LA UVA OHANES EN CRISIS

COMERCIALIZACION DE LA UVA OHANES DE ALMERIA

LA UVA DE MESA EN ESPAÑA

Juan M. Urquiza Urniza*

0. INTRODUCCION

La uva de mesa de almería está siendo una actividad que se viene sin enfrentar una serie de factores negativos, como pueden ser la crisis económica que nuestra nación ha atravesado y sigue por sus consecuencias, especialmente en el mercado Comunitario, en el cual ejerce una fuerte presión y que es el C.E.E. En un momento, la crisis de la uva Ohanes de Almería ha perdido mercados y hasta está viendo "comerse" parcelas. Esto hay que llevarlo a efectuar el índice dejando el punto de vista bonito, es decir saber dónde estamos y por otra parte, saber las consecuencias en orden a superar la actual situación.

El análisis de las dificultades y posibles alternativas del presente se comprende bien de la uva Ohanes en Almería lo vamos con una perspectiva de la uva de mesa en España, pasando a considerar a la producción de uva de Ohanes y, posteriormente, la uva Ohanes en la provincia de Almería. Con ello pretendemos saber los problemas con relación a la uva de Almería sin perder de vista que solo el año 79 la uva Ohanes de Almería.

La información disponible es heterogénea, ya que los datos utilizados fundamentalmente han sido el Anuario de Estadística Agraria y la información sobre uva de mesa del Servicio de Inspección Fitopatológica del Ministerio. Tenemos que acudir en orden a los años de producción, con relación a uva de mesa de exportación importadora, pues en la segunda posición con de las cifras se establece el concepto "producción comercial" que supuestamente coincide con "producción exportable". Es que en otra las cifras van a ser de producción a la vez que, por ejemplo, en comercial o de uva que, por ahora es del consumo anterior, no tienen que ser en cuenta a la transformación industrial en vez de los consumos en fresco.

Una vez analizada las cifras anteriores

* Ingeniero Agrónomo.

1. LA UVA DE MESA

1.1. La uva de mesa en España

La uva de mesa en España, ocupó en 1978 una superficie de 34 757 HAS de las que 9 182 corresponden a secano y 25 574 sbo de regadío, con una producción total de 352 620 TM. Las provincias productoras son:

Almería	142 094 Tm
Murcia	85 318 "
Valencia	51 797 "
Alicante	50 408 "
Badajoz	12 600 "
Málaga	12 600 "

Así, a las cifras anteriores corresponde un total de 352 620 Tm. Se puede afirmar, por consiguiente, que el sector se halla concentrado en el área mediterránea, con la sola excepción de Badajoz.

La producción de uva de mesa tiende a crecer, con el lógico paréntesis de los años de la guerra, con un máximo en 1959 con 1 [illegible] Tm.

Año	Tm (miles)
1939	219,3
1940	175,1
1950	207,2
1960	217,4
1970	315,4
1975	449,1
1976	455,1
1977	375,7
1978	352,2

Hasta 1960 inclusive no figura la exportación, porque en la estadística correspondiente se incluía también la uva para pasas.

En el mismo período la exportación de uva de mesa ha seguido la misma trayectoria:

Año	Tm exportadas
1930	[illegible]
1940	[illegible]
1950	[illegible]
1960	[illegible]
1970	[illegible]
1975	[illegible]
1977	[illegible]
1978	[illegible]

Vemos que existe una cierta relación entre producciones y exportaciones, pero no es muy grande. Una parte importante se queda en el mercado español.

(Cifras obtenidas del Anuario Estadística Agraria 1978).

AGRICULTURA. Madrid.- Nº 581, (1980); p. 792-796.

Diputación de Almería — Biblioteca. Comercialización de la uva de Ohanes de Almería., p. 1

R-3745

LA UVA OHANES EN CRISIS

COMERCIALIZACION DE LA UVA OHANES DE ALMERIA

LA UVA DE MESA EN ESPAÑA

EXCMA. DIPUTACION PROVINCIAL Biblioteca ALMERIA

José M.ª UNCITI URNIZA*

0. INTRODUCCION

La uva de mesa de Almería está atravesando una aguda crisis en la que han influido una serie de factores negativos, como pueden ser la incorporación de nuevas técnicas de transporte, la liberación del comercio exterior, la creación del Mercado Común y la incorporación del Reino Unido a la C.E.E. En consecuencia, lo cierto es que la uva Ohanes de Almería ha perdido mercados y el sector está viviendo momentos difíciles. Ello nos ha llevado a analizar el sector desde el punto de vista comercial para saber dónde estamos y qué acciones pueden emprenderse en orden a mejorar la actual situación.

