

La organización economica de los productores para la comercializacion en común en España

Roche P.C.

La commercialisation des produits agricoles

Paris : CIHEAM

Options Méditerranéennes; n. 34

1976

pages 61-65

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

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=CI010673>

To cite this article / Pour citer cet article

Roche P.C. **La organización economica de los productores para la comercializacion en común en España.** *La commercialisation des produits agricoles.* Paris : CIHEAM, 1976. p. 61-65 (Options Méditerranéennes; n. 34)



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

Pedro Cruz ROCHE

*Doctor Ingeniero
Agrónomo y Licenciado
en Ciencias Económicas*

La organización económica de los productores para la comercialización en común en España

ORIGENES DE LA COMERCIALIZACION ASOCIATIVA

El moderno asociacionismo comercial agrario tiene sus orígenes a finales del siglo XIX ante los esfuerzos realizados por la Confederación Católica Agraria en favor del desarrollo del cooperativismo. Este movimiento tiene su apoyatura legal en la Ley de Sindicatos Agrícolas de 28 de Enero de 1906.

El resultado alcanzado consistió en la creación de un reducido número de cooperativas y sindicatos agrícolas dedicados a la transformación industrial y a la comercialización de un pequeño porcentaje de la producción agraria nacional, centrándose su actuación en sectores muy concretos: vinos y aceites primordialmente dentro de las comarcas de mayor desarrollo agrario.

Al margen de esta situación hay que afirmar, sin embargo, que la mayor parte de las asociaciones de agricultores arientadas con un objetivo económico no fueron creadas con vistas a la comercialización e industrialización de sus productos. En efecto, lo habitual es que las mismas naciesen con unos objetivos más limitados como podrán ser la compra en común de los medios de producción o la prestación de determinados servicios para pasar después, mediante un proceso de consolidación, a abarcar otras actividades entre las que ya podrían incluirse las acciones comercializadoras.

CARACTERISTICAS DE LAS FORMULAS JURIDICAS EXISTENTES

La personalidad jurídica que con más frecuencia adoptan las entidades asociativas interesadas en la comercialización de sus productos es la de cooperativa. Al terminar en 1939 la guerra civil española, las cooperativas entonces existentes pasaron a enmarcarse dentro de la recién creada Organización Sindical, siendo luego reguladas por la Ley de Cooperación de 28 de Enero de 1942, disposición que ha estado en vigor hasta que, muy recientemente, el 19 de Diciembre último, se aprobó una nueva Ley General de Cooperativas por la que se sustituía y modernizaba la anterior. En estas disposiciones se tienen especialmente en cuenta las Co-

operativas cuya finalidad última es el sector agrario o « cooperativas del campo ».

En líneas generales, las cooperativas agrarias españolas, cumplen los principios clásicos de la cooperación internacional como son los de « libre acceso y adhesión voluntaria », « un hombre, un voto », « fomento de obras sociales », etc., en cuyo análisis no nos detendremos por ser sobradamente conocidos.

Otra fórmula jurídica que es también utilizada, aunque en menor extensión que la de cooperativa, por los agricultores que persiguen la comercialización asociativa es el Grupo Sindical de Colonización. Esta figura, de escasa tradición, al nacer a partir de la Ley de Colonización de Interés Local, de 25 de Noviembre de 1940, no se inspira en instituciones similares creadas por legislaciones de otros países, sino que responde a una figura original, inicialmente pensada para unos objetivos muy concretos y limitados como podía ser la ejecución en común por un grupo de agricultores vecinos de una obra o mejora: ejemplo, reparación de un camino vecinal, y que paulatinamente ha ido evolucionando hasta perseguir actividades como la explotación comunitaria de la tierra o, lo que concretamente nos interesa, la comercialización e industrialización de las producciones agrarias de sus socios.

El hecho de que los Grupos Sindicales de Colonización representen un sistema de asociación bastante flexible, al que no se le exige el cumplimiento del principio de libre acceso y baja voluntaria del socio, donde el capital social es fijo, donde no tiene vigencia práctica el principio de « un hombre, un voto », etc., hace que determinados agricultores hayan optado por la constitución de entidades de este tipo para la comercialización de sus productos.

