

# EMPRESAS



## —CALABAZA—

# Ramafrut lidera una oferta atomizada y en pleno desarrollo

Ramafrut marca diferencias en el segmento de la calabaza de la mano de Mercadona y con producto durante los 12 meses de oferta importada. Las firmas murcianas ganan enteros y nuevas iniciativas están en cocina.

POR RAFAEL I. LOSILLA Y JUAN ARIAS

La oferta española de calabaza suma unas 160.000 toneladas de la que la gama 'Butternut' se encuentra en pleno desarrollo mientras que la tradicional —de asar— pierde presencia.

“Es cuestión de tiempo y sobre todo cuando las variedades 'Butternut' logren mejorar los niveles de grados Brix y el comer de las variedades tradicionales”, señala Javier Bernabéu, director general de Sakata en España, la firma que lidera el mercado de semillas de la categoría.

Ramafrut es la firma que lidera la oferta de calabaza en España, aunque una gran parte la gestionan con producto importado de Centroamérica y África.

El fuerte de Ramafrut es el servicio que le da a la cadena Mercadona, tanto en producto procesado y cortado como en fresco. Además, la calabaza se ha convertido junto a la sandía en dos productos claves para la firma valenciana y es la categoría que le ha aportado un nuevo valor diferenciador en el mercado.

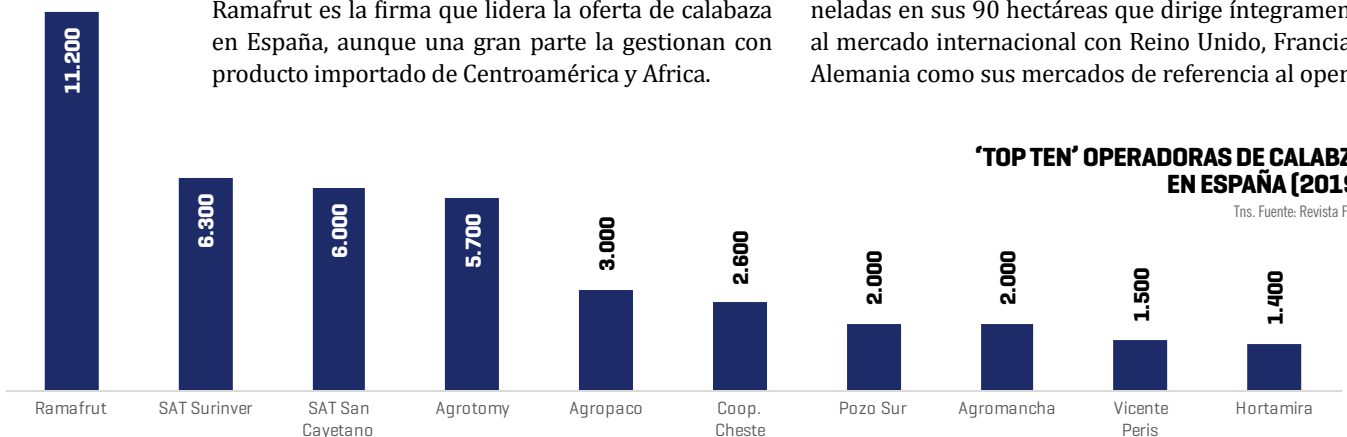
**MURCIA.** Los empresarios de Murcia son los que han tomado la delantera en la apuesta por la Butternut, tanto por decisión propia como por propuesta del mercado.

Es el caso de SAT San Cayetano, que cerró el ejercicio pasado con una oferta de 6.000 toneladas de producción propia tras cinco años de experiencia con la categoría.

La firma murciana cerró el último ejercicio con una campaña de 50 semanas con producción española y trabajando en dos campañas (de septiembre a abril y de mayo a agosto).

SAT San Cayetano tiene objetivos de inversión para la calabaza, ya que la firma se plantea realizar inversiones en una cámara blanca para realizar labores de procesado y troceado para su cliente de referencia. Además, la futura inversión “viene respaldada en el aumento de la demanda, una oferta por explotar y disponer de variedades de referencia en calabaza y un cliente que responde”, remarca Pepe García, gerente de SAT San Cayetano.