El análisis de los problemas y posibles soluciones que presenta la comercialización de la uva Ohanes de Almería lo iniciamos con una panorámica de la uva de mesa en general, pasando a considerar a continuación la uva de Ohanes y, posteriormente, la uva Ohanes en la provincia de Almería. Con ello presentemos saber si los problemas que afectan a la uva de Almería son generales en el sector o si hay algún factor determinante que solo atañe a la uva Ohanes de Almería.

La información disponible es heterogénea, ya que las dos fuentes utilizadas fundamentalmente han sido el Anuario de Estadística Agraria y la publicación sobre uva de mesa del Servicio de Inspección Fitopatológica. en concreto, tenemos reservas en cuanto a las cifras de producción relativas a uva de mesa de vocación exportadora, pues en la segunda publicación de las citadas se introduce el concepto "producción comercial", que suponemos coincide con "producción exportada", lo que oculta las cifras verdaderas de producción a la vez que niega calidad comercial a la uva que, por avatares del comercio exterior, ha tenido que ser enviada a la transformación industrial en vez de ser consumida en fresco.

Una vez analizada las cifras intentaremos descubrir las causas generadoras de los resultados obtenidos, lo que en gran manera conlleva la formulación de juicios de valor, que procuraremos apoyar en documentación.

La gran cuestión planteada, y a la que hay que aportar el máximo de luz posible, es si la uva de mesa Ohanes ha entrado en una pérdida definitiva de mercados o si su difícil colocación en los mercados exteriores obedece a motivaciones institucionales, salvables con nuestra incorporación a la C.E.E. Otra cuestión, que no vamos a abordar, es si, en el supuesto de que exista una demanda potencial, las cotizaciones practicadas permiten obtener una rentabilidad al cultivo, dadas las prácticas culturales y estructurales de costes actuales.

I. LA UVA DE MESA

1.1. La uva de mesa en España

La uva de mesa en España, ocupó en 1978 una superficie de 84.757 HAS DE LAS QUE 59.183 corresponden a secano y 25.574 son de regadío, con una producción total de 382.629 TM. Las principales provincias productoras son:

Alicante	142.984 Tm
Murcia	55.318 "
Valencia	51.797 "
Almería	50.406 "
Badajoz	31.500 "
Málaga	12.600 "

Entre las demás provincias ninguna supera las 5.000 Tm. Se puede afirmar, por consiguiente, que el sector se halla concentrado en el área mediterránea, con la sola excepción de Badajoz.

La producción ha seguido una tendencia creciente, con el lógico parón de los años de la guerra, con un máximo en 1976, año en que se inicia un retroceso. En cmabio, la superficie pasó su máximo en 1972.

Año	Tm (miles)	Has. (miles)
1930	219,3	—
1940	175,1	—
1950	207,2	—
1960	217,4	—
1970	315,4	90,8
1975	448,1	89,2
1976	455,1	87,8
1977	328,7	89,6
1978	352,2	84,8

Hasta 1960 inclusive no figura la superficie, porque en la estadística manejada se incluía también la uva para pasificación.

En el mismo periodo la exportación de uva de mesa ha seguido la siguiente trayectoria:

Año	Tm. exportadas (m
1930	38,5
1940	—
1950	—
1960	62,2
1970	129,7
1975	136,3
1976	123,9
1977	82,3
1978	49,8

Vemos que existe una cierta con entre producciones y exportacion rrespondiendo el máximo de éstas iniciándose rápidamente una pér mercados extranjeros.

(Cifras tomadas del Anuario d distica Agraria 1978).

*Dr. Ingeniero Agrónomo.

Diputación de Almería — Biblioteca. Comercialización de la uva de Ohanes de Almería., p. 2

2. Variedades exportables

Las variedades muy precoces, cuya exportación se inicia en el mes de junio, se cultivan bajo protección de plástico, estando este cultivo en regresión. Actualmente quedan 30 Has, casi todas ellas de Cardinal, con una producción de 600 Tm. Otras variedades tempranas son la Mostel A. Lavallée y la Cardinal al aire libre, con una producción de 25.000 Tm.

Las principales variedades de media estación son la Italia, Rossetti, Chasselsa y Chelva, con unas 110.000 Tm.

Las variedades tardías, que suponen más del 95% de nuestras exportaciones de uva de mesa, tienen una producción global de unsa 153.000 Tm.

