

La política de mejora de las estructuras comerciales agrarias en la fase de origen en España

Alcón A.H.

La commercialisation des produits agricoles

Paris : CIHEAM

Options Méditerranéennes; n. 34

1976

pages 51-54

Article available on line / Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=CI010671>

To cite this article / Pour citer cet article

Alcón A.H. **La política de mejora de las estructuras comerciales agrarias en la fase de origen en España.** *La commercialisation des produits agricoles.* Paris : CIHEAM, 1976. p. 51-54 (Options Méditerranéennes; n. 34)



<http://www.ciheam.org/>
<http://om.ciheam.org/>

Antonio Herrero ALCÓN

Dr. Ingeniero Agrónomo

La política de mejora de las estructuras comerciales agrarias en la fase de origen en España

Presenta este artículo a los que le siguen, referidos a la comercialización agraria en España. Precisamente por este carácter de presentación, considerará el tema bajo un enfoque general, dando pie a la consideración individualizada de los problemas particulares que en la comercialización de productos agrarios se detectan en España, cuyo pormenorizado análisis se realizará en posteriores artículos.

ACOTACION DEL TEMA

Habida cuenta de las diversas acepciones o interpretaciones que pueden darse al título de este artículo, se considera necesario plantear una sucinta acotación de su contenido.

Se entiende por « estructura comercial agraria » el conjunto de elementos económicos y las relaciones de ese carácter establecidos entre ellos, que tienen un cierto nivel de permanencia en el tiempo, condicionando de esta forma todo el proceso comercial. Ofrece una evidente resistencia a un cambio radical e inmediato y constituye, entonces, a modo de cauce por el que discurren las medidas coyunturales de regulación comercial, adaptadas de forma esporádica como respuesta a intermitentes situaciones problemáticas.

Esta estructura comercial agraria considerará, así, los siguientes elementos básicos y las relaciones que entre ellos se establecen : las figuras comerciales existentes, con los circuitos del mismo carácter en que aquéllas juegan; las instituciones comerciales o industriales, en las que se desarrolla alguna fase del proceso comercial; las entidades oficiales o profesionales, que intervienen en la regulación comercial de forma permanente; las normas legales, reglamentaciones sectoriales o regulaciones de campaña, que establecen reglas de juego permanente para el proceso productivo comercial y, finalmente, los diversos elementos técnicos y materiales de la comercialización.

Una segunda acotación al tema objeto de este artículo supone la concreción de lo que representa la « fase de origen » del proceso comercial. Conociendo que el análisis de las estructuras comerciales agrarias puede abarcar a los tres escalones clásicos de la distribución : de origen, mayorista en destino y detallista, nos ceñiremos aquí básicamente al escalón de origen, delimitado como aquel que afecta

de forma inmediata al producto en el proceso de su primera venta o, mejor, aquel sobre el que los agricultores y sus asociaciones pueden ejercer una acción propia y directa.

Esta delimitación no supone desconocer las interrelaciones entre aquellos tres escalones de la distribución; compartimentación que, en muchos casos y de forma creciente, resulta ser arbitraria y ha dejado de ser operativa. Ello obligará a inexcusables referencias a lo que ocurre en los otros escalones del proceso distributivo, particularmente, por la tendencia al establecimiento de canales paralelos.

Para finalizar el encuadre definitivo del tema es necesario que, ante la imposibilidad de estudiar en forma aislada la compleja y plural problemática de todos y cada uno de los principales productos agrarios, nos limitemos a señalar los aspectos comunes a todos ellos, por admitir la universalidad de problemas y de soluciones operativas para la gran mayoría de los productos agrarios. Todo ello, sin menoscabo de conocer la existencia de complementarias soluciones específicas a problemas, también, específicos.

