

LA REFERENCIA EN TOMATE PERA

Caniles se 'reinventa' para satisfacer los gustos y necesidades de los nuevos tipos de consumidores

Zeraim Ibérica reunió el pasado 16 de junio en Málaga a muchos de sus colaboradores en una jornada sobre nuevas tendencias de consumo

■ Isabel Fernández

“Caniles es el resultado de un camino de colaboración”. Así se refirió Antonio Luis Martínez, director de Zeraim Ibérica, a este tomate pera durante la jornada sobre ‘Nuevas tendencias de consumo del tomate Caniles’, en la que la empresa de semillas reunió en Málaga a muchos de sus colaboradores, tanto productores como distribuidores. Si bien es cierto que el tomate pera Caniles lleva unos diez años en el mercado, también lo es que no fue hasta 2013 cuando “pensamos que podía ser algo diferente” y, justo entonces, se establecieron las pautas de colaboración que han llevado a que, hoy por hoy, Caniles sea un tomate de gran prestigio en el mercado y muy apreciado por los consumidores. Tanto es así que Martínez afirmó que, actualmente, “es la variedad más vendida y la que ocupa un mayor espacio en los lineales”. Para lograrlo, ha sido fundamental el “camino iniciado por los productores, las comercializadoras y la empresa de semillas”.

Gran parte del éxito de Caniles radica en “su sabor, su color intenso, su forma original, acorazonado, y su excelente conservación”, según explicó Rafael Salinas, jefe de producto de Zeraim, quien añadió que, a todas estas cualidades, muy valoradas por el consumidor, hay que añadir, además, una serie de características que han logrado conquistar también al productor. De este modo, se refirió a Caniles como una variedad “fácil de cultivar, con buenos cuajes tanto con frío como con calor y una alta producción comercial”. Todo ello, combinado con su excelente presentación, su firmeza, conservación y color, lo convierte en un tomate “único”.

Esta originalidad de Caniles ha sido, incluso, testada por la empresa de semillas, que llevó a



■ Caniles ya cuenta con su propio recetario internacional. /I. F. G.



■ Antonio Luis Martínez, director de Zeraim. /I. F. G.



■ David Bodas se refirió a los distintos tipos de consumidores. /I. F. G.



■ La jornada concluyó con un show cooking con Caniles como protagonista. /I. F. G.

cabo un panel de sabor en Reino Unido en el que una empresa externa comparó Caniles con un tomate canario redondo. Los resultados no pudieron ser mejores. En una cata en la que participaron 100 consumidores, “el 67% dijo creer que Caniles es mejor que el tomate canario” y, lo que es más impotente aún, “el 63% se mostró dispuesto a comprarlo”.

Estos datos, según Salinas, vienen a poner de manifiesto que “Caniles puede abrirse camino frente a otros productos” y en ello trabajan ya desde Zeraim.

I+D

Pilar Checa, investigadora de tomate, afirmó que la búsqueda de nuevas variedades, pasa, cómo no, por “aportar valor a cada es-

labón de la cadena de negocio” y, en esta línea, avanzó que “el futuro de la categoría Caniles se encuentra ya en fase de desarrollo”. De este modo, el Departamento de I+D de Zeraim trabaja actualmente, y por citar sólo algunos ejemplos, en un Caniles rosa para rama, con un calibre distinto al Caniles actual y con un sabor también diferencial, más ácido, buscando así abrirse nuevos mercados. Junto a este futuro Caniles rosa, la empresa de semillas trabaja también en el desarrollo de otro marrón, un Caniles rama, un súper pera, e incluso, Caniles con formas originales, como una bombilla, o con colores nada habituales, en amarillo limón.

Al final, el objetivo no es otro que “dinamizar y diversificar la

categoría”, aunque “siempre manteniendo el estándar de calidad de Caniles”, concluyó.

Por su parte, David Bodas, responsable de relaciones con la cadena alimentaria de Syngenta, fundamentó todo ese trabajo de obtención y desarrollo de nuevas variedades dentro de la categoría Caniles en la necesidad de “satisfacer las necesidades de los nuevos tipos de consumidores”. Para ello, es esencial no sólo ese desarrollo de nuevas variedades, sino también la búsqueda de “nuevos usos” y “momentos de uso” para ese producto. Llegado a este punto, Bodas se refirió, por ejemplo, a los productos snack, los alimentos preparados o los de IV gama. En todos estos casos, insistió en que “los diferentes componentes del

sabor definen sus usos a la hora de consumir”. Y precisamente para dar un buen uso a un tomate tan especial y singular como Caniles, Zeraim Ibérica aprovechó la jornada para presentar un recetario bajo el título ‘Pasión por la cocina’, que recoge una serie de recetas a base, cómo no, de Caniles adaptadas a los gustos de los distintos consumidores europeos.

La jornada concluyó, precisamente, con la degustación por parte de los asistentes de esas recetas. Para ello, Zeraim organizó un show cooking en el que, en tres espacios diferenciados y con la ayuda de tres chefs, los comensales no sólo pudieron tomar buena nota sobre cómo cocinar Caniles de forma fácil, sino también saborear el resultado.