal y Érica Biel comenta cómo evolucionan las demandas del sector y la importancia que tiene la innovación para dar respuesta a una sociedad que apuesta por productos bio y con la sostenibilidad y la salud como meta.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. ¿En qué líneas está trabajando Sanifruit para el tratamiento de cítricos?

Érica Biel. Desde hace ya muchos años, por no decir desde el inicio de la empresa, buscamos alargar la vida postcosecha de los cítricos sobre todo en la etapa de desverdizado. Esto es lo que más preocupa a los clientes y donde mayores mermas generalmente se producen. Asimismo, también continuamos ampliando nuestro portafolio de soluciones en la línea de recubrimientos bio/vegano y en la desinfección y mantenimiento de los caldos recirculantes.

VF. ¿Qué está demandando el sector en los últimos años?

EB. El sector demanda cada vez más soluciones más eficaces, pero con el mínimo de materias activas. Y últimamente también se está hablando mucho de etiqueta limpia o green label, en la cual los clientes quieren que no aparezca ningún tipo de número E ni similar.

VF. ¿Consideran que la protección sin residuos es el futuro?

EB. Estamos convencidos de ello y es por lo que nuestra empresa sigue destinando más de un 30% de su presupuesto a innovación. Estamos comprometidos con alargar la vida postcosecha de los cítricos de cualquier lugar del mundo con productos naturales, que respeten el medioambiente y, por supuesto, la salud de los consumidores.

VF. ¿Qué importancia tiene el I+D+i en Sanifruit?

EB. La innovación es clave para conseguir hacer lo que no hace nadie más, alargar la vida postcosecha de los cítricos con productos no utilizados antes, novedosos, que además aportan valor a la fruta y consiguen mantener más tiempo su vida comercial y utilizando los medios más naturales como extractos vegetales de grado alimentario.

Además, no podemos olvidar que en muchas ocasiones los resultados son iguales o mejores a los obtenidos con la postcosecha



Biel explica las demandas del sector en el ámbito de la postcosecha. / ARCHIVO

tradicional. Bueno, la verdad es que siempre son mejores, porque los cítricos tratados con nuestras soluciones son más saludables.

VF. ¿A qué riesgos se enfrentan los cítricos en la fase postcosecha?

EB. Los riesgos principales son las pérdidas por podredum-

bres postcosecha y por falta de calidad generalmente consecuencia de los daños por frío y de las deshidrataciones en momentos determinados.

En cuanto a los cambios, cambios hay, claro, la sociedad cambia y, por tanto, debemos adaptarnos a poder producir de

manera más sostenible y saludable, unido a ello está la creciente demanda de productos bio y de cítricos con recubrimientos comestibles.

Por otro lado, el constante uso de ciertas materias activas, unido a la reducción de estas ha generado problemas de resistencias por parte de los hongos que en muchos casos están aumentando de manera exponencial las mermas por podredumbres en ciertos momentos de la campaña, lo que supone cambios de estrategia y búsqueda de nuevos sistemas y herramientas para aumentar la rentabilidad de nuestros clientes.

VF. ¿Los tratamientos postcosecha adaptados a los requisitos de la producción ecológica pueden facilitar que estos cítricos puedan realizar largos trayectos?

EB. Como todos sabemos, el éxito o fracaso del envío de fruta a destinos lejanos depende de muchos factores, siendo el principal la calidad de la fruta y la gestión de esta, pero también tenemos claro que el 98% del mercado ecológico o más es el europeo, y en estos destinos de 7-10 días de viaje, sí tenemos mucha experiencia y éxitos acumulados.

VF. ¿Hacia dónde se dirige Sanifruit en su línea de cítricos?

EB. A ser la mejor solución para alargar la vida postcosecha de los cítricos tanto a nivel sin residuos como bio y además lo tenemos siempre en nuestros objetivos departamentales y empresariales. Y a seguir ayudando al sector a adaptarse a los cambios, a conseguir fruta que disfrute por más tiempo de una buena calidad, con productos respetuosos y a mejorar sus soluciones para apoyar en la línea bio, largos viajes y a combatir las resistencias.

“El impuesto al plástico acentúa el cambio hacia envases más sostenibles”

Víctor Fernández, responsable comercial de Pampols Packaging Integral, comenta la tendencia del uso de materiales más sostenibles y analiza la campaña de cítricos

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Es pronto para hacer un balance de las repercusiones que está teniendo en el sector del packaging alimentario el impuesto al plástico, que emerge de la ley 7/22 de Residuos y Suelos Contaminados para una economía circular. “La entrada en vigor del impuesto todavía crea incertidumbre en el sector, pero ha acentuado el interés hacia envases hechos a base de plásticos reciclados (que no tributan), de gramajes más bajos o fabricados con cartón o con materiales biodegradables”, declara Víctor Fernández, comercial del sector hortofrutícola de Pampols Packaging Integral. Son alternativas que ayudan a esquivar el nuevo impuesto al plástico.

Fernández detalla que la tendencia de los últimos años ya marcaba una apuesta por envases más sostenibles y que minimicen el impacto medioambiental. “Al final los clientes buscan envases para cítricos, o para cualquier

“Los clientes buscan envases que sean atractivos, baratos, reciclables y ecológicos”

alimento, que sean atractivos, baratos, reciclables y ecológicos”, y añade que “clientes que antes utilizaban cestas de PET, ahora optan por cestas rPET o por mallas biodegradables”.

Otros productos muy utilizados son los alveolos de celulosa o las bandejas kraft, “que permiten una personalización total del envase. El abanico de soluciones de envasado que ofrecemos es muy amplio, en función de las características que busque el cliente y el presupuesto que quiera destinar al envase”.

Además, desde el año pasado, Pampols cuenta con la certificación FSC®. Este sello garantiza que todos los envases de cartón

que comercializan proceden de bosques gestionados de forma sostenible.

“Es un valor añadido que ofrecemos a nuestros clientes que, junto con las certificaciones BCR e ISO, que garantizan que les proporcionamos soluciones de packaging de calidad”, resalta Víctor Fernández.

■ CAMPAÑA DE CÍTRICOS

Lamentablemente, la campaña de cítricos que está a punto de finalizar “ha sido floja, la producción ha sido de las más bajas de la última década”, apunta Fernández, según datos del Ministerio de Agricultura. Entre los factores que han influido destacan las adversas condiciones climáticas, el conflicto bélico en Ucrania y la crisis de los precios, acentuada por la sobreoferta de las importaciones de fuera de la UE a precios muy bajos.

Fernández relata que “confiamos que la próxima campaña sea



Víctor Fernández, responsable comercial de Pampols Packaging Integral. / 00

mejor, el sector se lo merece y la citricultura es un motor económico de referencia en el país”, y subraya que “desde Pampols continuaremos apostando por incorporar soluciones de packaging innovadoras, sostenibles y respetuosas con el medioambiente”.

Durante la campaña de cítricos, Pampols ha instalado varios equipos de cierre para bandejas de cartón con solapas (la máquina Elephant de nuestro partner RevPackaging), que puede llegar

a cerrar hasta 340 bandejas por minuto. “Este equipo está funcionando muy bien, los clientes están satisfechos porque al automatizar el proceso de cierre se consigue una notable optimización del tiempo de envasado”, enfatiza Víctor Fernández. Añade que en este 2023 se marcan como objetivo ayudar a cooperativas y almacenes hortofrutícolas a instalar módulos de pesado, llenado, cierre y marcaje que les permitan optimizar sus costes.