MOTIVACION DE LA ACTUACION POLITICA

Aún cuando desde hace muchos años existe una serie de iniciativas de la Administración española que inciden, directa o indirectamente, sobre la estructura comercial agraria, puede afirmarse que no suponen un enfoque general y ordenado de la mejora de las estructuras comerciales agrarias. La preocupación sistemática por este tema, a nivel de la Administración y con eficacia práctica, comienza en España en el año 1964, con el I Plan de Desarrollo; madura a partir de 1968, durante el II, y alcanza un nivel aceptable de contenido operativo desde el año 1972, en el III Plan de Desarrollo. A partir de 1964 la actividad y la política de mejora de las estructuras comerciales agrarias quedan recogidas en los Planes cuatrienales de Desarrollo, donde se fijan los objetivos a alcanzar, se establecen las directrices necesarias para conseguirlos y se concreta el marco legal, institucional y presupuestario que hará posible la satisfacción de éstas y el alcance de aquéllas.

Esta escalonada y creciente atención de

Page ci-contre :

Plaine aux environs de Tarragone.

la Administración por el tema comercial agrario, deriva de una generalizada preocupación del sector agrario y de la sociedad española en su conjunto, por la falta de una racional adecuación de la fase distributiva comercial agraria, tanto a la evolución conseguida en el sector productivo, como a los nuevos requerimientos de la fase de consumo. La comercialización ha actuado, en cierto modo, como cuello de botella, limitando una ágil y eficaz relación entre la producción y el consumo.

La problemática comercial que motivó la referida preocupación social y oficial no surgió de forma gratuita ni se desarrolló en un vacío social, sino en íntima relación de interdependencia con estructuras dadas de la producción y el consumo. Se ha originado, así, un sistema tradicional de comercialización agraria que manifiesta, todavía hoy, una inevitable resistencia al cambio, revelándose la necesidad de su definitiva sustitución por un orden más racional y productivo, aunque ello será, sin duda, costoso y sólo posible a largo plazo.

A fin de evitar innecesarias repeticiones, soslayaremos la enumeración y consideración detallada de aquellos rasgos de las estructuras comerciales agrarias en origen, que actualmente representan los principales defectos o más acusadas limitaciones para su mejora. La enunciación posterior de las directrices y líneas de actuación política vigente, en relación con la mejora de las estructuras comerciales agrarias en la fase de origen, reflejarán, por contraposición, los problemas detectados que estas líneas pretenden superar siguiendo la pauta de aquellas directrices.

DIRECTRICES DE ACTUACION POLITICA

Las directrices enumeradas a continuación, que informan la política española de mejora de las estructuras comerciales agrarias en origen, se enmarcan, es preciso señalarlo, en un mercado con plena libertad de actuación económica de los entes comerciales, sólo limitada por la normativa legal, y con la posibilidad abierta de un intervencionismo estatal en determinados sectores y actividades.

Estas directrices son :

a) Ante unos nuevos requerimientos de la sociedad al sector agrario que superan la tradicional demanda del sólo producto agrario, exigiéndoles, también, la prestación de servicios a aquel (calidad, presentación, grado de transformación, tipificación, etc.) se persigue fomentar un creciente *protagonismo agrario* en las fases comercial e industrial, que permitan acceder al sector agrario a estos servicios añadidos.

b) La incorporación del sector agrario a estas nuevas tareas de carácter comercial e industrial plantea la necesidad de promover un *asociacionismo empresarial agrario*, que permita superar el actual minifundio y dispersión empresarial agraria.

c) Las constatadas resistencia o inercia al cambio del actual sistema de comercialización agraria, obliga a promover un creciente y selectivo *intervencionismo estatal*, que agilice el proceso comercial y motive a la iniciativa privada.

d) La preferente atención oficial hacia el sector productivo en períodos precedentes ha originado un cierto retraso en el proceso de modernización del sector comercial en origen, siendo, entonces, obligado un fomento de la *tecnificación comercial agraria*, a través de una mejora de la infraestructura de instalaciones comerciales e industriales y a otras medidas de carácter financiero, informativo y formativo.

e) El criterio de mantener, aunque no en exclusiva, una especialización, de actividades por sectores económicos, conlleva la necesidad de fomentar *acuerdos contractuales* entre el sector productor agrario y la industria o el comercio, de forma a racionalizar y agilizar la primera transacción comercial de productos agrarios.

PRESENTACION DE LAS LINEAS DE ACTUACION

En base a las apuntadas directrices, que, por su carácter, tienen obviamente una gran generalidad, se han puesto a punto o se han previsto adoptar un conjunto de medidas de carácter específico, que constituyen las actuales líneas de actuación política conducentes a una mejora de las estructuras comerciales agrarias en la fase de origen.