Los dos tipos de entidades examinados hasta ahora, Cooperativas y Grupos Sindicales de Colonización que son los únicos que con carácter específico han sido creados para la actuación asociativa de los agricultores, permiten la creación de entidades de orden superior por agrupación de un cierto número de empresas de base. Así, dentro del campo de la cooperación, aparecen las cooperativas de segundo grado, fórmula que en algunas ocasiones ha demostrado ser muy valiosa para el desarrollo de actividades comerciales e industriales al compaginar la disposición, de grandes volúmenes de productos con el mantenimiento de las cooperativas de base, de ámbito local, hecho que tiene



gran importancia para conseguir una participación real del agricultor en la gestión de su entidad. De igual forma, existen los grupos sindicales de colonización de segundo grado o grupos sindicales de integración. Ello permite la creación de empresas fuertes y rentables, mediante la utilización de una estructura participativa y piramidal, construida de abajo a arriba.

Aparte de las fórmulas analizadas, en ocasiones podemos encontrarnos con agrupaciones de agricultores que para la venta de sus productos hayan adoptado otros sistemas como son las sociedades anónimas, las asociaciones con comerciantes y los que pudiéramos denominar grupos informales de comercialización.

Las sociedades anónimas agrarias, al no estar legisladas específicamente, funcionan bajo los mismos principios que las sociedades industriales o de servicios. Aunque su existencia es muy difícil de localizar al impedir el anonimato de sus accionistas conocer si éstos son empresarios agrarios o simples inversionistas de capital, a veces se han detectado empresas que en sus estatutos y, muy concretamente, en su objeto social presentan unos fines muy definidos relacionados con la comercialización de los productos agrarios así como unos requisitos que deben reunir los accionistas entre los que pueden aparecer la obligación de poseer fincas rústicas, el compromiso de comercializar sus productos a través de la propia sociedad, etc.

Estas sociedades anónimas pueden concebirse con una finalidad exclusivamente comercializadora e industrializadora o bien

incluir, además, entre sus objetivos el cultivo de las explotaciones. En el primer caso, los accionistas podrían ser necesariamente agricultores que se comprometieran a vender sus productos a la sociedad, o bien podría admitirse además de a éstos a industriales y comerciantes que serían, en tal caso, los que aportasen sus instalaciones industriales, redes comerciales, capacidad de gestión, etc.

De todas formas, hay que reconocer que en los momentos actuales la fórmula que comentamos tiene una importancia muy reducida.

En lo que respecta a las asociaciones con comerciantes, y más concretamente, a las asociaciones con comerciantes exportadores, hay que señalar que las mismas consisten en unas asociaciones informales que recientemente han comenzado a proliferar en la región levantina, básicamente para la exportación de los cítricos, pero también aunque con menos continuidad para algún otro producto como tomate, melocotón, etc.

Su aparición responde, bien a la iniciativa de determinados exportadores muy introducidos en los mercados europeos, bien a la propuesta de un grupo de agricultores preocupados por garantizar la venta de sus productos a un precio rentable.

La impresión existente respecto a estas asociaciones es que las mismas podrían consolidarse siempre que los exportadores al tomar sus decisiones lo hagan con participación de los agricultores quienes de esta forma se sentirán más informados, participantes y, por consiguiente, satisfechos en la gestión de venta de sus productos.

De todas formas, hay que hacer constar que el sistema de asociación que estamos comentando no responde a una auténtica asociación horizontal sino que obedece a un régimen contractual situado en un nivel de asociativismo muy inferior a los anteriormente citados. Por ello, creemos que esta fórmula puede servir de paso previo para, tras una consolidación, posterior, transformarse en un modelo integrador más evolucionado.

Por último, vamos a referirnos muy brevemente a los grupos informales de comercialización que consisten en asociaciones de agricultores que, al comenzar la campaña de venta de un producto determinado, establecen un pacto, muchas veces verbal, para la comercialización en común del mismo. Este pacto está en vigor durante el periodo de duración de la campaña disolviéndose el grupo al final de la misma y volviéndose a constituir al año siguiente, posiblemente con cambios sustanciales en la composición de los socios.

La importancia de estos grupos está en su labor formativa y en su papel, con vistas al futuro, de núcleos alrededor de los cuales pueden surgir formas más estables de asociación.

