

## Tomate snack, el mercado rampante



Las variedades de tomate snack son ya un tercio del volumen de consumo total de tomate en algunos países de la UE. Es la tipología de tomate que más ha evolucionado en los últimos años. Actualmente supone entre un 10 y un 30% del total del mercado de tomate en mercados como el británico o el alemán.



Dentro de esta tipología de tomate se puede incluir tanto los cherry pera y redondos, incluso tamaños algo superiores como el cóctel. España está

entre los principales productores exportadores y es al mismo tiempo uno de los países donde más se invierte en la investigación y desarrollo de estas variedades. Este ha sido uno de los temas principales discutidos en el foro celebrado en Almerimar: “Innovación y nuevas tendencias en el mercado de tomate”.

“Un tercio del volumen de tomate consumido en países como Gran Bretaña o Alemania ya corresponden al tomate snack”, afirma David Bodas, responsable de relaciones con la cadena alimentaria para Syngenta España y Portugal. En su presentación sobre nuevas tendencias en el consumo de tomate estimaba que el crecimiento en algunos países como Alemania podría llegar al 50% del consumo total de tomate en los próximos años.

La innovación en este segmento estuvo representada por Anabel Hidalgo, mejoradora de tomate y Pablo García, responsable del laboratorio de Calidad de Fruta en el centro de investigación que Syngenta tiene en El Ejido. “De promedio, el desarrollo e investigación de un tomate snack hasta su lanzamiento al mercado es de 10 años y conlleva más de 10.000 cruces entre distintas variedades”, afirmaba Anabel Hidalgo.

Para saber si un tomate snack va a tener éxito hay que tener multitud de variables en cuenta. En el desarrollo de un producto se busca satisfacer a toda la cadena alimentaria, se busca sabor, color, textura, vida útil, productividad, resistencia a enfermedades, tolerancia a estrés, seguridad. Según Pablo García, “Para saber si un tomate tiene el sabor adecuado hace falta medir al menos cuatro parámetros básicos: jugosidad, grados brix, contenido en azúcares como la glucosa y la fructosa y contenido en ácidos orgánicos, como el ácido cítrico y el ácido málico”.

Más de doce variedades de tomate snack fueron presentadas al público asistente al foro. Entre las más destacadas estaba Nébula, descrita por Rafael Salinas, jefe de producto de tomate en Syngenta como, “una explosión de sabor” o Dulcemiel, “un tomate que destaca por su color verde y equilibrado sabor superdulce y exótico”.

Otras variedades de Syngenta presentadas en el foro por los responsables técnicos y comerciales de la compañía en Almería, Alejandro Martínez y Jose María García fueron: Angelle, “el más deseado”, Lemonade “el sabor que te deja helado”, Yolita, “la perla del sabor”, Seychelle, “sabor del paraíso” o King Creole, “el rey Criollo”.

**Fuente: Syngenta**