Organizacion economica de los productores agrarios para la comercializacion en comun.

La búsqueda de un mayor protagonismo agrario en la fase comercial, junto con la necesaria conjunción de esfuerzos de los agricultores a través de un pujante asociacionismo agrario y la recomendada interacción del sector productor con los sectores industrial o comercial, han impuesto la creación, extensión y consolidación de una *organización económica de los productores agrarios para la comercialización en común*.

Los objetivos finales perseguidos por tales directrices, operando conjuntamente e informando esta primera línea de actuación política, pueden resumirse como sigue :

- El acceso de los agricultores a los valores añadidos que suponen las primeras transformación industrial y transacción comercial.
- La transparencia y agilización del proceso comercial en su primera fase de origen.
- La disminución de costes y márgenes comerciales.

Como se expondrá con mayor detalle en un posterior artículo, esta « organización económica de los productores agrarios

ios para la comercialización en común » se está tratando de conseguir a través de :

— Una extensión y consolidación del movimiento asociativo de base, bajo las fórmulas jurídicas constitutivas de Cooperativa o de Grupo Sindical de Colonización;

— Un aumento de la importancia comercial de estas asociaciones de comercialización comunitaria, por incorporación de nuevos socios o por fusión o convenio entre entidades ya constituidas;

— La capitalización de estos entes empresariales asociativos que se califiquen como Agrupaciones de Productores Agrarios, por la concesión, en primer lugar, de subvenciones para constitución de un fondo de reserva para el establecimiento de instalaciones de manipulación o transformación industrial y para disponer de una gerencia capacitada; y, en, segundo término, de créditos preferentes para la financiación de aquellas instalaciones y de la venta de sus producciones conjuntamente comercializadas;

— El establecimiento de acuerdos contractuales a medio plazo entre estas asociaciones agrarias y entidades industriales o comerciales, a las que cabe trasladar determinados beneficios accesibles a aquellas.

Creación de entidades estatales o paraestatales de actuación comercial.

La consecución de un mayor nivel de intervención estatal en el proceso de comercialización, que incluye el de transformación industrial, junto con la perseguida tecnificación de la comercialización agraria a través de la modernización de instalaciones de diferentes carácter, lleva a la creación de varios tipos de *entidades estatales o paraestatales de actuación comercial*, concretadas en las siguientes complementarias líneas de actuación política, informadas por aquellas directrices :

a) La creación mediante participación estatal de centros de contratación de productos agrarios en origen, sean mercados en origen o mercados de ganados.

b) El establecimiento, también mediante intervención del Estado, de industrias de transformación de productos agrarios, con sus correspondientes redes comerciales de distribución.

c) La puesta a punto por el Estado de organismos de intervención comercial.

Posteriormente, en sendos artículos monográficos, se profundizará en algunos de estos aspectos. No obstante, cabe enunciar sucintamente aquí la forma en que se está poniendo en práctica este intervencionismo estatal en la comercialización agraria.

La creación de una red de Mercados en Origen de Productos Agrarios, esto es, centros de contratación situados en zonas de producción, se está fomentando a través de :

— La creación de una empresa nacional, de capital social estatal, promotora de enti-

dades filiales con participación profesional o privada en ellas, creadoras y explotadoras de Mercados en Origen;

— La concesión de estímulos oficiales subvenciones y créditos para el montaje de estos centros de contratación y para la promoción de su actividad comercial;

— La canalización por tales Mercados en Origen de acciones comerciales de regulación de precios y mercados, como entidades ejecutivas de esta acción estatal.

La creación de una red de Mercados de Ganados con o sin presencia física de los animales se está promocionando a través de :

— La modernización de un corto y estratégicamente situado número de Mercados de Ganados, dotados de instalaciones y servicios adecuados, mediante la concesión de estímulos oficiales a tal fin; y

— La introducción en tales Mercados de Ganados de nuevas fórmulas comerciales, como las subastas de ganado, que agilicen y revaloricen los ganados de mayor calidad.