SITUACION ACTUAL DEL ASOCIATIVISMO COMERCIAL AGRARIO CARACTERISTICAS SECTORIALES Y REGIONALES

Aunque es difícil conocer con exactitud el alcance de las asociaciones comerciales agrarias españolas, disponemos de la información suficiente para poder establecer conclusiones. En las cifras que a continuación se citan solamente se consideran las cooperativas y los grupos sindicales de colonización ya que los demás tipos de asociaciones anteriormente mencionados prácticamente no tienen ningún peso en el conjunto nacional o corresponden a fórmulas que no podemos considerar como auténticas asociaciones.

Según nuestros datos, en España hay 4 030 entidades asociativas de comercialización con un número de socios del orden del millón cien mil.

De ellas, 3 038 corresponden a la fórmula cooperativa, con 1 050 000 socios y 992 a la de Grupo Sindical de Colonización, con 50 000 socios. Ello nos revela no solamente la mayor importancia de la cooperativa como fórmula jurídica elegida por las entidades de comercialización sino, y estos es especialmente importante, la mayor envergadura de las empresas que eligen dicha fórmula. Así, mientras que cada cooperativa de comercialización de productos agrarios tiene por término medio 275 socios, el Grupo Sindical de Colonización solo está integrado por una media de 50 socios.

Si nos ocupamos de la distribución de estas entidades según el sector productivo a que se dediquen nos encontramos con el mayor peso relativo en la obtención del aceite de oliva, producto para el que 1 032 almazaras propiedad de agricultores asociados elaboran un 48 % de la producción nacional.

A un nivel similar se encuentra el asociativismo en relación con el algodón, producto para el cual existen 7 cooperativas que realizan la desmotación de, aproximadamente, un 48 % de la producción española.

Es curioso observar que mientras el primer sector citado, el sector olivarero, corresponde a un producto con gran tradición en España tanto a nivel de cultivo como a nivel de desarrollo cooperativo, ya se ha dicho anteriormente que los sectores en que más se desarrolló en sus inicios el asociacionismo agrario fueron los correspondientes al vino y el aceite, el segundo sector mencionado, el algodón, corresponde a un cultivo cuya introducción es relativamente reciente y para el que las cooperativas constituidas no tienen una antigüedad superior a los 15 años. Sin embargo, a pesar de la juventud de estas entidades existe un equilibrio acusado entre las nuevas cooperativas y las sociedades desmotadoras.

El siguiente sector en importancia asociativa corresponde a la uva para vinificación en el que 806 bodegas transforman el 44 % de la producción global.

También tienen importancia las empresas que se ocupan del ganado vacuno, tanto en su vertiente lechera como en su



vertiente cárnica. En relación con la primera, podemos estimar que alrededor del 22 % de la producción nacional es comercializada asociativamente, disponiendo los ganaderos, además de una serie de fábricas de queso, de centrales lecheras con una capacidad de higienización anual superior a los 600 millones de litros. Respecto a la carne de vacuno, alrededor del 18 % se comercializa en común. Es de destacar que las asociaciones disponen de 7 mataderos frigoríficos con una capacidad de faenado anual de 26 500 Tm. canal y una capacidad frigorífica total del orden de los 21 200 metros cúbicos.

A continuación, siguiendo el orden de importancia relativa del sector tenemos que mencionar a las frutas, en general, y los frutos cítricos, en particular, con una participación del asociativismo del orden del 18 %. Aunque en este grupo parece que la importancia del asociativismo es ya bastante menor que en los anteriores, todavía tiene un peso apreciable, sobre todo en determinadas regiones. Es, además, importante señalar la decidida aportación de las agrupaciones al desarrollo de las centrales hortofrutícolas, como lo demuestra el hecho de que existen 52 de su propiedad, con una capacidad de manipulación anual de 450 000 Tm. y una capacidad frigorífica de 406 000 metros cúbicos.

Seguidamente habría que referirse al ganado aviar en su doble aprovechamiento de carne y huevos con una participación de las asociaciones en el mismo del 14 % y a la leche de oveja para la que apenas se alcanza el 11 %.



Luego, con una participación del asociacionismo comercial comprendido entre el 5 y el 10 % podemos mencionar por orden decreciente de importancia relativa a los frutos secos, hortalizas, carne de porcino y remolacha azucarera.

