

La clave del sabor delicioso de la fruta arbórea es mantenerla fuera de la “zona fatal”

Los dulces recuerdos del sabor de duraznos o melocotones justo al cortarlos del árbol o comprarlos en un puesto junto a una carretera rural puede ahora revivirse con fruta del supermercado local. La clave a la fruta de excelente sabor y textura agradable, según un científico de la Universidad de California que trabaja en el Centro Kearney de Investigación y Extensión cerca de Parlier, es el manejo que se le da después de la cosecha.



Fruta preconicionada a la venta en un supermercado.

Parece ser que los productores de fruta siempre han tratado de enfriar sin demora los duraznos, ciruelas y nectarinas después de cosechadas y mantenerlas a una temperatura fresca hasta que llegaran a ser puestas a la venta en una tienda. Sin embargo, Carlos Crisosto, fisiólogo de poscosecha de la UC descubrió que esta práctica estaba sometiendo a la fruta a lo que él llama “la zona de temperatura fatal”.

Años de trabajo con tecnología de punta en el Laboratorio Gordon F. Mitchell de Poscosecha, establecido en 1992 en Kearney, han resultado en un protocolo completamente nuevo para los duraznos, ciruelas y nectarinas al pasar de la granja a barracas o naves de empaque, en camiones a centros de distribución y finalmente al departamento de frutas y verduras de los supermercados.

“Esto ha cambiado nuestro mundo”, apunta Mike Thurlow, gerente de ventas de Mountain View Fruit en Reedley, cuya compañía anteriormente cosechaba, empacaba y enviaba la fruta con la celeridad posible. “ Para nosotros, el cosechar la fruta y demorar la enfriada, trabajar con la humedad, presión y brix y luego enviarla dos, tres o cuatro días después ya lista para comerse es totalmente opuesto a lo que hemos venido haciendo”. (Brix es una medida de uso en la industria alimentaria para calcular la cantidad de azúcar en la fruta.)

A pesar de la dificultad inicial de aceptar el nuevo protocolo, al cual Crisosto ha denominado “precondicionamiento”, las empacadoras han aprendido que resulta en fruta de mejor sabor, lo que lleva a más ventas de este producto principal veraniego del centro de California.

“La fruta preconicionada es como la fruta que uno recuerda comer en la niñez al ir al jardín y coger un durazno del árbol”, observa Thurlow. “Podemos ahora enviar comercialmente fruta que en años anteriores sólo hubiera sido posible comprar en un mercado de granjeros”.

Los duraznos, ciruelas y nectarinas frescas representan una parte importante de la industria agrícola de California, cuya producción se valoró en \$250 millones en el 2004. El estado sule de fruta fresca a todos los estados de la

Recomendaciones para el manejo de la fruta al llevarla a casa

Después de comprar duraznos, ciruelas o nectarinas frescas en el supermercado, no los coma ni los meta al refrigerador sino hasta que estén maduros.

La fruta tiene una apariencia agradable en una canasta o tazón en una mesa o meseta, o la puede meter dentro de una bolsa de papel. Está madura cuando despida un olor dulce, típico de la fruta y se sienta algo suave al presionarla ligeramente. Puede entonces comerla o meterla al refrigerador para disfrutarla por unos cuantos días.

Meter fruta en el refrigerador antes de estar madura la somete a la “zona de temperatura fatal” entre 36 y 50 grados Fahrenheit que detiene el proceso de maduración y la arruina.

nación y a varios países en el extranjero. California produce más del 90 por ciento de nectarinas y ciruelas en los Estados Unidos y aproximadamente 60 por ciento de los duraznos o melocotones. Se da inicio a la cosecha de fruta en California a mediados o finales de mayo pero la mayor parte se cosecha en junio, julio y agosto, quedando todavía para cosecharse algo de fruta en octubre.

