

La firma Nunhems Semillas S. A. ha vuelto a reunir a los principales operadores del mercado de la cebolla en Albacete.

III Jornada profesional Nunhems de cebolla

FERNANDO CUENCA

inde@ediho.es



Por tercera vez, la firma Nunhems Semillas S.A. ha vuelto a reunir a los principales operadores del mercado de la cebolla en la cuna de este producto en España, Albacete. En esta ocasión, las III Jornadas profesionales de cebolla se han desarrollado bajo el título «¿Qué le pide a una cebolla?» y como respuesta se han organizado diferentes conferencias, de manera que los ponentes aporten información dirigida al segmento productor, comercializador e incluso de consumo.

En el acto inaugural, Pedro Antonio Ruiz, en calidad de pre-

sidente de la Diputación de Albacete, destacó que Castilla-La Mancha y, en particular, Albacete, se sitúa como la zona de mayor producción de cebolla de Europa. Queso, azafrán, ajos, vino... y ahora también cebollas son productos por los que se reconoce a Albacete internacionalmente. Sus representantes políticos, conscientes del interés económico de ello, no dudan en apostar e invertir en la creación de departamentos agrónomos con formación y con apoyo técnico que ayuden al desarrollo de este producto, más todavía dada su repercusión paralela

Las cebollas de la demostración de variedades aparecen en el campo (página opuesta), y, luego, ya recogidas, son apreciadas por los participantes.

en la fijación de población que ello supone.

Manuel González Ramos, delegado de agricultura de la Delegación provincial de Albacete, centró su intervención en destacar la importancia de la cebolla en la provincia de Albacete. En este contexto, matizó que entre los mayores productores de cebolla en el mundo se encuentra en primer lugar China, con 4.000.000 de toneladas, seguido de la India, Turquía y, en cuarto lugar, España, con 1.000.000 de toneladas por delante de Estados Unidos. Pero puntualizó que mientras en los

demás países estas cantidades aumentan campaña tras campaña, en España esta cantidad se mantiene. Se percibe un cambio estructural por zonas de producción, siendo Castilla-La Mancha (actualmente con el 45% de la producción española) la que incrementa la producción continuamente en detrimento de otras regiones del territorio nacional. Así, se ha pasado, por ejemplo, de 2.500 hectáreas en 1990 en Albacete a 3.300 hectáreas en 1999 y, del mismo modo, mientras la media nacional se sitúa en 40.000 kg/hectárea, en Albacete se mantiene en una horquilla de 75-80.000 kg/hectárea.

En cuanto al porqué de esta evolución creciente en Albacete, Manuel González destaca aspectos como la creciente mecanización del cultivo en la totalidad de sus procesos, la preocupación por el control de malas hierbas, también en lo que respecta a plagas y enfermedades, la existencia de unas condiciones idóneas de clima con una gran luminosidad, las características de sus suelos, una tipología de explotación de gran superficie y una adecuada evolución en el riego, repercutiendo, a su vez, en la rentabilidad del cultivo.

Con el título «El cultivo de la cebolla», Vicente Navarro Belenguer, presidente de ACEC (Asociación Nacional de Cosecheros y Exportadores de Cebolla), aportó datos sobre la produc-

Cosecha de cebollas en Albacete.

