

# El pera **Caniles** 'cocina' su nuevo impulso



Por Rafael Losilla  
rlosilla@fyh.es

ZERAIM TRABAJA EN EL NUEVO DESARROLLO DEL PERA CANILES EN LOS MERCADOS PARA QUE LA REFERENCIA NO DECAIGA TRAS UN 2015-2016 COMPLEJO. LA FIRMA SE APOYARÁ EN LOS EXPORTADORES ESPAÑOLES PARA SEGUIR PROYECTANDO EL PRODUCTO EN DESTINO.

Es la historia de una variedad de tomate pera que busca su propio reposicionamiento en función de las virtudes del producto. La alemana Rewe y su 'category' Univeg lo aplauden por quitarle problemas en el lineal.

Caniles es un pera diferente. Menos ovalado, de amplia postcosecha, generador de sabor y con más materia seca que el resto de tomates pera que contempla el mercado. Por este motivo, la casa de semillas Zeraim inició los pasos para hacer de Caniles una categoría.

El primer impulso se logró. Caniles suma 1.250 hectáreas superficiales sólo en Almería, lo que supone el 11 por ciento del tomate plantado, y además de Almería, cuenta con plantaciones en Murcia y Alicante.

"Es un producto diferente y único, que entra en el super-

mercado para diferenciarse de otros peras", señala Antonio Luís Martínez, director general de Zeraim Ibérica.

La entrada de Caniles ha desplazado a otros productos del lineal y la vida de Caniles es un relato de éxito, hasta que llega el veto ruso. Caniles gusta en Rusia, ya que sus condiciones de postcosecha lo convierten en objetivo de los 'traders' y detallistas rusos, y tras dos años de veto, Caniles necesita reposicionamiento.

**Acciones.** Zeraim no ha abandonado a Caniles y la firma ha realizado acciones promocionales y encuentros con 'categories' y con cadenas de supermercados en destinos varios como el mercado anglosajón, nórdicos y Alemania.

El ejercicio 2015-2016 no ha sido agradable en liquidaciones y Zeraim plantea el reposicionamiento de un producto en manos en exclusiva de productores y exportadores españoles.

La firma enfoca su plan a tres niveles: nuevas conductas con el tomate, visibilidad y ventajas con respecto al tomate de referencia para tomar la decisión de seguir avanzando y nueva gama Caniles.

Zeraim realizó un panel de sabor en la empresa Sensory Dimensions en Reino Unido con 100 consumidores para testar las diferencias entre Caniles y el tomate canario, el referente del mercado inglés.

Sólo en el color rojo, el tomate canario superaba a Caniles. En el resto de asuntos -aroma, sabor, textura, regusto, apariencia interna/externa- el Caniles superaba

al tomate canario. La conclusión de la firma Sensory Dimensions aportaba la escasa diferencia entre Caniles y el tomate canario, "no obstante, los consumidores preferían el aroma, sabor, textura y regusto del tomate Caniles".

Otro dato más del panel de sabor: El 67 por ciento de los catadores comprarían Caniles antes que un canario para la preparación de sus ensaladas.

**Argumentos.** Con estos argumentos, Zeraim mantiene su estrategia y da elementos favorables a su 'Club' de Operadores en origen. Y ahora Zeraim ya trabaja en las nuevas líneas Caniles en ese objetivo de convertir la variedad en referencia.

La breeder Pilar Checa lleva trabajando varios años en la ampliación de gama que tendrá su primer resultado dentro de dos años, pero que ya puede verse y testarse.

La nueva gama Caniles recoge líneas en tomate rosa -calibre MM/textura cremosa/punto de acidez-; Caniles marrón -M/textura jugosa/dulce-; o Caniles rama -M plus/crujiente/equilibrio acidez-dulzura-, además de tonalidades en amarillo y Caniles 'bombilla'.

Una batería de propuestas en 'cocina', además de las nuevas conductas gastronómicas que ofrece el tomate y que está plasmando tanto a nivel de productores como del canal. El objetivo de Zeraim es elevar ventas en Reino Unido, superar los niveles en Alemania y mantener la intensidad en los mercados nórdicos y España, donde Mercadona ya lo tiene referenciado. ♦



Instantánea del acto de promoción de Zeraim con Caniles el pasado 16 de Junio en Málaga.