

Curso Tecnología Poscosecha de cítricos y otros cultivos en la Comunidad Valenciana

Del 25 de enero al 2 de marzo de 2018



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



La gente quiere más vegetal y menos carne El desperdicio alimentario y la poscosecha

BLOQUE I.

Generalidades sobre tecnología poscosecha de frutas y hortalizas

I.1. Introducción al curso y pérdidas poscosecha

Pere Papasseit i Totosaus

ppt@ediho.es

Índice

	Pág.
1. Introducción Curso Poscosecha – 2018	3
2. La poscosecha trata de “mejor alimentación y menos desperdicio”	4
3. El comercio de frutas y verduras protagonista de la nueva alimentación	5
4. La alimentación ha cambiado. La horticultura del futuro	5
5. Versión del futuro. ¿Hacia dónde vamos? Mirar a 2030-2050	8
6. Informaciones relacionadas	10

Patrocinan



Organizan



1. Introducción Curso Poscosecha – 2018

Pere Papasseit

SPE3

Una forma de ver la poscosecha es creer en una Horticultura como parte muy destacable de las categorías de la Alimentación. Como dice Lars Wallentin, un ex vicepresidente de Nestlé, para ser un actor líder en las tiendas hay que mirar a los de al lado, y en la tienda hay cárnicos, lácteos, panadería, bebidas...

Sobre la horticultura española en la página web HorticulturaBlog, hay esta cita:

“El principal valor de los españoles como exportadores de frutas es (...) somos un país de productores que tiene una población con un consumo per cápita de 250 kilos / persona / año de frutas y verduras”

Paco Borrás

Anecoop Advisor

En la sociedad actual los cambios son rapidísimos y los analizadores del futuro aseguran que más de la mitad de las profesiones y actividades económicas venideras tendrán nuevas habilidades, habrá nuevos negocios...

En el siglo pasado los productores y sus organizaciones tenían como objetivo principal la cantidad, en frutas y verduras, la visión era el volumen de exportaciones. Más camiones más ganancias. Hoy saben que el beneficio está en cada caja. Hay que mirar la caja; y el volumen y los costes también importan.

2. La poscosecha trata de “mejor alimentación y menos desperdicio”

- El desperdicio de frutas y verduras alcanza entre el 40% y el 55% del total de la cosecha mundial
- El desperdicio de alimentos es un problema global. Cuando se tiene en cuenta que el malbaratamiento se produce en la producción de la cosecha, el manipulado y el almacenamiento, durante el transporte y la llegada al punto de venta y al hogar del consumidor. El desperdicio de frutas y verduras alcanza entre el 40% y el 55% del total en el mundo
- En los países en desarrollo la comida no se tira de forma intencionada sino como consecuencia de deficiencias financieras, limitaciones técnicas o de infraestructuras en la fase inicial de la poscosecha de la cadena de suministro
- En frutas y hortalizas, ¿cuál es la responsabilidad de los productores que facilitan un comercio en donde abundan los graneles y la falta de informaciones sobre la calidad en estos alimentos?
- En los países desarrollados, la mayor parte del porcentaje del desperdicio se da en las neveras de los hogares y en los puntos de venta. En el canal Horeca se tira a la basura el 14% de la comida y en los hogares el 42%
- Los hogares españoles desechan al año, 1.325 millones de kilos de comida; 76 kilos de alimentos por persona y año
- Entre los hogares que desechan alimentos, el 66,6% desperdicia frutas, el 48,6% pan fresco y el 35,6% verduras

3. El comercio de frutas y verduras protagonista de la nueva alimentación

En la cadena de suministro de los alimentos hortícolas, estamos en una etapa de transición, el protagonista ya no es la producción del alimento, sino que es la poscosecha y los conocimientos de la poscosecha, ¿encontraremos modelos de negocios alternativos a los actuales para la transición de frutas y verduras del huerto a la mesa?

En la Horticultura estamos de enhorabuena y estamos de acuerdo:

- La gente quiere más vegetal y menos carne

La mitad de la población mundial tiene disfunciones alimentarias: mil millones de personas pasan hambre, dos mil millones tienen insuficiencias vitamínicas en su dieta, y el resto tiene obesidad o sobrepeso.

El principal argumento de compra de un alimento, según manifiestan los compradores de las tiendas en las encuestas, es el aspecto saludable.