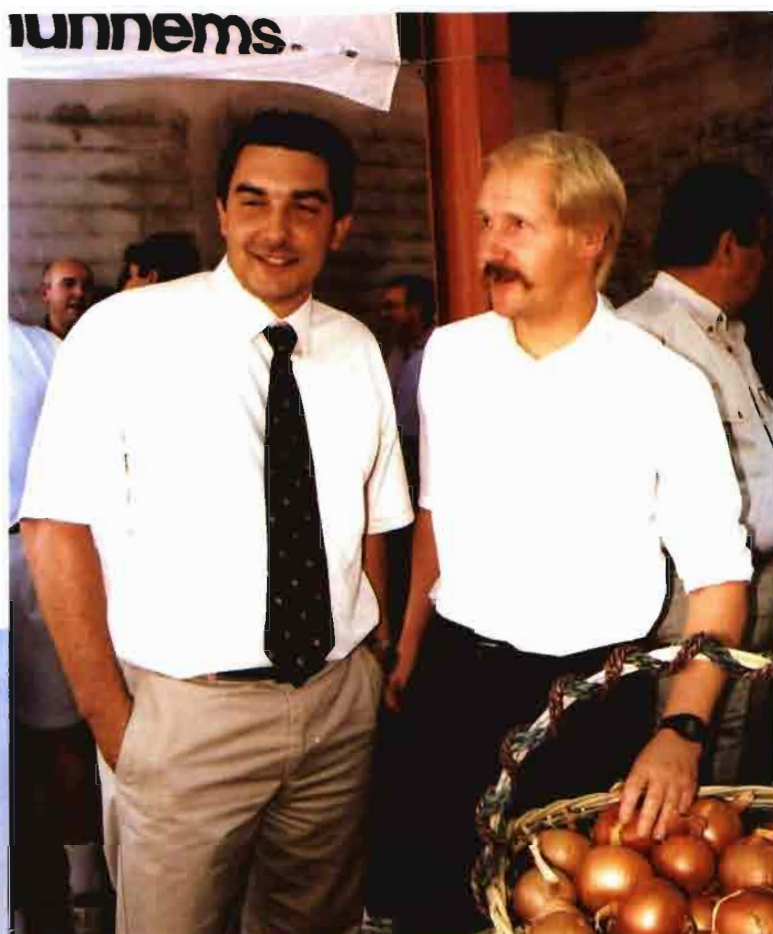
ción de la cebolla y, con ello, demostró la importancia y el porqué es este sector el tercero en producción y exportación en hortalizas en España. Se cultivan algo más de 25.000 hectáreas de cebollas, de las cuales 15.000 son de grano, 5.000 de babosas y lirias y las 5.000 hectáreas restantes de otros tipos, como rojas, blancas, figueras, chatas, del país, furetes, moradas de Amposta, etc. Esta superficie produce un millón de toneladas, de las que 300.000 se destinan a la exportación y, el resto, al consumo interior, dando una media de consumo de 17 kg de cebolla por habitante y año.

Producir un millón de toneladas de cebolla supone una in-

versión a los productores de 120,20 millones de euros, ya que son el resultado de unos 4.808,10 euros por hectárea cosechada y sobre camión en campo por 25.000 hectáreas. Siendo su valor estadístico en los seis últimos años, incluido transporte hasta la frontera, de 0,24 euros/kg, se genera unos 240,40 millones de euros entre agricultores, almacenes de envasado, transportistas, ... vinculados con la cebolla. A partir de estos datos, Vicente Navarro dijo que «un equipo de grandes estrellas, en el que cada una acampa a su aire sólo con la idea de su lucimiento personal, no tiene nada que hacer ante un equipo de hombres organizados con un único fin común»,

■ **Se percibe un cambio estructural por zonas de producción, siendo Castilla-La Mancha (actualmente con el 45% de la producción española) la que incrementa la producción continuamente en detrimento de otras regiones del territorio español**





Rafael Mora, delegado comercial de Nunhems Semillas, de parte con Hans C. Behr, ZMP.

con lo que pretendía justificar la necesidad de unión mediante ACEC. Hoy en día, ACEC es el interlocutor reconocido por la administración española y las diversas administraciones autonómicas a la hora de negociar los asuntos que pudieran afectar a la cebolla.

La intervención de Francisco Casamitjana, responsable comercial de Torribas S.A., se centró en qué se pide a una cebolla, contestando que el mercado de futuro tiende hacia la segmentación, en que la calidad prime ante todo y la necesidad de la trazabilidad como garantía de transparencia y calidad del producto. El precio irá adecuado a la presentación y las características organolépticas deben ser cuidadas, buscando cebollas crujientes pero no duras, suaves pero no sosas.

«Tendencias y desarrollos en el mercado internacional de cebollas» es el título de la ponencia a cargo de Hans C. Behr, del Zentrale Markt y Preisberichtsstelle ZMP de Alemania. Su intervención se basó en la exposición de tablas estadísticas con el objetivo de transmitir una visión clara del mercado actual de este producto. Entre esta información se encuentra que a nivel mundial se incrementa la producción de cebolla, lo que indica que cada día se consume más este producto. Asia, sobre todo China y la India, aumenta su producción a la que hay que prestar atención, puesto que la cebolla es un producto comercializado entre continentes sin la necesidad de ser transformado.