La exportación, según variedades, ha sido la siguiente:

	Media 1968–1972	Campaña 78/79
Ohanes	89.662	24.973
Aledo	13.932	21.665
Napoleón	3.817	5.911
Cardinal	1.898	1.441
Rosseti	2.570	1.577
Otras	3.801	1.560
	105.680	57.127

(Datos del servicio de Inspección Fitopatológica 1978-1979).

Las exportaciones han decrecido desde el quinquenio 68-72 en un 50% correspondiendo este decremento casi en su totalidad a la variedad Ohanes, mientras que otra variedad tardía, la Aledo, ve incrementada grandemente su exportación.

LA UVA OHANES

Prescindiendo de Alicante, que cuenta con una superficie de UNAS 260 Has y una producción de unas 8.500 Tm, vamos a centrar el tema en Almería y Murcia.

Las superficies aproximadas dedicadas a Ohanes en ambas provincias son:

Campaña	Almería	Murcia
74	7.100 Has.	3.100 Has.
75	7.500 "	2.400 "
76	7.900 "	2.700 "
77	7.550 "	2.550 "
78	7.800 "	2.500 "
79	7.700 "	2.330 "

La exportación de uva Ohanes ha seguido la siguiente evolución.

Año	Tm
70–71	103.875
71–72	99.445
72–73	69.442
73–74	83.357
74–75	102.315
75–76	81.825
76–77	87.653
77–78	47.727
78–79	24.973

Su destino a los principales países demandantes ha sido el siguiente:

	74–75	75–76	76–77	77–78	78–79
Alemania	38.555	27.701	28.974	9.801	2.469
Reino Unido	32.017	24.540	23.235	15.285	10.323
Suecia	9.818	6.297	8.279	5.728	2.851
Noruega	7.813	6.726	7.712	5.311	3.775
Dinamarca	3.393	2.963	3.678	2.004	1.099
Finlandia	2.833	3.537	3.160	1.161	144
Suiza	1.930	1.016	1.679	846	409
Francia	1.598	3.493	3.757	2.800	1.194
Irlanda	1.028	839	1.199	944	505

En la década de los 70 las exportaciones han sido oscilantes, ya que en la campaña 74-75 casi alcanzan las cifras de la 70-71. El proceso regresivo se inicia en la siguiente campaña, dándose el caso de que en lsa correspondientes al 77-78 y 78-79 prácticamente hay una reducción respecto a la anterior del 50%. Hay que observar también, que la pérdida de mercados extranjeros ha sido continua y general, afectando tanto a los países de la C.E.E. como a los no comunitarios.

Para estudiar las cotizaciones nos vamos a fijar en un mercado significativo como lo es el Reino Unido.

(Precios en Peniques/kg)

Mes	Quincena	73–74	74–75	75–76	77–78	78–79
Setiembre	1ª	14–18	22–27	22–27	55	55–70
	2ª	23–24	22–27	22–27	55	55–70
Octubre	1ª	23–24	22–27	22–27	45–50	55–70
	2ª	8–14	22–27	22–27	45–50	55–70
Noviembre	1ª	20–22	22–27	22–27	55–65	35–50
	2ª	20–22	22–27	22–27	55–65	35–50
Diciembre	1ª	32–34	27–29	25–29	55–65	35–50
	2ª	32–34	27–29	25–29	55–65	35–50
Enero	1ª	12–35	27–29	25–29	55–65	30–50
	2ª	14–35	27–29	25–29	55–65	30–50

(Datos del Servicio de Inspección Fitopatológica).

Como ocurre en las series de cotizaciones de mercados donde concurren mercancías de diferentes procedencias, la serie es poco aleccionadora. En las cotizaciones de cada país competidor que afectan a la cantidad y calidad del producto exportado. Pero si se puede deducir, aún teniendo en cuenta que no se trata de

DIPUTACIÓN DE ALMERIA BIBLIOTECA

Diputación de Almería — Biblioteca. Comercialización de la uva de Ohanes de Almería., p. 3

peniques constantes y que tampoco la paridad de las monedas lo ha sido, un nivel creciente de precios. en cambio no se puede afirmar que haya periodos más favorables en cuanto a cotizaciones, ya que en unas campañas los mejores precios se han conseguido en los primeros envios, mientras que en otras ha sido la cola la mejor pagada.

