En busca del sabor perdido del tomate

Cuantas veces habrán escuchado esta misma frase en los últimos tiempos: “Este tomate no sabe a nada, no tiene sabor. Aún me acuerdo de los tomates que cultivaba mi abuelo”. Sí, se trata de una conversación figurada, pero seguro que muchas de las personas que están leyendo estas líneas la han pronunciado alguna vez o la han escuchado. Aspectos como el de lograr que el tomate tenga más sabor, o más bien más dulzor, son algunos de los más relevantes a los que se enfrentan todos los que de una manera u otra trabajan para el cultivo hortícola más importante de España junto a la patata y también el más consumido del mundo junto a ésta.

Por J. Sanchís - Periodista Agroalimentario

El Servicio de Introducción de Plantas del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) ha desarrollado un listado en el cual se han catalogado aproximadamente más de 10.000 variedades distintas de tomate. De todas esas existen cerca de 1.900 variedades diferentes en los mercados europeos donde se entró hace tiempo en una espiral de búsqueda de los tomates más

productivos, resistentes y duraderos. Todas esas mejoras genéticas efectuadas han aumentado la inmunidad del cultivo ante enfermedades, también se ha tratado de alargar el tiempo de maduración y así mismo se ha optado por variedades que produzcan muchos kilos. Tal vez quien ha perdido sea el sabor.

Identificar los genes del sabor del tomate no es tarea fácil ya que intervienen ácidos y azúcares, que se notan en la lengua, y entre 20 y 30 compuestos volátiles que se perciben en la zona retronasal. Sin embargo, las investigaciones junto a otros científicos del ámbito internacional sobre el genoma del tomate realizadas por Antonio Granell, del Instituto de Biología Molecular y Celular de Plantas Eduardo Primo Yúfera -un centro mixto de la Universitat Politècnica de València y el CSIC-, han logrado dar en el clavo con la secuenciación del cromosoma 9 y ya saben porque la mayor parte de tomates han perdido sabor: por la inactividad del gen GLK2. En el caso concreto del gen GLK2, se sabe que si se buscan variantes de este gen más activas, en condiciones normales de invernadero, los frutos tienen más azúcares y más sabor.

Una vez logrado el descubrimiento de la ciencia para encontrar el sabor perdido, el consumidor debe estar dispuesto a pagar más y el productor a cultivarlo de otra manera. Un ejemplo de lo anterior lo tenemos en los holandeses, que sólo producen tomates en invernaderos. Carecen del sol que disfrutamos nosotros, pero han encontrado la técnica adecuada. Su metro cuadrado es hasta cinco veces más productivo que el español. En sus invernaderos introducen CO2 para estresar a las plantas y que fabriquen azúcares. Es verdad que tienen un coste de producción alto, pero también lo es que según los datos de la Organización Mundial para la Alimentación y la Agricultura (FAO) producen más de 50 kg de tomates por m2 y además con un sabor realmente muy interesante pese a esas condiciones. Esa cifra supone casi cinco veces más productividad que los nuestros que no pasan de 8,49 kilos por metro cuadrado, aunque por encima de los 6 kilos por metro cuadrado de los italianos o de la media europea que no llega tampoco a los 7 kilos por m2.

El mercado del tomate

La cosecha de tomate española del pasado año se situó en 4,71 millones de toneladas, un descenso del 10% en relación a la anterior. Andalucía y Extremadura lideran la producción del tomate en España que es el octavo productor mundial tras China, India, EEUU, Turquía, Egipto, Italia e Irán. La mayor parte de la producción española se concentra en el tomate de verano -incluye también el destinado a industria- que se recolecta entre junio y septiembre con 3,37 millones de toneladas (descenso del 11,2%); seguido del que va de enero a mayo con 935.000 toneladas y finalmente el de otoño con 400.500 toneladas.

China, Italia y Marruecos son los grandes competidores de España en el mercado del tomate, cada vez más relevante puesto que el consumo mundial es superior en la actualidad a la producción. En 2018, y en el mercado de la UE, Países Bajos se con solidó como primer proveedor de la UE con 948.654 toneladas (prácticamente toda su producción), seguido de

España con 777.244 toneladas, estando estabilizada la exportación española en los últimos cinco años. Le sigue Marruecos con una exportación de tomate en 2018 de 547.584 toneladas, destinando 450.757 toneladas al mercado de la UE.

Almería es la provincia española más importante en la producción de tomate y concentra más del 60% de las exportaciones españolas, aunque pierde fuerza frente a otros cultivos ante la dificultad de control de la Tuta Absoluta y la mano de obra que requiere el cultivo frente a otros, lo que hace decantar la balanza hacia otro tipo de producciones. Retos: apuesta por el sabor y el residuo cero o lo ecológico

En los últimos años muchas empresas españolas han apostado por el cultivo ecológico ante la fuerte demanda en este sentido en los mercados europeos y las exigencias de los límites máximos de residuos por parte de las grandes cadenas de distribución. Pero sin duda la batalla más importante se libra en el sabor.