Ya en Europa, de forma glo-

El mercado de futuro tiende hacia la segmentación, en que la calidad prime ante todo y la necesidad de la trazabilidad como garantía de transparencia y calidad del producto



Vicente Navarro Cortés, gerente de Nunhems Semillas S. A., (izquierda). Ascensión Marcos, directora del Instituto de Nutrición y Bromatología del Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Haus C. Behr, del Zentrale Markt-und Preisberichtsstelle (ZMP) de Alemania, y Francisco Miró, responsable de marketing de Aventis, (derecha).



bal, esta importa más que exporta en contra de otras zonas como Asia y Oceanía, África o América. En cuanto a producción y por países, en estos últimos años Italia ha descendido su producción, aunque sigue manteniendo la oferta más diversificada de Europa (las variedades amarillas supo-

nen sólo un tercio del total). En Alemania sigue creciendo, mas aún es importadora y el consumo es un 50% de producción propia. Francia y Reino Unido se mantienen como mercado semejante en cuanto a producción, situándose, actualmente, cerca de las 350 y 400 toneladas, respectivamente.



Líder mundial en cintas de riego por goteo

más fuerte
más económica

Los agricultores de todo el mundo saben que nuestra cinta de riego es la más resistente y duradera del mercado, compruébalo.

INRIEGOS

Apdo. de correos nº 149
30730 San Javier, Murcia
Teléfono y fax 968 17 32 89
info@www.inriegos.com
www.inriegos.com



En la cuestión de exportación, los países del Este han invertido sus balances y ya son más importadores que exportadores. España se mantiene estable en sus exportaciones, aunque todo concentrado en muy pocos tipos. Italia, pese a que ha aumentado a mediados de la novena década, se

ha estabilizado y trabaja el segmento de las especializaciones. Francia sigue subiendo, centrándose en las calidades altas.

En importaciones, Alemania continúa importando bastante, a pesar de que ha descendido proporcionalmente, pues produce más, al igual que sucede con Reino

Aspecto de las jornadas de Albacete; de izquierda a derecha, R. Mora, F. Casamitjana, V. Navarro Belenguer, P. Ruiz y M. González Ramos.

Unido y Francia. Los Países Bajos importan cada vez más del hemisferio sur con destino para la reexportación. El origen de estas importaciones son Chile, Argentina, Australia y Nueva Zelanda como país más importante, además de adquirir cada vez más importancia.

Con respecto a la producción española, estimaciones de la ZMP en función de datos de consumo la colocan en las 800.000 t, sensiblemente por debajo de la cifra oficial de un millón de toneladas, obtenida por estimaciones de superficie y rendimiento. Dichas estimaciones de la ZMP alemana - no mencionadas por el Dr. Behr en su exposición - surgen de datos del panel de consumo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, que llevan el consumo doméstico a 230.000 t en 1996. El consumo institucional - cantinas, hospitales, cuarteles, cárceles - y

www.gogarsa.com

GOG ARSA®



- Invernaderos llave en mano.
- Calefacción.
- Ventilación para parrales.
- Pantallas térmicas.
- Control de automatizaciones.



TECNOLOGÍA • CALIDAD • DISEÑO
GARANTÍA DE FUTURO

GOG ARSA®

FÁBRICA E INSTALACIÓN DE INVERNADEROS
MULTICAPILLAS Y ASIMÉTRICOS

<http://www.gogarsa.com>
e-mail: info@gogarsa.com



Avda. Andalucía, 19 - Pulpí (Almería-Spain)
Tel. 950 464 468 - Fax 950 464 013

■ **El consumo de cebolla crece a nivel mundial un 5% anual, tal vez debido a la necesidad de una mejor nutrición y un estilo de vida más sano**

la restauración se llevaron unas 50.000 t ese año. Si se considera un margen de subestimación del 20 % - una cifra similar se registra en los paneles alemanes - daría un consumo interno directo de 300.000 t. De acuerdo con el MAPA, se industrializan también unas 50.000 t de cebolla. 200.000 t se perderían en cosecha (10 %) y comercialización (15 %). Considerando exportaciones netas de 200/220.000 t, se alcanza la cifra anteriormente mencionada de 800.000 t. Aun aceptando esta revisión a la baja, el consumo medio español sería de unos 12 kg/persona/año, el doble del consumo medio en Alemania.

