

# La lechuga murciana, líder en los mercados comunitarios

El 95 por ciento de las exportaciones corresponden a la variedad Iceberg

*La lechuga es uno de esos productos que ha hecho posible el "boom" que Murcia ha protagonizado durante los últimos años en el desarrollo de una potente industria agraria dirigida a la exportación. Esta región, con más del 90% de la cosecha nacional de lechugas, surte a todo el mercado de la UE. Durante 1998, España exportó 390.876 toneladas.*

Vida rural. Redacción.

La variedad más producida es la Iceberg, debido a la gran aceptación que tiene por parte de los consumidores, sobre todo, europeos, ya que el 95% de la lechuga que se exporta corresponde a esa variedad. En el mercado nacional su consumo ronda el 60% y el 40% restante corresponde a otras variedades como Romana, Baby y cogollos.

El éxito de la lechuga Iceberg se debe a su homogeneidad, excelente calidad intrínseca, aspecto exterior, limpieza y fácil pelado. El Reino Unido fue el que abrió los ojos a los productores-exportadores de la Región de Murcia, quienes, tras comprobar la gran proyección que tenía en ese y otros mercados de la UE, comenzaron a desarrollar su cultivo para dirigirlo fundamentalmente a la exportación.

No es casual que esta lechuga sea tan valorada en el Reino Unido, país europeo con mayor desarrollo de las cadenas de distribución y que obliga a los productores a obtener una calidad en la presentación superior a la de otros mercados europeos. La fuerte competencia existente entre estas cadenas para conseguir cuota de mercado supone para los proveedores españoles un aumento en el coste y preparación del producto.

La profesionalidad y organización del sector han sido y son fundamentales para garantizar la buena marcha de este cultivo. En España, los principales productores de lechuga son cooperativas, sociedades y organizaciones de productores de frutas y hortalizas

(OPFH). Y esto es así por su clara tendencia al mercado y a la exportación.

Los productores de lechuga, al igual que los del resto de hortalizas, no reciben ningún tipo de ayuda directa, ya que obtienen todas sus rentas del mercado. Tan sólo pueden optar a las escasas ayudas previstas en la Organización Común de Mercado (OCM) de frutas y hortalizas a través de los fondos operativos, que se limitan entre el 2 y el 4,5% de la facturación de las organizaciones de productores. Recientemente, los productores han solicitado al Gobierno español y a la Comisión que se fije este porcentaje en el 4,5%, ya que, en la práctica, las ayudas nunca llegan a esta cifra, quedándose como mucho en el 3%.

Los principales problemas del cultivo son las plagas, el temido virus de la lechuga (TSWV) y, por otro lado, las inclemencias meteorológicas, por lo que se ha demandado una mejora y potenciación de su seguro agrario.

Los productores de lechuga también han solicitado una mayor orientación al mercado de la política agraria del Ejecutivo español y una potenciación de las estrategias de inver-



siones dirigidas a este sector tan competitivo. Asimismo, demandan al Gobierno y a la propia Comisión que negocien al más alto nivel la apertura de mercados como el de Japón y EE.UU.

## Personalidad propia

El gran crecimiento de la producción de lechuga en España ha permitido que esta hortaliza cuente con una personalidad propia en su comportamiento en los mercados, donde su dominio es digno de mención. De hecho, los productores-exportadores españoles, gracias a sus notables inversiones, han conseguido conquistar y dominar los mercados comunitarios.

Hoy, apenas existe competencia para ellos, salvo el de las producciones locales y en los periodos donde los volúmenes exportados por España no son importantes. Hablamos de la época estival, justamente cuando los países del Norte de la UE, con veranos suaves, pueden producir esta hortaliza. En ocasiones, compite duramente con la escarola italiana y la lechuga trocadero francesa. Su presencia en el mercado se extiende de octubre a mayo.

La lechuga es, tras el tomate, la principal hortaliza exportada por España. De hecho, durante 1997 se vendieron al exterior 377.781 toneladas, por un valor de 35.953 millones de pesetas, cifra que aumentó en 1998, año en el que se exportaron 390.876 tn, por valor de 36.086 millones.

