



1 Abril, 2018



PLATOS PREPARADOS BENTEN

Preparados, listos y a comer

Los platos preparados refrigerados son soluciones culinarias muy demandadas gracias a una constante innovación de las empresas en nuevas recetas, mejores ingredientes, más formatos o una mayor seguridad alimentaria.

Los consumidores cada vez dedican menos tiempo a cocinar algunos por desconocimiento en los usos culinarios y otros por falta de tiempo. Sea como fuere, esta circunstancia, gracias de los nuevos hábitos de vida, lleva a empresas elaboradoras de platos preparados a vivir un momento álgido en sus ventas. Así lo recoge un informe elaborado por **Eu Worldwide**, cuyos datos de ventas por valor en platos preparados refrigerados y pasteurizados han aumentado un 7,30% en 2017 con respecto al año anterior.

Para disponer en el comercio adecuado, cuentan con la dirección de **ANEPARE**, la **Asociación Española de Fabricantes de Platos Preparados**, que los define como "una elaboración culinaria envasada y lista para ser consumida con un mínimo de operaciones", aunque también los distingue por familia, como productos del mar, cárnicos, pastas, verduras y arroz, salsas, 'pizzas' o pastas, entre otros. En este repertorio sus contenidos en los platos preparados refrigerados. Para, a su vez, según su propio director, son

"productos perecederos que deben mantenerse en el frigorífico, aunque están a una temperatura inferior a -1 °C. La conservación debe ser fría, pero no debe superar los 7 °C, ya que a esta temperatura superior este tipo de alimentos sufre deterioros".

Entre todas las categorías de productos, los resultados son los que mejor crecimiento han experimentado en un año, siendo los de tubos los principales, con un aumento del 270,30% en volumen y 129,97% en valor, hasta alcanzar los 5.200.542 euros de facturación. Con respecto a los platos envasados, aquellos con base de pasta son los más apreciados por los consumidores pues, según los datos facilitados por la consultora **Eu Worldwide**, los ventas por volumen de este subsegmento han crecido un 37,60% en volumen y un 56,10% en valor. Cabe destacar los ventas de platos con base de pasta y se destacan los de 'pizzas' refrigerados. Otras familias de productos como verduras y legumbres, brochetas y salsas también muestran un crecimiento al alza.



1 Abril, 2018

EDCO Y FÁCIL

Tal y como apuntan en **Calidadon**, la **Asociación Española de Productores Culinarios**, "el proceso de elaboración no debe ser el del que podemos realizar en casa, resultando un producto con una palatabilidad muy similar a los platos cocinados", que es precisamente lo que busca cada vez más el consumidor en sus tipos de soluciones culinarias. Entre los principales motivos, destaca la variedad de amplia variedad y continua innovación de ingredientes y recetas, tratamientos similares a las características industriales, presentación atractiva, facilidad y rapidez en la preparación, información detallada de los ingredientes utilizados, reducción de salidos, transformación de recetas antiguas en otros modernos y técnicas ajustadas a los estándares reales de consumo.

Así también lo creen algunos expertos consultados. **Eva Sáez**, subdirectora de **Quickchef**, empresa con nueva tecnología de productos de quinta gama, subraya que "superan la selección más correcta y segura para la restauración gracias a un proceso de producción que se sigue basando en la cocina casera, pero incorpora las más nuevas tecnologías en el campo de la gestión. El resultado es una amplia variedad de recetas que facilitan una gestión más eficiente de las cocinas, las cartas y los medios de cocina, aprovechando al máximo los recursos de espacio, tiempo y personal. El control riguroso durante todo el proceso de producción y los sistemas de envasado, conservación y almacenamiento garantizan la máxima seguridad alimentaria, así como la mejor calidad, presentación, textura y sabor del producto final, sin necesidad de aditivos ni conservantes".

De igual forma opina **Eurogastro**, empresa con la marca de platos preparados **Friart**, que reconoce que sus clientes "valoran especialmente la calidad" de sus productos, además de su constante innovación con el lanzamiento anual de 45 nuevas referencias al mercado. "Los clientes demandan productos fáciles, en frío, que no conlleven mucho tiempo a la hora de servir. Calidad, variedad, practicidad y consistencia. Cada vez son más los clientes que demandan productos personalizados y exclusivos".