Surinver es la segunda operadora entre las empresas de referencia en calabaza al sumar sobre las 6.300 toneladas en sus 90 hectáreas que dirige íntegramente al mercado internacional con Reino Unido, Francia y Alemania como sus mercados de referencia al operar



con Butternut.

La firma alicantina cuenta con oferta tanto en convencional como en ecológico

La apuesta de Murcia ha llevado a un modelo de gestionar productivamente la calabaza diferente a como se realiza en Valencia o Castilla y León.

El principal objetivo es el rendimiento y mientras que los productores valencianos y castellanos operan con rendimientos de 25.000 kilos por metro cuadrado, Murcia supera los 70.000 kilos de media y "los productores finos se acercan a los 100.000 kilos", desvela Bernabéu.

Agrotomy cerró la campaña pasada con más de 5.700 toneladas que se dirigen íntegramente para exportación y casi exclusivamente para el grupo Tesco.

A diferencia de otras firmas, Agrotomy no ve más desarrollo de futuro en la categoría. "Han entrado productores de Portugal y operadores de otras zonas con precios muy económicos y no creo que la superficie se vaya a elevar mucho más", señala Tomás Jara, gerente de Agrotomy.

**EXPECTATIVAS.** La mayoría de los empresarios consultados por la revista F&H le ven expectativas de desarrollo a corto plazo y de manera inmediata.

Las firmas murcianas son las que más van a incrementar la superficie de calabaza en los próximos años

pero desde la vecina La Mancha.

Murcia redujo drásticamente su superficie de calabaza en 2019 al pasar de las 334 hectáreas en 2018 a las 148 hectáreas en 2019.

Este descenso por parte de los emprendedores de Murcia tuvo rápida respuesta en La Mancha que disparó su superficie hasta las 424 hectáreas.

No obstante, hay empresas de Murcia que van a seguir apostando por trabajar en Murcia.

Pozo Sur cuenta con 36 hectáreas de calabaza, de las que 21 hectáreas son de modo ecológico. Y es que la calabaza es un producto que se presta a la producción 'bio' por el vigor de su estructura que le permite no sufrir hoy de enfermedades ni virosis por la presencia de plagas.

La apuesta por Murcia viene de Hortamira. Esta cooperativa destina el 80 por ciento de su volumen para el mercado del fresco con Alemania -60 por ciento de sus operaciones- y Francia -40 por ciento- como únicos mercados.

La ventaja de la calabaza es su utilidad "como rotación de cultivo, aunque habrá que definir los puntos de producción más adecuados que tiene un consumo



**SAT San Cayetano alcanzó en la campaña pasada las 50 semanas de oferta de calabaza**

"Los mejores confían en las mejores variedades"

**SAKATA**  
PASSION in Seed



Foto: Sakata.



Valencia es la zona productiva con mayor superficie de calabaza en España.

en alza”, señala Pascual Blanco, director comercial de Hortamira. A la demanda se une la rentabilidad adquirida en el último ejercicio por los productores murcianos, que Hortamira cifra en un 30 por ciento. Esta firma recoge las 1.400 toneladas en ecológico y se convierte en el primer operador de calabaza en ‘bio’.

**PROPIOS DE LA MANCHA.** La superficie de La Mancha se dispara en calabaza hasta las 424 hectáreas, pero en parte por el interés de las empresas murcianas como Agrotomy o del líder Ramafrut.

Pero La Mancha ha tomado nota del desarrollo de la categoría y la firma Agromancha se mete en el ‘Top Ten’.

La estrategia de Agromancha rompe con el molde del resto de empresas, ya que su mercado de referencia es el español. Sólo el 10 por ciento mira a Francia y Holanda.

Toda la cartera de calabaza de Agromancha es butternut y las perspectivas son favorables. “Es un producto bueno, barato y en España se está decantando por este tipo de calabaza”, señala Juan Angel Gutiérrez, gerente de Agromancha.

