



Tecnología punta para que la fruta sepa como «antes»

Paula García Viana (EFE) | «La fruta de ahora ya no sabe a nada» es algo que se escucha a menudo alrededor de las mesas de buena parte del mundo. Esta crítica ha llevado a algunas empresas a ver una oportunidad y emplear los últimos avances genéticos a la caza de los sabores «de antes».

Muchas de las frutas actuales «son casi corcho». Eso explica el director de la empresa española Provedo, Luis Aliseda, que se encuentra en Berlín participando en Fruit Logística, una feria hortofrutícola clave en Europa.

Provedo es una de las empresas que trabaja para crear nuevas variedades de fruta, en su caso sobre todo melocotones, albaricoques y ciruelas, con ese sabor característico, que en algún momento dejó de ser prioritario en favor de una producción rápida y masiva.

Para Aliseda, esto «es un ciclo tóxico»: «El mercado quiere tener una fruta siempre viva, eternamente dura. Los agricultores tienen que cumplir las

especificaciones que les exigen, que son muy exigentes. Al final cogen una fruta muy verde que no quieren los hongos ni los pájaros, pero tampoco nosotros.»

MÁS SABOR PARA CUMPLIR CON LOS CONSUMIDORES

Mientras que años atrás se primaba lo cuantitativo, la tendencia ahora está cambiando y los consumidores exigen más calidad, subraya Aliseda.

De esta misma opinión es Elena Saenz, directora de la Asociación Nacional de Obtentores Vegetales (Anove), un organismo que agrupa a 54 empresas y 3 centros públicos del sector de las semillas con una facturación conjunta anual de 1.200 millones de euros. Según Saenz, ahora se busca combinar las demandas de los agricultores, los proveedores y los consumidores finales.

«El agricultor tiene que enfrentar unas condiciones climáticas cada vez más adversas, lidiar con enfermedades nuevas y con la reducción de los productos de lucha contra las plagas, porque el consumidor pide que haya un residuo cero», detalló en declaraciones a Efe.

Tampoco es sencillo para el sector agrícola, según Saenz. «También queremos que la producción se pueda transportar fácilmente, necesitamos que se mantenga, y al final de la cadena, con el consumidor, tenemos que ver las preferencias que tiene cada mercado», agrega.

El aspecto de la fruta también fue uno de los principales motivos por los que el sabor se relegó a un segundo plano a la hora de desarrollar nuevas variedades de estos alimentos.

Ahora se sabe que el aspecto de una pieza de fruta no tiene por qué afectar al sabor, pero todavía «compramos con los ojos», asegura Saenz. Es por eso que desde el sector se busca concienciar al consumidor para que no tenga la estética tan en cuenta a la hora de escoger qué entra en su bolsa de la compra.

UN PROCESO DE MODIFICACIÓN LARGO Y CARO

La vuelta a los sabores tradicionales requiere de tecnología punta, pero enraíza en una larga tradición agrícola. «La modificación de cultivos siempre ha existido, pero hubo un momento en que al agricultor por sí mismo le costaba mucho avanzar», explica Saenz, que apunta que «hacia los años 60 es cuando la industria se profesionaliza y se dispara el sector obtentor».

Así los cultivos no empiezan hoy con la siembra, sino en un laboratorio, explica Aliseda: «Cogemos el polen de una planta, de la cual hemos estudiado sus características, y lo ponemos sobre otra planta que hace de hembra, que también hemos estudiado para analizar si son compatibles».

«Normalmente generamos entre 1.000 y 2.000 individuos hijos de ese cruzamiento», afirma, un proceso que es extremadamente largo.

«Hay que esperar tres años para ver la fruta, y una vez está seleccionada volver a plantarla en diferentes climas y sacar todas las conclusiones de cómo se comporta cada variedad en estos diferentes climas, lo que son otros cinco años», prosigue.

A continuación, entran en juego sus colaboradores en otros países. «Ellos vuelven a testar las variedades en sus climas, y si se cumplen todos los rangos, ya empieza la venta a los agricultores», explica el director de Provedo.

Según el cálculo de Anove, este proceso lleva entre diez y doce años de media, y cada nueva variedad tiene un coste de aproximadamente dos millones de euros.

«Las cifras son enormes si se tiene en cuenta que en España se registran unas 370 variedades al año, y a nivel europeo unas 3.800», detalló Saenz.