3. LA UVA DE ALMERIA

3.1. Producción

Según el Anuario Estadistico, las superficies y producciones de uva de mesa en Almeria han sido en los últimos años las siguientes:

Año	Superficie Has	Producción Tm
1972	9.077	102.882
1973	9.177	101.292
1974	9.221	106.212
1975	9.200	81.000
1976	9.075	90.742
1977	8.837	68.408
1978	8.659	50.406

Es más significativo analizar las cifras de superficie que las de producción, ya que en éstsa puede estar enmascarado el concepto "comercial". También hay que señalar que las series se refieren al total de las variedades de uva de mesa, si bien la información que poseemos nos dice que en su casi totalidad se trata de la variedad Ohanes.

Hay que observar, como es lógico en un cultivo permanente, la pequeña variación de la superficie cultivada a lo largo de los años considerados, si bien a partir de 1975 la tendencia es manifiestamente decreciente, en coincidencia con las dificultades en el comercio de exportación.

3.2. EL producto

La opinión general es que la uva de Ohanes ha degenerado desde que nuevos sistemas de transporte permitieron a Inglaterra y Europa Central importar otras variedades de uva con menor resistencia al transporte, cualidad que ha sido la más apreciada en la uva de Ohanes. A partir de este momento el productor ha seguido sistemas culturales tendentes a compensar con cantidad la pérdida de cotización.

Por otra parte, no está muy claro —habría que conocer la opinión del consumidor extranjero— cuál es en la actualidad la cualidad que la demanda valora más: coloración, tersura del hollejo, sabor o dulzor.

3.3. El sector comercial

El sector comercial ha sufrido un gran cambio en los últimos años. Los diferentes cambios de moneda, las posibilidades de importar con las divisas generadas por la exportación, etc., incorporaron al sector exportador a profesionales que, probablemente, buscaban la rentabilidad de sus actividades no en la exportación de uva, sino en los beneficios que se derivaban de ella. El hecho cierto es que la liberalización del comercio exterior produjo el declive o la desaparición de empresas bien organizadas, básicas en un producto cuyo destino tradicional ha sido la exportación.

Por otra parte, los cultivos extratempranos han permitido cerrar el ciclo anual a los exportadores de hortalizas, que anteriormente trabajaban la uva en los meses invernales.

Actualmente existen muchos exportadores —más de cien— en su mayoria pequeños empresarios, entre los que no faltan los espontáneos, que solamente en ciertas campañas actúan en este producto. Todos compiten en el que consideran el mejor mercado —el inglés— sin un previo estudio de la capacidad de absorción, niveles de precios que pueden soportar los consumidores, calidad exigible, etc.

Hasta hace unos años, el exportador, murciano o de la provincia, concertaba a través de sus agentes locales la compra del parral mediante la entrega de una señal, corriendo de su cuenta el corte, que efectuaba en varios floreos, seleccionando en cada momento los racimos en estado óptimo, atendiendo fundamentalmente a la coloración.

A partir de la entrada de Inglaterra en la C.E.E. y, sobre todo, de las pretensiones de los productores en la campaña 78 como respuesta a la pequeña producción, que elevaron los precios por encima del poder adquisitivo del consumidor inglés con la consiguiente pérdida del mercado, los exportadores han restringido las compras, seleccionando los parrales, entregando la tradicional señal, pero sin retirar más que la uva que les interesa, aunque el resto sea también de calidad exportable, quedando una producción de la que no se hacen cargo posteriores compradores. En la campaña 79 ha quedado como destrio un 50%, corriendo además el productor con el corte y la puesta a pie de camión en carretera.

Por los interioristas o en parrales de excelente calidad, la compra se hace a limpiaparra.

3.4. Cooperativas

En la provincia de Almeria existen las siguientes Cooperativas Uveras:

Cristo de la Luz	Dalías
Luz—Dalías	Dalías
Vega de Celín	Dalías
Frusol	El E
Camposol	El E
San Isidro	El E
Agrupoval	El E
Nuestra Sra. del Carmen	Berja
Cruz Blanca	Canjá
Agrícola Alhameña	Alham

Todas ellas disponen de almacenes d confección y de pequeñas cámaras d prerrefrigeración para envio. En algú caso, las cámaras se utilizan par conservación refrigerada con adición d sulfuroso. Agrupoval y Cruz Blanca, cuen tan con fábricas de mostos y alcoholera vendiendo los productos en Albuñol, Ju milla, etc.

Todas las cooperativas citadas está integradas en SERCOEX, Cooperativa d 2.° grado, que centraliza la comercializa ción de sus asociados. Cada cooperativ tiene un Jefe de corte, confecciona y envio sale del propio almacén. SERCOE gestiona las ventas, define tipos de enva se, organiza el transporte y liquida e función del precio obtenido por cada pa tida. Entre todas las cooperativas dispo nen de una producción teórica de 10.00 Tm y han exportado 7.000 Tm.