España es un importante proveedor de cebollas, sobre todo para Alemania y el Reino Unido, que absorben casi el 70 % de esas exportaciones. De las 80/90.000 t de cebollas españolas que llegan a Alemania, sólo unas 5.000 t son consumidas por los hogares directamente. Los grandes compradores de cebolla española son el consumo institucional, las empresas de "catering" y la industria de procesado de carnes. A tal punto que la cebolla española de gran diámetro es conocida en muchas regiones como "cebolla de carnicero", mientras que el producto con menos de 80 mm se considera "casero".

El estancamiento de las exportaciones de cebolla hacia Alemania indica que ese nicho de mercado industrial está agotado. Si se desea incrementar las exportaciones, habrá que pensar en otras formas de presentación del producto - cebollas peladas y envasadas, por ejemplo - o aumentar

La cebolla, ¿conocemos sus propiedades?

El característico sabor y aroma de la cebolla hace que pueda ser usada con buenos resultados en ensaladas, como condimentos de distintas recetas consiguiendo alimentos más apetitosos e incrementando así el flujo de jugos digestivos. El bulbo de la cebolla intacto es inodoro, al romperse la célula produce un olor distintivo y libera los componentes que le imparten el olor y sabor característico, además de una sustancia lacrimógena.

El bulbo de la cebolla se usa medicinalmente. Se caracteriza por presentar propiedades expectorantes, depurativas, digestivas, diuréticas, antiséptica, tónica y vermífuga.

En base a sus propiedades medicinales, la cebolla se utiliza para desinfectar y en la curación de úlceras, llagas y heridas, así como para depurar la sangre y como laxante. También puede usarse en el caso de afecciones respiratorias, para descongestionar los bronquios, aliviar la tos y el dolor de pecho y bajar la fiebre. Otros usos son como desparasitante intestinal y repelente de insectos.

Sin embargo, a pesar de estas virtudes, puede sentar mal a personas con alguna afección de la vesícula biliar y la tradición popular sostiene que su consumo no es bueno para aquellas personas excesivamente excitables.

Su valor nutricional se centra principalmente en ser una buena fuente de ácido ascórbico, cubriendo un 17% de las recomendaciones dietéticas diarias cuando se consumen 100 gr de la misma. También contribuye aportando macronutrientes y micronutrientes (minerales, vitaminas). Contiene quercetina, un flavonoide con calidades antioxidantes. Ciertos estudios muestran que la quercetina ayuda a eliminar los radicales libres del cuerpo, inhibe la oxidación de las lipoproteínas de baja densidad, protege y regenera la vitamina E e inactiva los efectos dañinos de los iones metálicos quelados. Esta quercetina es una sustancia beneficiosa contra enfermedades y desórdenes como cataratas, enfermedades cardiovasculares y cáncer de mama, colon, ovarios, estómago, pulmón y vejiga.

Otros estudios indican que el consumo de cebolla puede prevenir la úlcera gástrica, atrapando los radicales libres y previniendo el crecimiento de microorganismos generadores de úlceras como el *Helicobacter pylori*: Los estudios de investigación muestran que las cebollas más picantes presentan fuerte actividad antiplaquetaria, lo cual es beneficioso para la salud; como es sabido, la acumulación de plaquetas está asociada con la arteriosclerosis, enfermedades cardíacas, ataques al corazón e infartos.

La cebolla, al igual que el ajo, contiene un aminoácido ($\text{CH}_2=\text{CH}-\text{CH}-\text{SO}-\text{CH}_2-\text{CH}=\text{CH}_2$) que se libera cuando el bulbo es machacado gracias a la ayuda de una enzima, que genera su olor característico. Parece ser que este compuesto tiene además propiedades afrodisíacas y se ha comprobado que también funciona como antibiótico.

Ascensión Marcos

Directora del Instituto de Nutrición y Bromatología (CSIC)

las ventas a los hogares. Esto último exigiría, no obstante, que el gran comercio minorista estuviese dispuesto a ofrecer también cebolla española de gran calibre, junto con los tamaños a los que el consumidor alemán está habituado.

