

La gran diversidad de productos que existe en el mercado ha revolucionado los sistemas comerciales y las estrategias de marketing en la cadena de distribución.

La cebolla en el mercado europeo

■ **RAFAEL MORA**

*Especialista de cebolla de Nunhems Spain.
r.mora@nunhems.com*



Si alguna vez ha existido variedad y diversidad al alcance de todos (quienes se lo puedan permitir) es desde luego en esta época. Esta gran diversidad de productos en el mercado ha revolucionado los sistemas comerciales y las estrategias de marketing de los principales miembros de la cadena de distribución. Cosa lógica por otra parte debido a la gran

Nuevos híbridos de excelentes cualidades se están introduciendo, sin embargo producir cebollas dulces no depende sólo de la variedad y son muchos los factores que afectan al sabor.

competencia entre los actores de la cadena.

Así por ejemplo muchas frutas y hortalizas ya se ofrecen al consumidor en función de un factor diferenciador que les aporta o se pretende que les aporte un valor añadido. Por ejemplo se venden sandías que no tienen semillas, se venden tomates que aguantan mucho, se venden melones

superdulces, se venden espinacas con más vitamina C, se venden patatas para diferentes usos y así, un largo etcétera. Y todos estos productos tienen algo en común y es que el consumidor puede estar tranquilo por que el producto cumple con aquello por lo que se le ofrece.

Respecto de las cebollas cabe decir que España es el princi-



Variedad Cimarron, cebolla amarilla de día medio.

pal consumidor en Europa con un consumo en torno a 16 Kg por habitante y año. Esto no es una casualidad. Es más bien la respuesta de los consumidores a que nuestras cebollas son muy buenas y muy digeribles incluso en crudo. Muy digeribles si las comparamos con las cebollas que habitualmente se producen en el norte de Europa.

Pero lo cierto es que ni todas las cebollas que se producen en España son igual de digeribles, ni, por el bien común, podemos permitir que se comercialicen atendiendo a un factor diferenciador que no cumplen.

Durante años los productores españoles han estado comercializando sus cebollas en los principales mercados Europeos, y esforzándose por mejorar la calidad y el aspecto de nuestras cebol-

las. Durante años los consumidores ingleses, alemanes, etc. han comprado nuestras cebollas que se les ofrecían atendiendo a dos factores diferenciadores básicos: Su tamaño más grande y su sabor más dulce.

Es cierto que nuestros productores vendían sus cebollas en Europa con el argumento del tamaño, pero no con el del sabor. Sin embargo también es cierto que no hemos hecho nada por evitar que en los mercados de destino se vendieran las cebollas provenientes de España como dulces o "mild onions".

Producir cebollas en España es muy caro, tenemos los costes de producción más altos de Europa. En España para producir las cebollas que los consumidores europeos quieren necesitamos tierras sanas, que cuestan mucho de alquilar, necesitamos fertilizar mucho los terrenos, mantener la sanidad vegetal es muy caro

Figura 1:

Alemania: Porcentaje del Discount

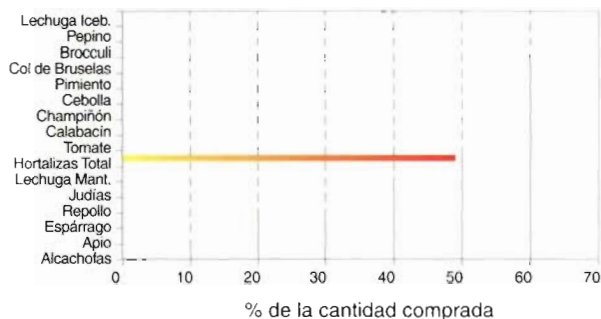
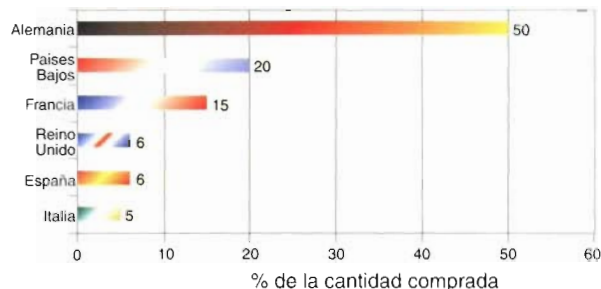


Figura 2:

El Discount en Europa: Frutas y hortalizas frescas, 2004



Catálogo de variedades de cebollas de la firma Nunhems.



en España. debemos regar mucho y el agua es un bien caro y escaso y cosechamos a mano la gran mayoría de cebollas para preservar la calidad y sanidad. Además adecuar los sistemas de producción a las nuevas y obligadas normativas de calidad y seguridad alimentaria ha resultado y resulta muy caro para los productores.

En países como Alemania, principal importador de cebolla Española junto con Inglaterra en los últimos años los supermercados descuento están liderando las ventas de frutas y hortalizas y como no de cebollas, como podemos ver en las gráficas.

Esta tendencia de precios tan bajos está siendo seguida por otros, y a buen seguro, tendrá consecuencias en la calidad del producto y en la viabilidad de algunas empresas agrarias.

