

Exportar lechuga a Buenos Aires

“ Es cierto que 12.000.000 de habitantes bonaerenses conforman un mercado capaz de absorber cualquier tipo de producto. Pero no lo es menos que hasta hace pocos años hubiera sido difícil prever que un artículo como la lechuga, en especial la de exportación, pudiera crear tantas expectativas en el país vecino.

Según la revista Agronoma de noviembre del 93, varios productores uruguayos comprobaron que la lechuga que se comercializaba en el mercado porteño no era buena y, en muchos casos, provenía no sólo del cinturón hortícola del Gran Buenos Aires, sino de zonas tan alejadas como Santiago del Estero, a una distancia de 700 kilómetros. Respecto a precios constataron que eran similares a los de Uruguay, aunque el producto

no alcanzara igual calidad.

El primer paso, haciendo historia del pequeño grupo de productores interesados en la iniciativa de exportación, el mayor tenía una superficie cultivable de 10 hectáreas y, ante la necesidad de conseguir nuevas plazas, pues los precios en el mercado interior eran demasiado inestables y bajos, la respuesta fue formar una empresa, PASUR (Productores Asociados

“ Los productores-exportadores uruguayos de lechuga han llegado a la conclusión de que el cultivo de lechuga ha de hacerse en invernadero. Esta hortaliza, bajo invernáculo no hay que lavarla, porque no tiene tierra, lo que mejora su conservación.”

del Sur). Y, entre tanto, contactar con la sociedad Telvar, que ofrecía asesoramiento en marketing, diseños de envases, promociones, búsqueda de mercados y se dedicaba principalmente a productos alimenticios destinados a la exportación.

En noviembre de 1992 se concretó la primera exportación. Pero hasta entonces había sido necesario invertir grandes dosis de

trabajo y dinero. Se carecía de todo tipo de infraestructura y se hacía obligatorio crearla. Una de las tareas fue la de lograr homogeneizar el producto y tratar de conseguir un mismo tamaño y calidad, así como crear una marca «Dolinda» para todo el conjunto. Y hubo necesidad de aprender a cosechar la lechuga, transportarla, lavarla y enfriarla de una manera específica.

Con los envasados se hizo un estudio preliminar que, hasta la fecha, pasó por diferentes modelos y materiales. Se comenzó con cajas de madera y, más tarde, se creó un sistema para envasar con red. En el presente se ha optado por la caja de cartón parafinado con capacidad para 24 unidades.

Actualmente, Productores Asociados del Sur, vende 7.500 kilos de lechugas semanales en Buenos Aires, teniendo previsto, a corto plazo, triplicar la cantidad.

En agosto del 93, otro grupo, Movimiento de



Conseguir uniformidad de calibres y calidades, y aprender a cosechar, transportar, lavar y enfriar la lechuga, son los grandes retos de los productores-exportadores para lograr un comercio de esta hortaliza al más alto nivel.

Arriba a la izq., recolección de lechuga con asistencia de cinta transportadora en Holanda. En la otra fotografía, recolección manual con asistencia mecánica y acondicionamiento en el mismo campo, en una finca de España.

Horticultores de Salto, comenzó a exportar lechuga a esa ciudad. Esta empresa envía el producto al Mercado Central de Buenos Aires a consignación. Entre agosto y octubre exportó 22.253 kilos.

Los productores-exportadores uruguayos de lechuga han llegado al convencimiento de que el cultivo ha de hacerse en invernadero. El producto cultivado en el invernáculo, además de ser perfecto, si se rotan los cultivos, tiene un costo bajo.

Así mismo, a la lechuga de invernáculo no hay que lavarla, porque no tiene tierra, lo que mejora su conservación.

En Uruguay, de momento, la mayor producción de lechuga del país, que concentra más del 90% de la producción total, se localiza en zonas próximas a Montevideo, en particular los parajes de Toledo Chico, Ruta 102, Pando y Rincón del Cerro.

Se trata de pequeños productores de tradición lechuguera que, por lo general, cultivan otras hortalizas y frutas. Son, en su mayoría, propietarios de pequeños predios que realizan operaciones agrícolas con aporte de mano de obra familiar y contratada. Su mercado es la capital.

Al productor de Salto o Soriano le resulta más rentable exportar, pues, además de que está más cerca de Buenos Aires que de Montevideo, lo que abarata los costos de transporte, se encuentra con un mercado de 12.000.000 de habitantes. ”

Redacción

Europech'94



Instantánea tomada en uno de los debates producidos durante el Forum Europeo Profesional sobre frutas de verano, celebrado en Perpignan, Francia, el pasado mes de mayo.

“ El pasado 6 y 7 de mayo se celebró en la ciudad de Perpignan, en el sur de Francia, el Forum Europeo Profesional de Frutas de Verano, Europech, para valorar la situación actual y adoptar nuevas respuestas comerciales que reactiven el sector y respondan a las nuevas exigencias de los consumidores.

Según datos obtenidos por la agencia Secodip, entre 1989 y 1993 se ha observado un descenso en el consumo de melocotones -de 9 kg por persona y año a 7 kg- mientras que, por otro lado, manzanas, naranjas y plátanos han obtenido mejores resultados. Si se establece una comparación entre países se obtienen cifras muy dispares. En Francia, el 65% de las familias consumen grandes cantidades de albaricoques, mientras que en Alemania y Gran Bretaña tan sólo el 40% y 10% respectivamente muestran preferencias por esta fruta estival. Por otro lado, en Italia se consume 2,3 veces más melocotones y nectarinas que en

Alemania, representando tan sólo el 8% del volumen de compras en Francia. En este país, los índices más altos corresponden a los cítricos con un 35% sobre el consumo total; manzanas, en un 23% y plátanos, en un 11%. Las características que más se aprecian en las frutas son que presenten un sabor dulce y conserven gran frescor, así como un aspecto saludable.

Durante 1993 se han recolectado un total de 3.750.020 toneladas de melocotón y nectarinas, de las cuales 1.100.000 se produjeron en Grecia, 856.000 de España, 395.000 de Francia y 1.398.720 de Italia. Por otro lado, la cantidad de albaricoques cosechados ha sido de 512.000 toneladas, de las cuales 92.000 se obtuvieron en Grecia, 179.000 en España, 78.100 en Francia y 163.400 en Italia.

Respecto a las previsiones para el 1994, se estima que se recolectarán 1.498.150 toneladas de melocotón (296.000 en Grecia, 136.000 en España, 296.750 en Francia y

768.800 en Italia); 924.650 toneladas de nectarina (128.000 en Grecia, 188.000 en España, 185.050 en Francia y 423.600 en Italia); y 1.573.540 toneladas de pавías (715.000 en Grecia, 662.000 en España, 14.500 en Francia y 182.040 en Italia).

En Francia la calidad de los productos puede reconocerse a través de diferentes métodos, como la elaboración de marcas propias, colectivas, denominaciones de origen controlado, etiquetado de calidad superior y otras certificaciones. En la Unión existen procedimientos similares, entre los cuales cabe destacar: A.O.P., Denominación de Origen Protegido; I.G.P., Indicación Geográfica Protegida y A.S., Certificado Especificativo. Todos estos calificativos gozan de gran valor a nivel comercial, económico, técnico, estratégico y humano. Por ello, es necesario profundizar en este campo. ”

XAVI JOFRE