Foto: *plata por ASYNAPTE*

SOLUCIONES A MEDIDA

Práximo Calacho, director comercial de **Kardiska**, que comercializa platos preparados con la marca **Boni Gourmet**, reconoce también que, en general "el cliente es consciente de que tiene unos problemas claros a la hora de gestionar su negocio de hostelería (excesiva dependencia personal de cocinas, costos, errores, espaldas rotas de los platos, cumplimiento de la normativa de alergias, falta de personal de gestión de calidad de bienes...) y buscan soluciones". Asegura que en un sector tan innovador y competitivo como el de la quinta gama, "la versatilidad del mercado condiciona a toda hora", pero también destaca "diferentes perfiles de clientes según su grado de aceptación y entendimiento" hacia este tipo de producción. "Un mayor o menor grado de aceptación, el cliente quiere un plato de calidad gastronómica correcta, con un precio ajustado que pueda encajar en sus necesidades y que obtenga un punto crítico en calidad".

Eva Sáez, subdirectora de **Quickchef**, señala que también las recetas están adaptadas al mismo nivel: "realizamos una recopilación de datos y analizamos las tendencias que nos marcan nuevos clientes. A partir de esos resultados, empezamos la elaboración de la receta por parte de nuestros departamentos de I+D, teniendo en cuenta los estándares recibidos en cocina con nuevos sabores, menos sal, sin gluten y que cumplan los estándares de comida sana y saludable".

Es precisamente la innovación lo que permite a las empresas ajustarse a las necesidades de sus clientes. **Álvaro Aguilar**, secretario general de **ANIPA-FIE**, cita la innovación en "sus ojos

visualizando el plato, la conservación y la salud. En el ámbito del plato se han desarrollado nuevas soluciones e incorporado nuevos ingredientes (trituración, otros tipos de variedades). La relación de factor salud, existe una preocupación creciente por la búsqueda de alimentos más saludables que se ve reflejada en la producción de platos con menos sal y grasas saturadas, en la eliminación de aditivos o en la elaboración de productos de conservación al vacío" y, en relación a la conservación, las empresas tratan de atender las necesidades del actual estilo de vida con nuevas técnicas.

TENDENCIAS Y DEMANDAS

En opinión de **Calidadon**, "es la medida que el consumidor los identifica como productos más correctos, los más cercanos a los problemas asociados por sus platos, frente a otras categorías de productos preparados (platos preparados congelados, platos preparados a temperaturas ambiente, conservas en lata, conservas en vidrio, etc.). Ser considerado se posicionamiento en el mercado. Si, además, el plato refrigerado permite añadir el toque personal y facilitar al gusto, genera una mayor confianza en el consumidor". Por su parte, concluye, "en este que impulsa la categoría con la practicidad, la comodidad, la variedad y la salud, la base de los productos preparados refrigerados son soluciones correctas y propias de la cultura española que las empresas mejor han entendido en la marca y aparecen como productos que atienden a la demanda de nuevos tipos de consumidores".

Desde **Kardiska**, por ejemplo, creen claro que cocinar "para vender", por lo que se adaptan a gustos y tendencias



1 Abril, 2018

que pide el mercado, favoreciendo procesos tecnológicos con otros gustos y una posibilidad de consumo más alta. "El reto común es sacar los aspectos sustentables del plato con los sabores, como un porcentaje de aceite y grasa bajo o reducción de salinos y conservantes", aunque cuentan con "una normativa estricta sanitaria y máxima sustentabilidad normativa e innovadora", comenta **Galacho**. Recuerda que no todos los productos sustentables hacen un proceso de procesamiento por el que pierden todos los que consumimos, por lo que apoyan la tecnología en alimentos hacia "platos que adoran una buena calidad organoléptica, pero que también eviten cierta dificultad técnica o sean fatigosos de hacer en la cocina de un restaurante. El cliente promedio, al que se ha orientado que le gusta comer es imprescindible en su establecimiento, demandando soluciones a sus problemas, más que platos exóticos".