El consumo de duraznos, ciruelas y nectarinas ha permanecido estable en los EE.UU. los pasados 20 años a pesar de múltiples recomendaciones del gobierno federal y la industria médica de comer más fruta para mejor salud. Encuestas por los investigadores y la industria de la fruta arbórea han determinado que la falta de aumento en las ventas es por experiencias negativas con la fruta fresca desde falta de sabor, mal sabor o textura, resequeidad y cambio de color de la carne.

“Al dar un mordisco a un durazno con mal sabor o textura, no es probable que el consumidor compre más”, apunta Crisosto. “Podemos mejorar la experiencia de comer la fruta controlando muy bien el transporte del durazno desde la granja hasta el paladar del consumidor. Esto aumenta y fortalece el mercado para la fruta fresca”.

Anteriormente, investigadores de la UC recomendaban que se enfriara la fruta inmediatamente después de la cosecha y se mantuviera a 32 grados Fahrenheit durante el transporte y manejo.

“El problema al hacer eso”, explica Crisosto, “es que la mayoría de las instalaciones para el transporte, distribución y venta al público no pueden mantener la fruta a una temperatura tan baja. Simplemente no funciona así en la vida real”.

La consecuencia es que la fruta quedaba expuesta a temperaturas entre los 36 y 50 grados, temperaturas que él llama “la zona fatal” porque detiene la maduración y daña la fruta. Crisosto estudió investigaciones previas, trabajó de cerca con la industria y expuso a la fruta a una amplia gama de temperaturas en cinco cámaras de almacenaje con temperatura y humedad artificial. Encontró que por lo general, si la fruta se mantiene a 68 grados por unos dos días después de la cosecha hasta que llega a cierto nivel de maduración que se mide por la firmeza de la fruta y luego se enfría, puede extenderse el tiempo de durabilidad antes de la venta de siete a 15 días y, de mayor importancia, la fruta sería más consistentemente agradable al llegar a la boca del consumidor”.

“Al principio, alucinábamos al entrar a nuestro cuarto de maduración y oler fruta”, comenta Thurlow. “Tenemos mucho dinero de por medio en ese proceso de maduración”.

No fue mucho el tiempo en que los empacadores y gerentes de tiendas se percataron que el acondicionamiento producía un mejor producto. Las compañías de supermercados ofrecen ahora comprar por \$1 a \$4 la caja de fruta acondicionada en comparación a fruta cuyo manejo ha sido “a la antigua”.

“Ha tenido un impacto enorme en la calidad de la fruta que producimos para el consumidor”, apunta Herb Kaprielian de la empacadora Kaprielian Brothers Packing Company en Reedley. “Podemos ahora entregar fruta más jugosa y de calidad más consistente”.

Un grupo de empacadores, incluyendo a Kaprielian Brothers, reunieron sus recursos y produjeron una marca para fruta acondicionada a la cual llamaron “Ripe 'N Ready” (madura y lista para comerse). Precisa Steve Kenfield, gerente de Ripe 'N Ready, algunas cadenas de supermercados sólo compran fruta acondicionada.

“Las tiendas son quienes reciben las quejas de las malas experiencias al comer fruta”, apunta Kenfield, “y buscan eliminarlas”.

Se venden comercialmente desde California más de 200 variedades de duraznos o melocotones, 200 variedades de ciruelas y 175 variedades de nectarinas, cada una con su

propio tiempo de cosecha, sabor y color. Crisosto ha descubierto que cada uno tiene también sus propias necesidades de temperatura y tiempo de almacenaje en la poscosecha.

Identificar las necesidades de cada variedad mantendrá a la industria e investigadores asociados en la Universidad ocupados en perfeccionar los protocolos de manejo de la fruta para aumentar la confianza del consumidor en los duraznos, ciruelas y nectarinas que compran en la tienda.

“No puede usarse la presión para lograr que la gente coma alimentos más saludables”, observa Kenfield. “Tiene que disfrutarlos. Estamos trabajando para mejorar la calidad de la experiencia de comer fruta”.

(junio de 2005)