El comportamiento de la lechuga no siempre va acorde con el del resto de productos hortofrutícolas. De hecho, su producción y,



La presentación del producto es cada vez más importante para su comercialización.

**CUADRO I. EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LECHUGA (DATOS DE FEPEX)**

DESTINO	1997		1998	
	KG	X 1000 PTAS	KG	X 1000 PTAS
Unión Europea	365.492.797	35.028.375	377.018.953	34.943.230
Otros países	12.288.797	924.891	13.857.289	1.143.763
<b>TOTAL</b>	<b>377.781.594</b>	<b>35.953.266</b>	<b>390.876.242</b>	<b>36.086.993</b>



por consiguiente, sus ventas crecen sistemáticamente desde hace más de diez años.

Durante los dos primeros meses del año 1999, la exportación hortofrutícola española descendió en valor un 5% y en volumen un 16% en relación al mismo periodo del año anterior,

según datos de la Federación de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas y Hortalizas (FEPEX). Este descenso

fue muy acusado en los envíos a la UE, afectando, sobre todo, al tomate, con una caída del 8% del volumen de las ventas. Sin embargo, las ventas de lechuga se incrementaron más de un 12%.

En España, el consumo de hortalizas creció durante 1998 un 1,3% respecto al año anterior, siendo el Levante y el Noroeste peninsular los mayores consumidores.

Los españoles consumimos 60,4 kg de verduras frescas por persona, siendo la lechuga uno de los más demandados, según demuestran los datos del panel de consumo alimentario elaborado por el Minis-

terio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

La orientación al mercado exterior de este producto tiene su origen en el campo, al ser cultivada en explotaciones intensivas, dotadas con estructuras de protección de los cultivos y sistemas de riego y muy fertilización avanzados. Asimismo, la exportación, que ha exigido históricamente el cumplimiento de las normas de calidad comunitarias y un servicio comercial más complejo, ha sido determinante en la evolución de las estructuras de manipulación y comercialización de este producto, que hoy cuenta con una dimensión empresarial y nivel tecnológico y de organización muy avanzado.

La lechuga es uno de los productos que se puede beneficiar de la marca AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación). Los exportadores españoles de lechuga están desarrollando este sistema para aplicarlo también a la cultivada al



aire libre, ya que hasta la fecha tan sólo se ha puesto en práctica para las producciones de invernadero. ■

**LECHUGAS**

TIPO ICEBERG

- Ciclo Empire: CATI, MALTA, DORIS, INDUS  
(Indus es resistente a las 16 cepas de Bremia)

- Ciclo Salinas: BIX, ANZA, UXAMA, PATRIOT, SALEM, LORCA

- Ciclo Coolguard: LADY FROST, MIKONOS, MULA, NORMA

TIPO SWEET MINI-COS

- LINCOLN, SHERWOOD, LIVRO

TIPO ROMANA

- PONZA

TIPO BATAVIA

- MARIOLA, BATAROSSA

Nueva variedad en ensayos con resistencia a las 16 cepas de Bremia: EX-7110

**BRÓCULI**

- LORD
- EARL
- PRINCE



**A.V. Seeds Ibérica, S.L.**

Delegaciones:

**Valencia**

Avda. Levante, 65 - 1ª planta - 46469 Beniparrell (Valencia)  
Tel. 96 120 07 34 - Fax: 96 120 39 04

**Almería**

Alvarez de Sotomayor, 102 (Ctra. Málaga) - 04710 Sta. Mª del Águila (Almería)  
Tel. 950 58 15 00 - Fax: 950 58 03 55

**Extremadura**

Cabrilla, 5 - 06490 Puebla de la Calzada (Badajoz)  
Tel. 924 45 01 11 - Fax: 924 45 59 55

**Zona Murcia:** 610 57 81 86

**Zona Andalucía / Canarias:** 610 57 81 84

**Zona Ebro:** 610 57 81 79

**Zona Duero:** 610 57 81 85