Para **Juan Carlos Acuña**, director comercial de **Buena Campo Rico**, "la tendencia del mercado, se origina cada día, más seguridad alimentaria, en todos los aspectos: sanitarios, alimentarios, transparentes en el etiquetado, etc." Por eso, en su caso, la creación de sus productos se ha centrado en la mejora de los procesos en fábrica, con recetas más eficientes y de cocinado homogéneo. En algunos platos han aumentado y probado más ingredientes, haciendo que el producto final sea más seguro, por la fermentación que se consigue en estas ocasiones, así como de evitar el uso de agua en ellos y añadir que "con las nuevas técnicas de cocinado, se añaden con estos procesos en general y en la necesidad de evitar saleros".

En **Europanstry** insisten la tendencia hacia el uso de "ingredientes más saludables, naturales, sostenibles y más cercanos al consumidor", tal y como también hacen en **Quickchop**, desarrollando productos "cada vez más saludables y más



Foto: cortesía de Europanstry

sustentables", respondiendo a las demandas de "platos con menos salino, menos azúcares, menos grasas" y desde prismas "platos compatibles por regulaciones y/o productos vegetales". Además de esto, la compañía ha analizado tanto recetas, como soluciones relativas a los alérgenos. "Actualmente el catálogo incluye los granos básicos de cereales con aceites vegetales de girasol, todos ellos debidamente etiquetados. La oferta de productos sin gluten está disponible en formatos de 2 kg para satisfacer las necesidades de todo tipo de establecimientos, ofreciendo un óptimo precio por el cliente y para el profesional".

UN FUTURO PROMETEDOR

Para **ANEPAPRE**, el más del sector se basa en continuar innovando, como otros casos, con el desarrollo de alimentos más saludables, para lo cual han alcanzado un acuerdo con el **Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad**, con el que se firmó a cabo una "Línea de Innovación en alimentos de origen de plantas fermentadas y procesos de elaboración, con el fin de evitar la modificación de sabores o texturas de los alimentos". Así lo comenta **Galacho**, pues los retos están, en su opinión, en "demandar productos que respondan a los platos nuevos introducidos en estos en sus platos comerciales para que el resultado final sea una solución real, fácil de usar y saludable". Para **Sandwich**, la oferta para hacer parte de los elementos imprescindibles para establecer el negocio, algo natural por lo que deben "ajustarse a las demandas y necesidades de un mercado cada vez más consciente y de mayor población claramente en evolución". **Buena Campo Rico**, por su

parte, cree que con estos "retos que adaptamos a la globalización, incluyendo recetas de otros países del mundo, para ser atractivos a cuanto más población mejor. Hay que investigar, innovar y desarrollar nuevas recetas, pero de forma natural y en la selección de conservantes naturales, lograr productos con buen sabor y total seguridad alimentaria".

NOVEDADES DE ALGUNAS EMPRESAS

EUROPANSTRY

Esta multinacional española de origen francés fue fundada en 1987 y está dedicada a la producción de rebanadas congeladas de pan, bollería y pastelería, presentes en más de 50 países, con 21 centros de producción propios y una cartera de más de 10.000 clientes. Bajo la marca **Primo** ofrece variedades culinarias que, siempre tienen congeladas, se conservan refrigeradas. Se adapta catálogo al presente en entornos industriales y en formatos multiusuario, que permite separar las unidades por necesidad de descongelar todo el servicio. En algunos momentos, presentada en formatos, han sido los **Rollitos**, para bollería de bollerías de formato estándar que solo necesitan un golpe de plancha para servir: **Rollado de pan, ginepro y tomate cherry**; **Rollado de pollo, mayonesa, queso, tomate y rúcula** o **Rollado Misto con queso azul**. Además de esto, se ofrecen catálogos incluye: **Escalopines de pechuga de pollo**, **Embutidos de pollo con verdura**, **Risotto al funghi**, **Nuggets de queso de cabra**, **Alitas de Pollo Barbacoa** y otros productos de pan, bollerías, pastas, tortitas de pizzas, entre otros.