3.5. Destino de la producción

En la campaña 79, cifrada en 100.00 Tm para Almeria, la exportación h absorbido unas 45.000 Tm, el mercad interior unas 10.000 Tm, fundamenta mente en Navidad, y el resto se ha ido alcoholeras.

Las industrias de transformación d destrios, aunque reciben el nombre d alcoholeras, obtienen como producto fin mostos. Existen tres en la provincia:

Diputación de Almería — Biblioteca. Comercialización de la uva de Ohanes de Almería., p. 4

	Capacidad de moltura-ción	Capacidad de envase			
Berja, S.A.	25–30 Tm/h	4.000.000 l	(Canjáyar)	30 "	5.000.000 l
Coop. Valle del Andarax			Agrucoval	15–30 "	2.000.000 l

● HACIA UVAS DE CALIDAD COMERCIAL

● LA UVA OHANES Y LA C.E.E.

3.6. La uva de mesa Ohanes y la C.E.E.

La Reglamentación Comunitaria está orientada a proteger la producción propia frente a la competencia exterior. A la sombra de esta protección, la producción italiana ha seguido la siguiente evolución:

	Producción italiana de uva de mesa	
Campaña	1963/67	1973
Tm (miles)	857,4	1.264,7
Campaña	1977	1978
Tm (miles)	1.008,3	1.363,0

De acuerdo con el Reglamento Comunitario la campaña de comercialización de uva de mesa abarca el periodo comprendido desde el mes de mayo de un año hasta el mes de abril del siguiente. A lo largo de la campaña se producen oscilaciones de precios que hacen necesaria la protección de la producción comunitaria en los meses de mayor oferta. Con este objetivo funcionan dos mecanismos: los precios de referencia y las tasas o Tarifa Exterior Común (T.E.C.).

Se inicia la campaña en el mes de mayo con una producción comunitaria prácticamente nula, por lo que no son necesarios los precios de referencia, que funcionan desde la primera decena de julio hasta el 20 de noviembre. En 1978 los precios de referencia para categoría I embalado fueron:

		U.C./100 Kg
Julio	11–20	30,69
	21–31	
Agosto		30,69
Sep.-Oct.		27,02
Noviembre	1–20	27–30

Así pues, los precios de referencia afectan a la uva Ohanes desde el principio de la campaña hasta el 20 de noviembre.

La Tarifa Exterior Común grava las importaciones extracomunitarias, existiendo algunos periodos de baja comercialización en que a España se le aplican reducciones del 50%.

Para la uva de mesa la T.E.C. es la siguiente:

	T.E.C.	Reducción
De 15 de julio a 31 de octubre	22 %	—
De 1 de noviembre a 14 de julio	18 %	50 % (de 1 de enero a 31 abril)

Por consiguiente, la T.E.C. afecta a la uva Ohanes en un 22% hasta el 31 de octubre, en un 18% a partir del 1 de noviembre, y un 9% a partir del 1 de enero.

Es por tanto necesario ver como influyen ambos mecanismos en las exportaciones españolas. En cuanto a los precios de referencia, España no ha sido penalizada con la aplicación de tasas compensatorias. Para analizar el impacto de la T.E.C., vamos a estudiar los calendarios de exportación a la C.E.E., según meses.

Campaña	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.
73–74	10.540	34.621	28.287	12.448	3.260
74–75	9.349	27,719	37.517	26.986	6.903
75–76	4.777	26.366	27.777	22.622	6.871
76–77	8.310	21.745	34.726	16.636	5.966
77–78	5.595	14.389	20.963	12.424	2.814
78–79	412	5.751	16.293	16.662	4.906

(Elaborado en base a la publicación del S.I. Fitopatológica).

(Elaborado en base a la publicación del S.I. Fitopatológica).

Se observa como, a partir del primer año de la serie, en que entre los meses de septiembre y octubre cubrieron aproximadamente el 50p de la exportación anual, se ha ido trasladando ésta hacia los meses de noviembre, diciembre y enero. Ello puede obedecer a dos causas o a una combinación de ambas: respuesta para eludir la T.E.C. o desplazamiento en los meses iniciales forzado por la presencia de la uva italiana.