Por último, con una participación inferior al 5 % y ordenados según el mismo criterio expuesto en el párrafo anterior tenemos los cereales, la carne de ovino, los forrajes y leguminosas, la madera, la patata y la carne de caprino.

En lo que respecta a distribución regional también encontramos una dispersión bastante grande en el desarrollo del asociacionismo, correspondiendo el máximo auge a regiones como Cataluña o Valencia en las que se unen la tradición asociativa, la mayor preparación de los agricultores y el tipo de explotación media o familiar. Por el contrario, en Andalucía Occidental donde abundan las grandes explotaciones la tendencia a asociarse es considerablemente menor con excepción, quizás, del aceite por sus especiales características. Otra región donde el asociacionismo tiene un peso muy reducido es en Galicia siendo aquí las razones determinantes de tal hecho el excesivo minifundio de las explotaciones y la falta de preparación y espíritu asociativo de los agricultores.

OBSTACULOS PARA EL DESARROLLO DEL ASOCIATIVISMO

De lo expuesto anteriormente se deduce que el asociativismo comercial agrario español, aunque, con un cierto desarrollo que puede servir de base para su consolidación y expansión futura, se encuentra todavía lejos de las eotas alcanzadas por otros países europeos.

A continuación vamos a exponer algunas dificultades con las que, con cierta frecuencia, se encuentran las empresas asociativas y que pueden ser motivo de freno para su expansión.

En primer lugar podríamos mencionar la falta de vinculación del agricultor a su entidad como consecuencia del bajo espíritu asociativo. Esto puede ser debido a falta de preparación de los agricultores que no están suficientemente mentalizados respecto a las ventajas que la unión con sus compañeros les puede suponer y que, consiguientemente, no se involucran suficientemente en la marcha de la entidad. Naturalmente, esta causa, al igual que las que posteriormente iremos exponiendo no aparecen siempre ni con la mismas intensidad pero, en líneas generales, las consideramos bastante frecuentes.

Como un corolario de lo expuesto en el párrafo anterior podríamos mencionar la falta de espíritu empresarial con que se monta la entidad y la poca disposición del socio a afrontar el más mínimo riesgo. Ello lleva consigo dificultades gerenciales y financieras.

Las dificultades gerenciales se originan cuando la empresa constituida no se decide a contratar los servicios de una dirección experta prefiriendo, en una política de ahorro equivocada, utilizar

a algún socio aunque el mismo no esté capacitado para el desempeño de las funciones que son necesarias.

Los obstáculos financieros derivan del hecho de que los integrantes de la entidad son reacios a la realización de cualquier tipo de desembolso monetario lo que obliga a la empresa a tener que disponer en su casi totalidad de recursos ajenos, difíciles por otra parte de conseguir al faltar las garantías necesarias. Además, aunque la financiación sea conseguida gracias a avales de determinados socios o a ayudas oficiales, el peso de los gastos financieros puede ser excesivamente fuerte y dificultar la marcha de la entidad.

Otra consecuencia que lleva consigo la escasa vinculación del socio con la empresa consiste en la frecuente vulneración de la obligación de entregar a ésta para su comercialización la totalidad de la producción obtenida. Cuando tal hecho se produce con demasiada frecuencia la entidad se encuentra con la imposibilidad de poder establecer una programación en sus ventas. A ello hay que unir el que los socios que venden al margen de la empresa, suelen entregar a ésta el producto de peor calidad, el que no ha podido entregar por los otros canales comerciales. Todo ello hace que la entidad se encuentre en una situación de inferioridad frente a la competencia.

Por último, hay que indicar que, en ocasiones las entidades asociativas se establecen con una dimensión excesivamente reducida que impide el poder aprovechar las economías de escala. Ello eleva excesivamente la repercusión de los gastos generales, gerenciales, etc. por unidad de producto comercializado y, además, impide poder disponer de los medios necesarios para obtener una adecuada información de mercado.

MEDIDAS ADOPTADAS POR LA ADMINISTRACION PUBLICA ESPANOLA PARA UNA MEJOR ORGANIZACION ECONOMICA DE LOS PRODUCTORES AGRARIOS

Independientemente de las actuaciones que lleva a cabo la Organización Sindical para el fomento de las Cooperativas y Grupos Sindicales de Colonización que para los distintos fines pueden establecerse, el Ministerio de Agricultura se preocupa, a través de distintas vías, de fomentar el asociativismo comercial agrario.