La clave de este desarrollo también en España pasa por el formato de la calabaza, ya que “ayuda porque es un formato que está entre los 500 gramos y los 2,5 kilos y fácilmente accesible para el consumidor”, señala el ejecutivo manchego.

Agromancha destina casi el 70 por ciento de la cala-

## ¿HACIA DÓNDE MIRA LA CALABAZA ESPAÑOLA?

La presencia de la Butternut ha facilitado el desarrollo de la oferta española en Reino Unido, Italia y Suiza.

La entrada de la Butternut en la oferta española ha supuesto un cambio en las exportaciones y, sobre todo, un cambio en las fuerzas de los destinos.

El mercado británico ha ido ganando terreno año tras año desde el ejercicio 2015 de la mano de la Butternut y hoy ya supera las 6.300 toneladas, que se unen a las 5.500 toneladas con dirección a los operadores holandeses, que en parte van a las cadenas británicas. Francia se mantiene como el mercado internacional de referencia tanto para las calabazas tradicionales como para las de nueva generación, aunque los volúmenes han ido descendiendo desde que la producción francesa se ha elevado.

La entrada de la Butternut no ha modificado excesivamente la tendencia de los operadores galos, más familiarizados con las condiciones organolépticas de los materiales tradicionales.

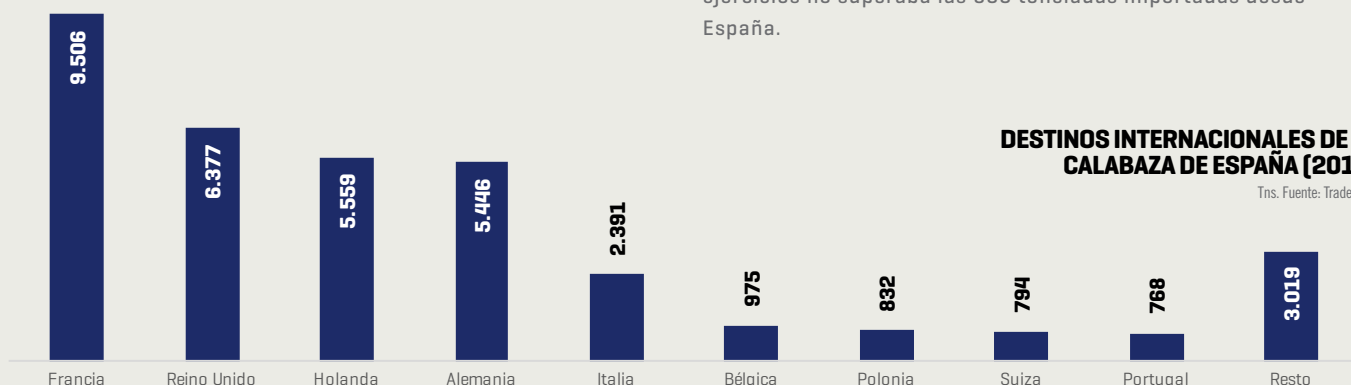
**Italia.** Es el mercado que más ha crecido en volumen. Su crecimiento ha ido superando el 30 por ciento en los tres últimos años y se sitúa cerca de las 2.400 toneladas.

La entrada de la ‘Butternut’ ha sido clave para las soluciones de purés y caldos que buscan los consumidores italianos. El segmento de demanda transalpino son los mayoristas, que operan directamente con supermercados y con detallistas tradicionales.

Otro destino donde la Butternut ha sido clave en el repunte comercial es Suiza. Este destino ha visto duplicar sus compras de calabaza española en cinco años, gracias a la presencia de un calibre de kilo por parte de los productores españoles. Hoy Suiza se acerca a las 800 toneladas, cuando hace cinco ejercicios no superaba las 500 toneladas importadas desde España.

### DESTINOS INTERNACIONALES DE LA CALABAZA DE ESPAÑA (2019)

Tns. Fuente: Trademap.



baza para el mercado en fresco y el resto para la industrialización.