“Todos queremos una comida sabrosa, sana y diversa. En seguir a la ciencia y el conocimiento está el futuro”

Luise O. Fresco

(Autora de ‘Hamburgers in Paradise’ y presidenta de la Universidad de Wageningen)

4. La alimentación ha cambiado. La horticultura del futuro

En los modelos de tiendas de alimentación hay cambios... y en los conceptos de mejor calidad y del *fresh for longer*, también. (ver la clase de este curso: Todo lo que pasa en el campo hasta el lineal). La mayor parte de “organizaciones de productores” de frutas y hortalizas europeos quieren vender en los supermercados.

En Internet hay muchos casos de análisis sobre los modelos de tiendas dónde vender alimentos. Hay ejemplos diferentes, vean éstos:

Torrans Vicens/ Casa Ametller y SuperVerd/ Starbucks/ Mercadona y el modelo LIDI (el diskount y siempre precios bajos, ya vale menos)/ Panaria/ la cooperativa Guissona y las tiendas bonArea, etc

En las casas ¿cuáles son los hábitos de los consumidores? En las tiendas de muebles las cocinas de diseño son algo fantástico. La gente que las compra es ¿por qué se mueren de ganas de cocinar? NO, son gente que se creen creativos, quieren hacer maravillas en su cocina y comidas de alta gastronomía, quieren emular a los chefs mediáticos... para ello, estos modelos de consumidores necesitarán “alimentos distintos”. La pregunta que debemos hacernos es, ¿cuánto tiempo pasas en la cocina de casa?

En España, como en el resto de Europa son mayoritarios y crecen de forma exponencialmente los hogares unipersonales o con tan solo 2 personas. En alimentación crece la oferta en envases más pequeños y la comodidad de empleo.

En las tiendas crecen la neveras del listo para... En las neveras de las tiendas, la IV y V Gama son éxitos de ventas y de precio por todos los públicos. Hay grandes industrias que fabrican ensaladas. En Pulpí, Almería, tan solo una de ellas precisa 4.000 hectáreas de cultivo de lechugas y batavias cada año. Las marcas Verdifresh y Florette en España también cultivan miles de hectárea durante todo el año. ¿Cuál será la tendencia?

Cómo serán los obradores de las comidas basadas en lo vegetal. En frutas y verduras, el recorrido de la planta al plato tiene mucho dinero. Las compras de alimentos y comidas preparadas listas para comer... ¿Cómo evolucionarán? ¿Cómo está cambiando el gasto en comida consumida fuera de la casa en €/hab/año?

Para la compra de mi comida saludable de hoy en la oficina, la academia o en la fábrica, adónde voy ¿al café-bar de la esquina o al súper del barrio?

Los modelos de restaurantes “casual” y “foodservice” de las ciudades y el supermercado compiten entre ellos. En las neveras de las súper hay más diversidad de “menús” que en el bar de la esquina. Los proveedores son los mismos.

En la **hortofruticultura del futuro**, aparecerán planes de negocios alternativos. En los países mediterráneos europeos hay cientos y cientos de empresas hortofrutícolas, la mayoría muy orientadas a la producción; con deficiencias en sus maneras de mirar al mercado. En [HorticulturaBlog](#) y [Poscosecha.com](#) -en el [Aula de Comunicación en Horticultura](#) de la [UPV](#)- creemos que hay caminos para explorar durante los próximos decenios, en poscosecha, procesado, marketing y modernización de planes de negocio, incluyendo los modelos de canales de venta, igual en España como en la UE 25.

La logística es el 12,5% de la actividad económica de los españoles. Pensemos en las frutas y hortalizas viajando cada día, durante 12 meses al año por las autopistas de toda Europa. Pensemos en el valor económico que tienen estos alimentos hasta alcanzar la nevera o el plato de los consumidores.

La tendencia ganadora en alimentación tiene que influir en el punto de venta y participar del conocimiento de los gastrónomos. Para las nuevas oportunidades hay que mirar dentro de la nevera y responder preguntas. ¿Cuál es la alimentación que quiere la gente? Si se trata de café, es Nespresso.

Los más atrevidos ven oportunidades en que aún tan solo el 12% de los españoles “hace la compra” por Internet ... Lo cierto es que la **hortofruticultura del futuro adoptará tantos como las demás categorías de la alimentación.**

5. Versión del futuro. ¿Hacia dónde vamos? Mirar a 2030-2050

A qué nos enfrentamos. ¿Cuáles son los retos? En la comida estamos fascinados por la abundancia.