Para estudiar la competencia de la uva italiana, lo vamos a hacer en un mercao significativo, Covent Garden de Londres, en base a las cotizaciones divulgadas por la Agencia Reuter correspondiente a la campaña 79-80 para la uva Ohanes de Almería y las Italia y Regina italiana.

Diputación de Almería — Biblioteca. Comercialización de la uva de Ohanes de Almería., p. 5

Mes	Quincena	Cotizaciones en Covent Garden (ptas./kg) Ohanes (Esp.)	Italia	Regina
Sep.	1ª	58,18/69,81	—	58,18/63,99
	2ª	58,18/72,72	63,99/79,99	41,18/69,81
Oct.	1ª	53,00/70,66	68,02/97,16	45,64/52,52
	2ª	70,66/73,61	64,77/80,97	51,52/58,88
Nov.	1ª	45,36/68,04	77,96/109,15	
	2ª	68,04/70,88	109,15	
Dic.	1ª	67,20/81,81	112,48	
	2ª	87,65/105,18	—	
Ene.	1ª	84,51/96,58		
	2ª	85,51/96,58		

Del anterior cuadro, y refiriéndonos a la campaña 79-80, se desprende que el consumidor inglés considera la uva Ohanes de España de una calidad intermedia entre la Italia y la Regina, si bien hay que hacer notar que la Italia a que se refiere la Agencia es de gran categoría, cultivada y conservada bajo plástico. También se observa que las cotizaciones se elevaron en los dos últimos meses de la campaña, meses hacia los que tiende a concentrarse la oferta española.

Será conveniente, a la vista de lo anterior, saber cuál fue el grado de incidencia de la uva procedente de España y de la italiana en el citado mercado, de acuerdo con los datos de la Agencia Reuter, correspondiente a 1979-80:

Campaña	Noviembre	Diciembre	Enero
74–75	449	1.912	69
75–76	145	2.204	213
77–78	498	1.141	303
78–79	37	879	158

(Datos del Servicio de Inspección Fitopatológica).

Mes	Importaciones de uva de mesa en el R.U. (Tm) C.E.E.	Italia	España	Otros
Septiembre	9.616	7.315	1.730	2.889
Octubre	6.841	6.431	7.518	—
Noviembre	884	876	7.099	306
Diciembre	447	166	4.699	384
Enero	235	55	2.597	751

El cuadro anterior nos dice que la uva italiana compite en cantidad en los meses de septiembre y octubre, quedando España dominando el mercado a partir de noviembre. Anteriormente se ha puesto de manifiesto que el consumidor inglés está dispuesto a pagar precios elevados en dichos meses por uva de buena calidad y estado de conservación, y que el exportador italiano no renuncia a percibir estos altos precios del mercado como consecuencia de posibles primas o ayudas más o menos encubiertas.

La falta de competencia de la uva italiana a partir de noviembre se pone en evidencia en las siguientes cifras de exportación de uva española a Italia.

4. CONCLUSIONES

Las conclusiones a que llegamos son:

– El cultivo de uva de mesa está en regresión, más acentuada en la variedad tardía Ohanes.

– La pérdida de mercados para la variedad Ohanes es general, no limitándose exclusivamente a la C.E.E.

– En esta pérdida de mercados han podido influir: la TEC, la presencia de la uva italiana libre de la TEC, y un sector exportador poco agresivo.

– La uva italiana nos ha expulsado del Reino Unido en los meses de septiembre y octubre; pero en estos meses se dan cotizaciones atractivas y mucho más si la uva no exportada tiene que dirigirse a alcoholera.

– El mercado inglés está dispuesto a pagar precios altos por uva de buena calidad, como la variedad Italia cultivada bajo plástico.

– La uva Ohanes goza entre el consumidor inglés de una preferencia intermedia entre la Italia de buena calidad y la Regina.

– El exportador italiano parece no gozar de otro privilegio que la exención de la TEC.

– Dado que el sector comercial no parece muy interesado en este producto, sería conveniente la formación de cooperativas para la exportación, con la ventaja de que en la liquidación a sus socios quedarían diluidas las partidas sometidas al 22, 18 y 9p de TEC, lo que favorece la presencia en los mercados durante toda la campaña.

– Necesidad de realizar un estudio de mercado que analice los gustos del consumidor extranjero y establezca para diferentes niveles de precios la posible demanda.

– Como consecuencia del estudio de mercaod, fijar los caracteres que definen la calidad de uva Ohanes, orientando las prácticas de cultivo a conseguir la calidad deseada. ■

Diputación de Almería — Biblioteca. Comercialización de la uva de Ohanes de Almería., p. 6