El establecimiento por parte del Estado de industrias de transformación se realiza mediante :

— La creación de una empresa nacional, de capital social estatal, promotora de nuevas industrias o tomadora de participaciones financieras de sociedades privadas; y

— La participación de esta empresa nacional en sectores o áreas de interés social.

La intervención comercial directa del Estado se lleva a cabo a través de :

— El funcionamiento de compra, almacenamiento, transformación y venta de productos agrarios por el Servicio Nacional de Productos Agrarios, la Comisaría de Abastecimientos y Transportes u otras agencias estatales; y

— El concierto del Estado con entidades privadas o profesionales para la ejecución de esporádicas o permanentes acciones comerciales directas.

Con este coordinado paquete de actuaciones se persiguen cubrir los siguientes objetivos :

- La ruptura de monopolios u oligopolios comerciales o industriales.
- El logro de una mejor posición negociadora de los agricultores, a través de la consecución de una mayor información comercial y de una más alta transparencia del mercado.
- El establecimiento de canales paralelos.

Asistencia gerencial y comercial.

El perseguido incremento de la capitalización comercial de las empresas agrarias exige, además de las ya apuntadas líneas de actuación, la implantación de otras nuevas, englobadas bajo la rúbrica genérica de *asistencia gerencial y comercial*.

Esta línea complementaria de actuación se está desarrollando a través de :

— Una mentalización, formación y divulgación comercial cerca de los agri-

cultores por el Servicio de Extensión Agraria;

— La adopción de estímulos económicos a las entidades comerciales agrarias que contraten gerentes capacitados oficialmente; y

— La prestación de servicios de información comercial, estudios de mercados, prospección de tendencias, etc. a estas mismas entidades comerciales.

Los objetivos, complementarios también de los anteriormente apuntados, que se pretenden satisfacer son :

- Una preparación gerencial y comercial de los agricultores.
- Una creciente información de precios y tendencias de los mercados.

rias en origen y, en su evolución temporal, abrirán nuevos cauces por los que haya de discurrir aquella, en la búsqueda de una mayor eficacia en beneficio del sector agrario y de la sociedad española en su conjunto.

Ni las directrices señaladas ni sus correspondientes líneas de actuación son las únicas a adoptar y quizás no las más idóneas, pero representan un conjunto coherente de acciones cuya validez sólo podrá ser constatada por el transcurso de un cierto período de tiempo.

CONSIDERACIONES CRÍTICAS AL ESQUEMA DE ACTUACION POLÍTICA PLANTEADO

Es preciso tener desde un principio plena conciencia de las limitaciones existentes a este planteamiento de reforma comercial agraria en origen. Limitaciones derivadas, en primer lugar, del propio contenido que va adoptando la política en su realización práctica y, en segundo lugar, del hecho suficientemente conocido de que la plena actividad de una política de mejora de las estructuras comerciales en origen, sólo puede darse en el marco de un avance paralelo de otras líneas de política económica, en especial, las relativas a la mejora de las estructuras productivas agrarias y a la modernización del comercio mayorista de destino y detallista.

Independientemente de ello cabe esbozar, entre otras, las siguientes ideas :

a) La decisión alternativa a adoptar entre una extensión del área privada o del área asociativa de la comercialización.

En el supuesto de una decidida voluntad política por un protagonismo asociativo de los agricultores en la comercialización de sus productos, se revela necesaria una absoluta y operativa coordinación de las dispersas actuaciones oficiales —diversos órganos de la Administración— y profesionales en el fomento asociativo comercial agrario.

b) La decisión alternativa a adoptar entre una extensión del área privada y pública de la industrialización y distribución de productos agro-alimentarios.

El enfoque neocapitalista que informa el mercado español y la agresiva entrada en el mismo de empresas multinacionales restringe y aminora la efectividad testifical y comercial de las empresas estatales.

c) El convencimiento de una subordinación del nivel empresarial o comercial de los agricultores a un previo nivel cultural, obliga a plantear la necesidad de extender, profundizar y arbitrar mecanismos formadores permanentes que eleven el nivel cultural de los agricultores.

Aquellas limitaciones y estas decisiones, en relación obviamente no exhaustiva, conformarán el éxito de la política de mejora de las estructuras comerciales agra-