

# Comercialización de *Uva de Mesa*

CAMPAÑA 1996

ANDRES VALVERDE

*Ingeniero Agrónomo Albentillas S.C.A.*

**L**A campaña de uva de mesa 1996 ha terminado con unos resultados decepcionantes en general. Desde Junio, con las variedades sin pepita, hasta el invierno, con la uva Ohanes y Aledo, pasando por la Moscatel Italiana de Murcia y Alicante, la Dominga en Murcia, la Napoleon en Almería y Murcia, ..., todas ellas han pasado un auténtico calvario para poder ser comercializadas, por supuesto a precios muy inferiores a los del pasado año.

Los motivos de la mala disposición de los mercados han sido múltiples, pero todos confluyentes en el sentido negativo hacia los intereses del agricultor y los agentes comerciales. Para poder analizarlos los dividiremos en tres grupos, en orden descendente en cuanto a su campo de acción: De ámbito general, de ámbito sectorial, sector uva de Ohanes en particular.

## 1. Factores de ámbito general

La situación de los mercados europeos es muy similar a la de los españoles. La mayoría de los países

experimentan un frenazo del consumo en general, propiciado por las medidas de austeridad de los gobiernos ante la entrada en vigor de los acuerdos de Maastricht. La disminución de consumo se hace patente en los artículos mas caros y que no son de primera necesidad. La uva es uno de estos productos.

Otro factor de carácter general que ha afectado negativamente ha sido la alta producción de fruta de verano de gran calidad a bajo precio que se ha puesto en el mercado, empezando por los albaricoques, siguiendo con la ciruela, los melo-

nes, melocotones ..., todos estos productos han tenido gravísimos problemas de comercialización durante el verano, y han arrastrado con sus problemas a la uva de mesa.

## 2. Factores del sector de uva de mesa

En la campaña de 1995 muchas empresas de comercialización sufrieron pérdidas al realizar compras especulativas en el campo a precios muy elevados. Muchas no pudieron luego recuperar su inversión. Al empezar la campaña de 1996 en



Parraleros de la localidad alhameña cortando la uva

Junio, algunas empresas cayeron en el mismo error, empezando a comprar uvas sin semillas como la Superior Seedles (que es la que mas se da en nuestra comarca) a precios disparatados, sin saber siquiera las tendencias que tomaría el mercado. El resultado : uvas en las parras

para evitar nuevas pérdidas.

Mientras tanto, en Alicante, en Agosto, la uva Moscatel Italiana temprana, sin embolsar, se vendía a 100 pts salida de los almacenes y a ritmo lentísimo, cuando muchas compras se habían realizado a 70 pts en el campo..... Posteriormente, la uva

mas. El precio de la uva italiana puesta en los mercados Europeos ha sido de 80-85 pts/kg puesta en Londres, Holanda, Alemania, Países del Este etc, con un tamaño de grano espectacular (20-22 mm) y una excelente presentación y calidad. Estos precios son prohibitivos para el sector español, ni siquiera para salida de almacén. Es absolutamente necesario para el sector determinar como consiguen establecer estos precios los comercializadores italianos, cuando el agricultor recibe unas 50 pts/kg en el campo, y los gastos de manipulación, envasado y porte a destino son de, al menos, 50 pts. Todo apunta a una competencia desleal del Estado Italiano, con subvenciones a transporte, indirectas, que coloquen su producto en situación de privilegio.

La uva Napoleon, al no tener la competencia tan grande de uva italiana, no ha tenido una campaña tan desastrosa como las variedades blancas, pero los agentes comerciales, negándose a aceptar precios sustancialmente mas bajos que los del año anterior, han jugado la carta de esperar mejores momentos, dándose el caso de que en las comarcas de Alhama de Murcia y Abarán, en Murcia, las cosechas se encontraban en las parras en un 60% el día 20 de Noviembre, lo que representa muchos millones de kilos por confeccionar y comercializar con pocas fechas por delante. Con la uva Dominga ha pasado algo similar.

**La disminución de consumo se hace patente en los artículos más caros y que no son de primera necesidad. La uva es uno de estos.**

**Otro factor que ha afectado negativamente ha sido la alta producción de fruta de verano de gran calidad a bajo precio que se ha puesto en el mercado.**

y en las cámaras frigoríficas hasta entrado el mes de Octubre, con pérdidas generalizadas. En Valencia, la uva Cardinal fue un auténtico desastre, y en Sevilla y Huelva se han manejado precios de 10-15 pts el kgr. de uva Cardinal, dándose casos de socios de Cooperativas que han tenido que PAGAR los gastos de comercialización al resultar ésta con pérdidas.

Este tropezón a primeros de campaña, junto a los obtenidos en otras frutas de verano hizo que los comercializadores cesaran su actividad,

embolsada, de mayor calidad, con denominación de Origen etc, se mantuvo en los mismos niveles, con un 25-30 % de la misma que tuvo que dirigirse a la bodega sin poderse comercializar.

La exportación de uva blanca durante Agosto, Septiembre y Octubre ha sido muy baja en relación con el año anterior. La Uva procedente de Italia ha sido de una calidad muy alta y han tenido una campaña muy larga y productiva. La uva de invernadero ha sido cosechada hasta el 15 de Noviembre sin grandes proble-

### 3. Factores propios de la uva de Ohanes

Toda la problemática de la uva blanca es perfectamente aplicable a la uva de Ohanes. Además, esta variedad presenta sus propios problemas, por otra parte ya conocidos, que le impiden competir con las variedades blancas de Murcia y Levante para el mercado nacional y con la uva italiana en la exportación.