Así, el Instituto de Reforma y Desarrollo Agrario (IRYDA) presta asistencia técnica y financiera para la creación y consolidación de empresas asociativas en las comarcas en las que al mismo le está encomendada su actuación. Por su parte, el Servicio de Extensión Agraria va incrementando su preocupación por el tema de la comercialización asociativa y, consiguientemente va aumentando la dedicación de su personal a la formación de los agricultores en esta cuestión.

También habría que mencionar los esfuerzos del Servicio Nacional de Productos

Agrarios, anteriormente denominado Servicio Nacional del Trigo, para fomentar la creación de « Agrupaciones Trigueras » y « Agrupaciones Cerealistas » aunque estos tipos de asociaciones, de no excesivo éxito, se han orientado básicamente hacia la explotación en común por no existir en este sector, al menos en el trigo, problemas de comercialización.

En lo que respecta a la Banca Oficial, hay que mencionar los créditos que, con carácter específico, concede el Banco de Crédito Agrícola a las cooperativas y grupos sindicales de colonización.

Por último, es obligado citar los cursos que se realizan para la formación de gerentes de empresas agrarias y las ayudas concedidas a las asociaciones que los contratan.

Pero las actuaciones más concretas, en lo que se refiere a la mejora de la comercialización asociativa, son las que realiza la Dirección General de Industrias y Mercados en Origen de Productos Agrarios y que derivan de la aprobación, el 22 de Julio de 1972, de la Ley de Agrupaciones de Productores Agrarios.

Mediante esta Ley se persigue, fundamentalmente, que los agricultores se asocien para realizar, en común, la comercialización de sus productos, efectuando, cuando sea necesario, la transformación de los mismos.

La Ley, realmente, no crea una fórmula jurídica nueva sino que se limita a conceder el título de Agrupación de Productores Agrarios, abreviadamente se denomina APA, a aquellas entidades que, estando constituidas como cooperativa o como grupo sindical de colonización, se comprometan a cumplir una serie de requisitos que, por otra parte, son fundamentales para su buena marcha. A cambio de ello, la Administración les da una serie de ayudas encaminadas a su consolidación y mejor funcionamiento empresarial.

Entre los requisitos fundamentales que se exigen podemos mencionar la necesidad de alcanzar un dimensionamiento mínimo, la disposición de una gerencia cualificada, la obligatoriedad de entrega por parte de los socios de la totalidad de sus producciones, la dotación de un fondo de reserva especial para aumentar la solidez financiera de la empresa, la apertura a la entrada de nuevos socios salvo casos justificados, la necesidad de elaborar unos programas para disciplinar las prácticas productivas realizadas por los socios, etc.

En contrapartida, estas entidades, pueden recibir subvenciones de la Administración para mejorar el fondo de reserva, créditos de campaña, subvenciones y créditos a largo plazo para el montaje y ampliación de las instalaciones que necesiten para una mejor comercialización e industrialización de sus productos, ayudas para la contratación de gerentes, facilidades para la exportación, prioridad en la percepción de determinadas ayudas a la producción, etc.

Como consecuencia de estas medidas en el año que ha transcurrido desde que se calificó la primera APA, han alcanzado tal título 17, con un número total de socios de 4 139 y un volumen global de ventas de 2 500 millones de pesetas, cifras que,

si todavía son muy exiguas, tienen perspectivas de irse incrementando paulatinamente debido el número de entidades que están tratando de reorganizarse para poder cumplir los requisitos que se exigen.

De todas formas, dadas las consideraciones expuestas a lo largo de este artículo y la selectividad que se está siguiendo en la calificación de APA para conseguir que las empresas que alcancen este título funcionen auténticamente bien y puedan ser la mejor propaganda para que otras sigan su camino, no es de espesar que, a corto plazo, se produzca una proliferación excesiva en el número de APA existentes.

Podemos terminar, por tanto, diciendo que con las Agrupaciones de Productores Agrarios se pretende, aún más que incrementar el asociacionismo comercial agrario, hecho en sí importante, el conseguir que el mismo funcione con la máxima eficacia.