Cooperativa La Palma apuesta por su última creación del tomate Amela®.

En la Cooperativa La Palma trabajan bajo el concepto de agricultura de fusión en el desarrollo de nuevas líneas de productos de mayor tamaño, marcas de alta calidad y personalidad como su última creación: Amela®, un tomate que ha revolucionado el mercado ofreciendo una experiencia de consumo única, en la que han conseguido unir dulzura y extraordinarias cualidades organolépticas. Un tomate gourmet de reconocido prestigio en Japón que ahora, fusionando conocimientos y culturas diferentes, hacen realidad en Europa. Al igual que su magnífico Adora®, un excelente tomate asurcado marrón que ha recibido destacados premios del sector. Todo ello con un sistema de producción sostenible cuyo objetivo es reducir la huella hídrica y de carbono de forma considerable.

Fitó: la revolución con su Monterosa Collection

En Fitó tienen un equipo de cerca de 15 personas, dedicado a la mejora de sus variedades de tomate en el mundo. Cada año intentan lanzar nuevas variedades al mercado, mejorando las que se venden actualmente. Revolucionaron el mercado de tomate con su marca Monterosa, una variedad que se cultiva doce meses en diferentes lugares de Europa y Norte América, donde solo los mejores tomates en forma, color y sabor se venden con dicha marca.

Ahora Monterosa da un paso más y presenta su Collection (amarillo, naranja, rosa y chocolate), tomates de colores, sabores y texturas distintas, pero que comparten la misma voluptuosidad. Con esta novedad, las posibilidades de cocinar sorprendentes creaciones crecen exponencialmente. Chefs como David Andrés, mejor cocinero joven de España y Portugal y finalista del certamen San Pellegrino World Young Chef y chef del restante con estrella Michelin Via Veneto, ya se ha inspirado en ellos para crear gazpachos multicolor o ensaladas muy vistosas. Lo realmente asombroso de Collection es que los cuatro tomates son exquisitos, pero cada uno tiene una

experiencia organoléptica propia.

HM Clause: Adora® sigue siendo su producto estrella y la novedad es Harrison

Ya han pasado tres años desde que HM.Clause, una de las empresas líderes en semillas hortícolas, presentara en Fruit Attraction la marca de tomate Adora®. El balance es muy positivo y sigue creciendo y ampliando mercados por su sabor. Manuel Ferrer, responsable de mercados de HM.Clause Ibérica, señala que “nuestra apuesta era recuperar el sabor de siempre para satisfacción de los consumidores, pero hemos convencido al final a todos, desde el agricultor al consumidor, pasando por los técnicos, comercializadores y distribuidores”. La marca Adora® creada para el segmento de color marrón Marmande tiene un sabor inconfundible que le hace diferente y cuyo calibre no es el factor más relevante.

En su primer año comercial tienen una nueva variedad como el tipo pera ovalado Harrison para exportación, con buen sabor, larga conservación y calibre por encima de la media de su segmento. No hay que olvidar tampoco la variedad Celinda con un color rosa muy atractivo y buena firmeza y sabor; Arano, un beef de calibre con alta producción que aporta un excelente grupo de resistencias o Delibes, un larga vida con color, calibre y buena conservación. Bayer Crop Science: especialización en portainjertos Tras la adquisición de Monsanto por parte de Bayer en 2018, integra también sus marcas de semillas hortícolas De Ruiter y Seminis. En el cultivo del tomate Bayer es líder en portainjertos con el 63% del mercado de los mismos en España.

La nueva generación de sus portainjertos De Ruiter, y gracias a los constantes avances que realizan en I+D, ha supuesto que el agricultor obtenga una protección máxima frente a nematodos, mayor vigor, calibre, productividad e incluso consistencia en sabor.

Santiago Patiño, Iberia Marketing Manager de Bayer Crop Science, destaca en función del vigor y resistencia alta que se prefiera y por este orden el DRO141TX, Vitalfort y Dynafort como portainjertos que proporcionan la máxima protección posible contra nematodos en tomate y con mayor sanidad vegetal. A ellos se suman otros portainjertos ya conocidos como Beaufort, Multifort, Balancefort o Maxifort. Pero el que ofrece sin duda el mayor vigor de todos es DRO141TX, el estandarte de la nueva gama que ofrece unos resultados extraordinarios.
Un escalón abajo de vigor estaría el Vitalfort, adecuado para el tomate en rama, o el Dynafort, para el productor que desee un vigor medio y enfocado sobre todo para el tomate cherry.