Aunque Agromanca lidera la oferta en las Castillas, hay otras empresas como Tabuena –Castilla y León– que han entrado en la actividad. No obstante entre La Mancha y Castilla León hay actualmente unas 1.100 hectáreas.

**TRADICIÓN VALENCIANA + I+D.** Pero el área productiva de mayor superficie es Valencia. La Comunitat Valenciana supera las 2.000 hectáreas, aunque más del 50 por ciento corresponde a calabaza tradicional de asar. Pero las empresas presentes entre las grandes están centradas en el perfil 'butternut'.

Además de SAT Surinver, Agropaco aparece como la quinta firma en volumen gestionado. Para esta empresa, la calabaza es clave en su actividad y por este motivo hace cinco años adaptó sus instalaciones a las necesidades de la categoría.

El 80 por ciento de Agropaco va para procesado propio y un 20 por ciento se dirige para la industria. La exportación es su punto fuerte con operaciones a Reino Unido, Holanda y Francia. El mercado español aparece como el tercero en importancia.

El fuerte de Agropaco es la 'butternut' debido a que "recoge el tamaño ideal para las familias de hoy", apunta Rosa Gómez de la firma alicantina.

En otro escenario se encuentra Vicente Peris. Desde su atalaya de marquista de melón y con la puesta en escena de una potente sala blanca de manipulación, opera con 1.500 toneladas, de las que el seis por ciento las trabaja en procesado.

La firma valenciana opera en el mercado español y export, destacando plazas como Francia, República Checa, Italia, Bélgica, Reino Unido, Islas Mauricio, Austria o los mercados nórdicos.

La empresa ha realizado una apuesta inversora para la mejora de la preparación de calabaza asada con la adquisición de horno, abatidor, equipamientos, así como materiales y equipos relacionados con las producciones en el campo. La apuesta a futuro de Vicente Peris es la mejora de la conservación durante el almacenamiento de las diferentes variedades de calabaza que comercializa Peris –cacahuete, carruecano, roteña, entre otras-. ■



Foto: Sakata.

Los empresarios de Murcia están desplazando sus intereses a fincas manchegas.

*El futuro empieza hoy*

**SAKATA**<sup>®</sup>

PASSI<sup>ON</sup> in Seed



## JAVIER BERNABÉU

CEO de Sakata en España

# “Las nuevas generaciones de ‘butternut’ incorporan más grados Brix”

Bernabéu deshoja las margaritas que provocarán el ‘boom’ no medido aún de la superficie de la calabaza en las empresas españolas.

España suma más de 3.700 hectáreas de calabaza donde la ‘butternut’ es la revolución y el factor trampolín que está multiplicando la superficie de la categoría.

Y la inercia no está sellada aún, porque “la nueva generación de variedades permiten las prestaciones que se le ven a una ‘butternut’ con la mejora del comer y el incremento de los grados Brix de las variedades tradicionales de calabaza”, apunta Javier Bernabéu, CEO de Sakata.

La ‘butternut’ ha sido la clave del impacto de la calabaza entre las productoras españolas por aportar “más rendimiento en pulpa, más rendimiento en producción y mayor funcionalidad”, expone Bernabéu.

**LAS VENTAJAS.** La ‘butternut’ –también llamada calabaza cacahuete– tiene un rendimiento en pulpa del 70 por ciento utilizable para trabajar frente al 50 por ciento de las variedades tradicionales.

“Este incremento del rendimiento utilizable en pulpa es una motivación para el empresario a la hora de apostar por la nueva generación de calabazas”, expone el CEO de Sakata.

Además del rendimiento de carne utilizable, está el incremento considerable de la productividad, donde algunos productores son capaces de producir 100 toneladas por hectárea.

Lo habitual es sumar sobre las 70 toneladas por hectárea frente a las 25 toneladas de las variedades tradicionales de asar.