Hans C. Behr continuó su exposición con información sobre las conductas de los consumidores de diferentes países y señaló a España como el principal consumidor de cebollas, con casi 18 kilos, persona y año. Asimismo, re-



Planta verde ornamental

Substratos especiales Klasmann a base de materias primas de estructura estable, que garantizan un rápido y sano desarrollo radicular de la planta verde ornamental.

K KLASMANN
PARA PROFESIONALES



Klasmann-Deilmann GmbH Georg-Klasmann-Straße 2-10 D-49744 Geeste – Groß Hesepe Tel. ++49 (0) 5937-31-0 Fax ++49 (0) 5937-31-279
info@klasmann-deilmann.de www.klasmann-deilmann.com

Klasmann-Deilmann posee el certificado DIN EN ISO 9001 y es miembro de R.H.P. (Regeling Handels Potgronden Holland) y miembro del Asociación de Calidad de Substratos para cultivo de plantas



VALINEX S.L.

Palleter, 2-1ª - E-46008 VALENCIA - Tel. (96) 385 37 07 - Fax (96) 384 45 15 - E-mail: valimex@ediho.es



saltó la oscilación de precios según el año y como este producto entra dentro del terreno de la especulación, en cuanto a valor económico se refiere. Reino Unido y Alemania son los dos grandes mercados para España, en sus calibres grandes y, por lo tanto, no van dirigidos principalmente al consumidor final, sino más bien hacia la industria.

Por último, Vicente Navarro Cortés, gerente de Nunhems Semillas S.A., se centró en «La importancia de las variedades en el mercado de cebolla». En este aspecto, los esfuerzos orientados al cultivo, aportar soluciones integradas para la cadena de comercialización y trabajar en la innovación como elemento en la creación de valor añadido son los tres objetivos estratégicos de la empresa en la producción varietal.

Aspectos relacionados con el cultivo implica que si en todo cultivo la elección varietal es fundamental en el éxito del mismo, en cebollas lo es aún más, si cabe. La causa radica fundamentalmente en aspectos como la respuesta al fotoperíodo para la bulbificación, la resistencia a la subida a flor prematura, la precocidad en la forma-

Las jornadas de cebollas de Nunhems Semillas se han convertido en centro de interés para técnicos y medios especializados.

ción del bulbo, las dimensiones y formas del bulbo,... en definitiva, factores y elementos que hacen que exista una correlación muy grande entre variedades y zonas de cultivo al tener que estar estas muy adaptadas a su climatología.

Con respecto al segundo punto, destacó que el cliente se encuentra en toda la cadena, desde el agricultor al consumidor final, ya que la variedad debe satisfacer a todos, además de que es el único producto hortícola objeto de comercio mundial sin necesidad de ser procesado. Con respecto a las características demandadas por la cadena de comercialización resaltó una máxima producción, aptitud para ser mecanizada, conservación, intensidad y diversidad de colores según mercado, uniformidad de calibres y calidad organoléptica con alto contenido en azúcares unidos a un bajo contenido pirúvico. En este sentido, realizó ejemplos de variedades perfectamente introducidas en el mercado, como «Vaquero F₁», «Granero F₁», «Sabroso F₁»..., en oferta de grano, «Masilla F₁», «Campillo F₁»..., en color, «Alabaster F₁», «Cometa F₁», «Silverstone F₁»..., en blanco, etc. fruto del trabajo

realizado en este sentido.

Sobre innovación, el factor que cabe destacar es el de crear valor añadido, ya que hacer lo que siempre se ha hecho no suele aportar dinero. Generar más valor añadido supone cambiar el mercado y esto sólo se puede hacer conjuntamente con todo el sector y de ahí la necesidad de involucración. Un ejemplo de ello es lo ocurrido con la patata con productos para freír, asar, cocer, etc., creando variabilidad de oferta en el punto de venta.

En conclusión, el consumo de cebolla crece a nivel mundial en un 5% anual. Como ejemplo del motivo están aspectos como la conciencia de una mejor nutrición con un estilo de vida más sano, un interés en mejores características organolépticas, como es el caso de un sabor más dulce y suave, una sociedad multicultural que acepta una diversidad en alimentación como fruto de la globalización, el incremento experimentado en la comida preparada, etc. En conjunto, un panorama esperanzador donde poder poner en marcha innovaciones con garantía de éxito.