Syngenta presenta en Fruit Attraction sus novedades en brásicas y ensaladas

Syngenta ha aprovechado el novedoso formato digital de Fruit Attraction 2020 para organizar una jornada virtual en la que ha presentado toda la innovación de la compañía en el segmento de brásicas y ensaladas, dos de las estrellas habituales de esta feria internacional.

Así, se ha celebrado la jornada “Fields of Innovation: innovación en brassicas y ensaladas” dentro del mes de eventos organizados por “Fruit Attraction LIVE Connect”, y en el que han participado técnicos del sector, productores, responsables de cooperativas, prensa especializada, etc.

El evento ha sido dirigido por David Bodas, responsable de relaciones con la cadena agroalimentaria, y Héctor Vidal, responsable de producto de cultivos de hoja, que han puesto en valor la fuerte apuesta por la innovación de Syngenta, que invierte 5.000 millones de dólares en I+D cada año para conseguir llevar al campo las mejores variedades y soluciones en sanidad vegetal que responden a las necesidades de productores, supermercados y consumidores.

El viaje de una semilla desde sus primeros desarrollos hasta que llega al plato del consumidor, supone años de esfuerzos (I+D, ensayos de campo, test de producto, etc.) para poder ofrecer variedades mejoradas con técnicas tradicionales que den las características que pide la cadena: sabor, calidad interna, producción, poscosecha, resistencia a enfermedades, etc. Este es uno de los pilares que syngenta se ha marcado en su plan de compromisos con la agricultura sostenible

“The Good Growth Plan”, que se inició en el año 2013 y que este 2020 se ha renovado con el compromiso de invertir en los próximos cinco años otros 2.000 millones de dólares para introducir dos avances tecnológicos al año dirigidos a mitigar los efectos del cambio climático en la agricultura.

Nuevos conceptos de desarrollo

En esta línea de trabajo, Hector Vidal recordó el compromiso de desarrollar variedades de brásicas y ensaladas adaptadas a cada zona de producción, a sus tipos de suelos y condiciones climáticas, lo que las hacen más sostenibles y eficientes para los agricultores. También es importante destacar las innovaciones que se están aportando en el desarrollo de variedades: por ejemplo, en lechugas se está desarrollando el concepto de “nervio sólido” que nos da una lechuga llena, sin huecos y mas compacta, por lo que se aumenta la rentabilidad en campo (se reducen las mermas en la recolección) y se reducen las reclamaciones en los lineales al tener mejor presencia.

También se está desarrollando un tipo de lechuga romana “mini bell”, que produce una lechuga pequeña con hojas más gruesas y crujientes, lo que le posibilita un doble uso: como snack tipo “cuchara” (para coger otros alimentos y comerlo junto), o de la forma tradicional. Se ofrecen en color verde o rojo, y se están haciendo ensayos con clientes para ver si se pueden vender de forma individual o en packs con los dos colores. Estas lechugas romanas “mini bell”, al tener las hojas más gruesas también se conservan mejor en los lineales, son más jugosas y tienen mayor durabilidad, lo que beneficia al consumidor y al agricultor.

Novedades en brásicas y ensalada

Para finalizar el evento se pasó a un campo de ensayo virtual, situado en Holanda, donde se pudieron conocer las novedades en brásicas y ensaladas para esta campaña. En coliflor se presentó la variedad Andrómeda, que incorpora una genética nueva desarrollada por Syngenta que le permite mantener su color blanco característico más tiempo. Esto permite abaratar costes al no tener que cubrir la pella de la coliflor en campo y aumenta su precio al no ponerse ocre con el sol. También se están desarrollando coliflores de colores: en morado la variedad Graffiti, líder en el mercado; otra mejora en color más oscuro y con mayor calidad como Dark Vader; y la variedad

Green Storm, que se presentará próximamente en Torre Pacheco.

En brócoli se está desarrollando una variedad como Monflor, dentro de la familia Easy Broq, que es un brócoli multiflorado que se come el 100% de la pieza, tanto los floretes como los tallos. Esto ayuda a minimizar el desperdicio alimentario y que haya unas nuevas sensaciones organolépticas para el consumidor al ser una variedad muy dulce y diferente. Este año se va a introducir ya en los lineales.

En coles de Bruselas, donde Syngenta es líder claro del mercado, este año se presenta la variedad Redarling, que es de color rojizo o morado y con un sabor mucho más suave que una col de Bruselas tradicional.

En el segmento de ensaladas, dentro de la familia Bellagio (multileaf), se está desarrollando una nueva variedad denominada en este momento con el número 1922 y que es muy versátil, de porte erecto y forma de roseta que permite el corte directo en campo (ahorro de costes) y todas las hojas es aprovechable y tiene el tamaño de un penecillo de hamburguesa. Aguanta el calor y permite nuevas formas de uso en la cocina, ya que se puede hacer a la plancha o en tempura, manteniendo sus características crujientes y su sabor dulce.

Por último, se presentaron variedades de maíz dulce, que es uno de los segmentos donde ha invertido la compañía con la integración del catálogo de Abbot & Cobb dentro del portfolio de Syngenta y se invitó a todos a visitar el campo virtual en www.syngentavegetables.com/fields-innovation.