La **producción** de frutas, hortalizas no será muy diferente de la actual; habrá mucha más diversificación, robotización, control de las condiciones de cultivo, los huertos serán más sostenibles y los alimentos estarán certificados en cuanto a su seguridad alimentaria: lo que cambiará será la poscosecha, la cadena de suministro y los hábitos de los consumidores.

En cuanto a “etiquetas” de calidad, el BIO y la producción integrada certificada de frutas y verduras, ambos cumplen con los deseos de seguridad alimentaria de los compradores en las tiendas de alimentos.

En el espacio económico del “EuroMediterráneo”, somos 250 millones de personas con ciudades en las riberas de nuestro mar.

El corredor multimodal transmagrebí -pronto estará completamente acabado- va de Libia, Túnisia, Algeria, Maroc y a Mauritania- y pasa por 28 puertos y 26 aeropuertos. Tarde o temprano los países del Magreb se reinventarán. Cuando esto ocurra, el espacio económico del Sur de Europa, tendrá un tamaño comparable al rico norteeuropeo.

Tenemos que aprender de dónde venimos si queremos saber hacia dónde vamos. En los años 70 y 80 la palabra poscosecha no existía en los libros de los agrónomos. Yo mismo la descubrí, durante la edición de un libro “Posrecolección de Hortalizas” 1992, Ediciones de Horticultura.

En este curso del Aula de Comunicación en Horticultura y la Escuela de Agrónomos de la Universidad Politècnica de València hay 25 clases y 32 profesores especialistas. En el “hacia dónde vamos” del conocimiento poscosecha hay cientos de profesiones.

En Alimentación nos gustan las palabras. A continuación, anotamos algunas, varias de ellas son mensajes para las nuevas profesiones y oportunidades en la poscosecha de las frutas y hortalizas.



6. Informaciones relacionadas

- Más de la mitad de la población vive en ciudades, en el 2050 será el 70% mundial (La Vanguardia, mayo 2017)
<http://www.lavanguardia.com/economia/20170506/422335535562/el-mundo-crece-en-las-ciudades.html>
Las 600 mayores ciudades del mundo concentran el 25% de la población y el 58% del PIB mundial.
Las ciudades ocupan el 2% de la superficie de la tierra y son responsables del 60% del CO2 del planeta. En España el 48,5%, en el conjunto de la UE el 40%.
- Las tendencias de tecnologías poscosecha para la horticultura moderna (HorticulturaBlog, diciembre 2011)
- <http://www.horticulturablog.com/2011/12/las-tendencias-de-tecnologias.html>
- Más de una tercera parte de las frutas y hortalizas del mundo se tiran (HorticulturaBlog, noviembre 2011)
<http://www.horticulturablog.com/2011/11/mas-de-una-tercera-parte-de-las-frutas.html>
- El desperdicio de alimentos es un problema ético (HorticulturaBlog, octubre 2016) <http://www.horticulturablog.com/2016/10/el-desperdicio-de-alimentos-es-un.html>
- Desperdicio de comida en los hogares y en la hostelería (ACTUAL FruVeg, noviembre, 2017)
<http://actualfruveg.com/2017/11/25/desperdicio-comida-los-hogares-la-hosteleria/>
- Posibles nuevos formatos en tiendas de frutas y verduras (HorticulturaBlog, febrero 2011)
<http://www.horticulturablog.com/2011/02/posibles-nuevos-formatos-para-tiendas.html>

- Ultraproximidad para la venta de frutas y verduras (HorticulturaBlog, Junio 2012)
<http://www.horticulturablog.com/2012/06/ultraproximidad-para-la-venta-de-frutas.html>
- ¿Qué hacen en la industria del pan? (HorticulturaBlog, noviembre 2013) <http://www.horticulturablog.com/2013/11/que-hacen-en-la-industria-del-pan.html>
- En frutas y verduras, el recorrido de la planta al plato tiene mucho dinero. (HorticulturaBlog, diciembre 2016)
<http://www.horticulturablog.com/2016/12/en-las-frutas-y-verduras-en-el.html>



Dr. Manuel Candela, 26 11ª - 46021 Valencia, España
Tel +34 – 649 485 677

info@poscosecha.com

info@bibliotecahorticultura.com

<http://www.poscosecha.com> <http://www.postharvest.biz>

<http://www.horticulturablog.com>

<http://www.tecnologiahorticola.com>

<http://www.bibliotecahorticultura.com>

<http://www.actualfruveg.com>