La apuesta por la ‘butternut’ ha sido vertical, ya que ha venido de la industria del procesado y la gran distribución, que han visto “en la optimización del fruto una gran ventaja para exponerla en los lineales”, apunta Bernabéu.

**EL FUTURO.** La nueva generación de ‘butternut’ desplazará a las tradicionales en el momento en que

## → Sakata proyecta ‘butternut’ de calibre más pequeño

Sakata pone en el mercado tres materiales recientes tras los 25 años de Atlas. Las nuevas variedades se caracterizan por contar con calibres más reducidos, pensando en el mercado en fresco.

El líder en semillas de calabazas proyecta tres nuevos materiales en calabaza, caracterizados por ajustar los calibres y mirar más al mercado en fresco.

**Atlas F1** es la variedad más antigua y popular entre los productores del formato ‘cacahuete’ al contar con 25 años de existencia.

Es la variedad caracterizada por grandes rendimientos y un tamaño de los frutos por encima de los 2.0 kilos pero nunca superior a los tres kilos por pieza. Era la variedad más usada por la industria y por la IV gama por su amplio calibre.

Pero Sakata pone en marcha una línea de mejora



“consigamos el comer y los grados Brix”, recuerda el director de Sakata.

La actual generación de ‘butternut’ ofrece 12 grados Brix frente a los 7-8 grados de los primeros materiales. Pero “lo que viene por delante alcanza los 16 grados Brix y el mismo comer que las variedades tradicionales”, apunta el CEO de la firma de semillas líder en calabaza ‘butternut’.

El futuro de la ‘butternut’ se está escribiendo. “La superficie va a subir porque el consumo va a responder y los supermercados exponen ‘butternut’ con asiduidad”, remarca Bernabéu.

El último dato. La superficie de La Mancha de calabaza en 2019 sumó 424 hectáreas, cuando hace dos años eran unas 200 hectáreas. ■

Javier Bernabéu en su centro de I+D en Almería.

**La ‘butternut’ ofrece un rendimiento en pulpa del 70% frente al 50% de las calabazas tradicionales**

para la venta en fresco, donde destaca **Veenas F1**. Los nuevos materiales se caracterizan por calibres más reducidos. Veenas F1 ofrece una calabaza en torno a los 1000 gramos, "muy apropiada para abordar la exportación en fresco con garantía", señala Joaquín Navarro, responsable de cucurbitáceas de Sakata.

La firma cuenta con **Ariel F1**, variedad líder con un calibre superior a Veenas F1. Su tamaño oscila entre los 1000 gramos y los 1.500 gramos, siendo unos calibres muy interesantes tanto para la exportación en fresco como para el mercado nacional que pide unos calibres algo superiores. Ariel F1 es tolerante al rajado y al cuello delgado. La variedad se caracteriza por un color pulpa naranja oscuro y un "alto contenido en azúcar", señala Navarro. Ariel F1 tiene resistencia intermedia al Oidio.

**PLUTO F1.** Sakata la denomina la versión más pequeña de Atlas y es la variedad más productiva de su gama. **Pluto F1** contempla una buena resistencia al rajado. La producción es homogénea con frutos de tamaño medio entre 1,5 kilos a 2 kilos por pieza.

Pluto F1 es una variedad versátil "porque aporta respuestas para la industria y para el mercado nacional en fresco", recalca el profesional de Sakata. El tamaño de Pluto F1 se puede reducir en las estaciones frías.

Además de este trio de variedades desarrolladas en los últimos diez años, Sakata tiene como novedad para los próximos años la variedad **Mieluna F1**.

Esta variedad destaca por una mayor precocidad en la recolección con calibre medios entre 1000 y 1200 gramos, siendo una variedad de planta abierta muy generativa que le permite alcanzar grandes producciones de calibres reducidos. Además, la variedad tiene un mayor nivel de azúcar y una mejor post cosecha. ■



Veenas F1 es la variedad más demandada por los exportadores que exigen un calibre reducido.

*El futuro empieza hoy*

**SAKATA**<sup>®</sup>

PASSI<sup>ON</sup> in Seed