Foto: cortesía de Quickchop



1 Abril, 2018



Foto: subida por Quichéhof

SARDENNA

Esta empresa, localizada en Oristano (Cagliari) nació en 2008 con el propósito de ofrecer la elaboración de platos de quinta gama de calidad gourmet. En la actualidad, **Sardenna** vende en toda España, de manera directa o a través de distribuidores como **Uvasa**, situada de Italia española e República Dominicana y actualmente vende en Francia y Portugal. Su negocio se centra en dos vías por un lado, la venta de platos preparados de quinta gama orientado a dar soporte al canal Horeca, que trabajan bajo la marca **Best Gourmet**, y por otro, la industrial, actuando como procesador de quinta gama, desmenuando y elaborando platos terminados con nuestros platos de procesamiento en el mercado (como mariscos de carne o granos de pollo, por ejemplo), los productos elaborados con la marca **Best Gourmet** se presentan bajo un formato de bandeja sellada, sin aditivos, glúcidos ni conservantes añadidos. Su proceso de elaboración se compone de los siguientes pasos: desmenuamiento, cocinado, marinado y/o sazonado, pasteurización y distribución directa controlada.

Por otro lado, granos de un tamaño de calidad bajo de hasta seis meses desde su fecha de cosecha los de forma manual y, hasta tres meses, los de formato a granel de 2 kilos, conservando toda su salsa, tomate y aceite. El uso continuo de sus productos requiere una conservación en refrigeración (de 0 a 4 grados) y siempre siguiendo las indicaciones del etiquetado. Actualmente se va a hacer referencia a un subconjunto de lo que la compañía ha lanzado recientemente platos nuevos, como **Magret de ternera con verduras**, **Calzado de pollo con setas**, **Codillo de cerdo asado en su jugo sin piel ni hueso**, **Lomo de salmón en salsa oriental**, **Bacalao al pil pil**, **Lanzón de atún**, **Quinoa salada con verduras**, **Las trépanas estofadas con verduras**, **Pavo de marisco - Pastel de calabacín**.

QUICHÉHOF

Con una amplia experiencia en el sector del catering y de la hostelería industrial, **Quichéhof** decidió profesionalizar hacia una oferta industrial basada en los más reconocidos formatos de elaboración de la quinta gama. En la actualidad, estas modernas instalaciones de 2.000 m² situadas en Baza (Granada), con ocho líneas de F&O y una inversión cercana a los 2 millones, les permiten ofrecer más de diez referencias de calidad. Se han especializado en ofrecer referencias de alimentación para el sector turístico, con gran conocimiento de las necesidades de este tipo de establecimientos y de los gustos de sus clientes. Para ello, después de un estudio amplio que incluye una oferta de sabores globales, marcos internacionales, principalmente de países como Italia, Tailandia, China, México, Reino Unido o Korea, han sido incorporados a su catálogo los siguientes productos: **Bondada de quinoa**, **Cebollón con espárragos**, **Salsado de brócoli con pollo**, **Merluza en salsa verde**, y **Los Albondigos vegetales**, entre otros platos más en un periodo de prueba. El catálogo se completa con un conjunto de referencias de ensala-



Foto: subida por Puerto Campo Rio

das y salsas tradicionales de la cocina mediterránea como carnes, pescados o platos vegetarianos, todos bajo la marca **Quichéhof**. La última novedad de esta empresa es un proyecto desarrollado recientemente en el que ofrecen platos de carne asada, cocinados con la técnica de vacuum al vacío para "slowcooking". Estos productos tienen una vida de 60 días desde su fabricación con un condiciones de refrigeración, como la **Sernera asada**, una pieza de entre 7 y 8 kilos, o la más reciente novedad, el **Codillo de cerdo asado al chinkhaval**.

BUENA CAMPO RIO

Desde el año 1989 esta empresa, con sede en Sevilla, se dedica a la elaboración de platos preparados basados en la cocina tradicional mediterránea y como origen están en la elaboración de productos locales. Desde su creación se han mantenido bajo el sello como en sus inicios y es la actualidad comercializan las siguientes productos con el nombre **Campo Rio**: **Pimientos asados**, **Escalibada de verduras**, **Alcachofas en aceite de oliva**, **Pimientos a la pitarra**, **Tortado rizado**, **Espárragos con guisantes**, **Plato tradicional**, **Zanahorias estilo andaluz**, **Brócoli salteado** y una gran variedad de otros.
 Su última incorporación ha sido una pequeña gama basada en la especialidad italiana, con el nombre **BUENA CAMPO RIO**, bajo la marca **Campo Rio**, que incluye **plátanos asados**, **espárragos con guisantes**, **plato tradicional**, **tomate salado** y **brócoli salteado**.

Estimado Barman



Foto: subida por Quichéhof