Por otra parte mercados tradicionales de calidad como Inglaterra, hasta ahora compraban nuestras cebollas por su calibre y

las vendían en sus supermercados etiquetadas como "Mild Onions" (cebollas dulces).

Hace un par de años, los productores ingleses junto con algunos supermercados y un grupo de estudio, iniciaron una campaña de investigación y análisis en las cebollas de la cual se dedujo que Inglaterra podía producir mayores tamaños, que también podían producir cebollas más dulces, que las cebollas españolas que ellos vendían como dulces, no tenían una garantía de sabor y no siempre eran lo dulces que se esperaba, y que además, incluso podían tomar ventaja del sabor fuerte de sus cebollas como factor diferenciador creando así otra alternativa comercial. Como consecuencia se inició una campaña de promoción y defensa de la cebolla británica, lo cual está muy bien por parte de ellos ya que es muy lógico que los británicos quieran defender su producto. Uno de los principales cambios que ya se ha visto en el mercado es el cambio de etiquetado. Ahora las cebollas Españolas ya no se

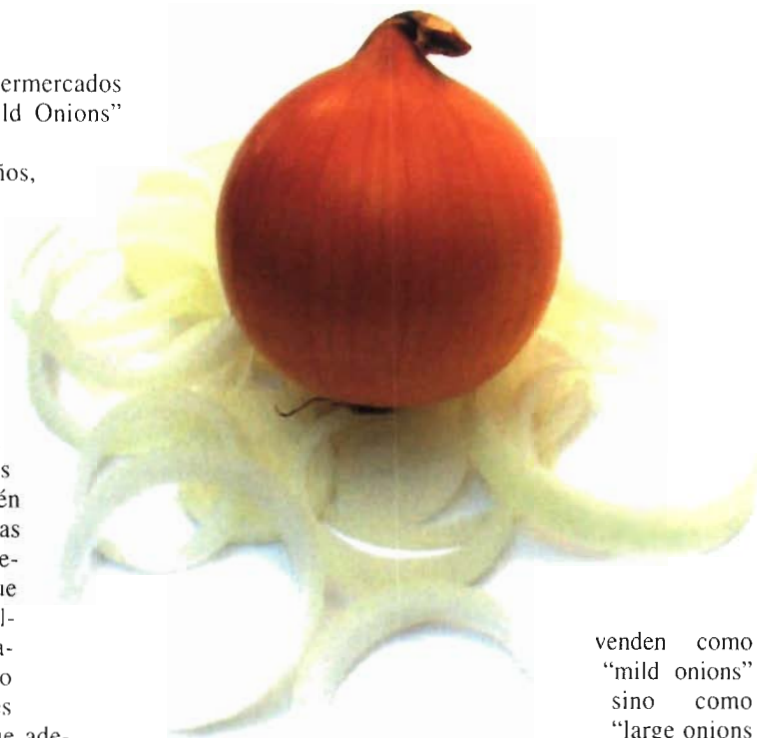


Foto superior variedad **Vaquero**, **cebolla amarilla de día largo**. **En la parte inferior**, variedad **Madero**, **cebolla amarilla de día medio** y **variedad Campillo**, **cebolla roja de día medio y largo**.

venden como "mild onions" sino como "large onions" (cebollas grandes). ¿Ello que implica?, que ahora cualquier cebolla de calibre grande podrá ocupar esa parte del lineal venga de donde venga.

Si queremos recuperar esa posición que nos pertenecía deberemos mantener la calidad externa de nuestra cebolla y además garantizar el sabor con un precio competitivo y con una buena dosis de promoción.

España produce una de las gamas más amplias de variedades de cebolla. Muchas de las variedades aquí producidas son realmente dulces. Nuevos híbridos de excelentes cualidades se están introduciendo, sin embargo producir cebollas dulces no depende solo de la variedad y son muchos los factores que afectan al sabor. Por ello debemos

aprender a cultivar cebollas dulces, debemos aprender a analizar el sabor de las cebollas y debemos crear e implantar una normativa que regule y normalice su comercialización.

En Nunhems pensamos que nuestro trabajo y el de nuestros clientes debe estar dirigido por el mercado y no por el producto. Esto es lo que en estos momentos el mercado está pidiendo y desde Nunhems y junto con la Universidad Politécnica de Valencia ya nos hemos puesto a trabajar para aprender a analizar y producir cebollas dulces. El excelente trabajo de la Dra. Raigón durante la campaña pasada ya ha dado sus frutos desde el punto de vista analítico. A buen seguro cuando concluya sus investigaciones en este segundo ciclo estaremos en disposición de producir cebollas dulces conociendo los parámetros que interfieren.

El siguiente paso deberán darlo los productores creando la normativa adecuada para la comercialización de cebollas dulces y regulando su venta. Y esto desde mi punto de vista deberán hacerlo sin atender a variedades ni zonas de cultivo, únicamente al sabor. Debemos hacerlo rápido y no podemos perder tiempo en disputas domésticas. Tiempo tendremos de diversificar zonas y variedades cuando hayamos creado un mercado fuerte y con una demanda creciente.

