

---

*Vincenzo D'Annunzio (\*)*

---

## *El sistema comercial de la cereza de Vignola*

### 1. INTRODUCCIÓN

La cereza de Vignola constituye un caso significativo de producto típico vegetal que se consume fresco y cuyas características de especificidad y tipicidad están íntimamente relacionadas con el sistema socioeconómico y medioambiental del que procede.

La cereza de Vignola se produce en un área muy delimitada que abarca algunos municipios de las provincias de Módena y Bolonia y cuyo epicentro se sitúa en Vignola. Existe en este área un sistema integrado local que se caracteriza por la difusión amplia e intensa del cultivo de la cereza, por una parte, y de los conocimientos y competencias relacionados con las diversas operaciones que integran la «cultura de la cereza», componente significativo de la cultura local, por otra.

Las técnicas de producción, recolección y distribución que utilizan los agentes locales, así como las relaciones existentes entre ellos, presentan características especiales que constituyen los elementos de diferenciación de esta zona y que le confieren una identidad propia respecto a la producción genérica de cerezas, determinante de su reconocimiento y aprecio por parte de los consumidores. De todo ello se derivan, evidentemente, una serie de ventajas competitivas que permiten la permanencia del sistema de la cereza de Vignola.

---

(\*) Instituto de Zoonomía de la Università di Bologna.

## 2. LOCALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS COMERCIALES

El cerezo es uno de los cultivos típicos más extendidos en Emilia Romagna. Su gran difusión en esta región y, sobre todo, en las provincias de Módena y Bolonia, se debe principalmente a las características del suelo, fértil y rico, así como a la vinculación de la tradición campesina local a esta especie frutal desde los tiempos más remotos. Junto a estas condiciones, que crearon un medio ambiente ideal perpetuado hasta hoy –tanto físico como cultural– para el cultivo del cerezo, hay que recordar el ataque de la filoxera que, hace aproximadamente un siglo, favoreció la sustitución de los viñedos preexistentes por cerezos.

El cultivo del cerezo ha pasado a ser en los últimos años una actividad de interés agrario preferente, con repercusiones incluso en el campo de la investigación. Dadas la tipicidad y reputación adquiridas enseguida –incluso en los mercados exteriores– por algunas variedades, procedentes sobre todo del piedemonte de Módena, se creó en 1965 el Consorcio de la Cereza Típica de Vignola, cuyas actividades de tutela y de valorización han contribuido significativamente al desarrollo de un tipo de cultivo específico –en cuanto al modo de producción– y de un entorno comercial especial, que han consolidado la imagen y la identidad del sistema de la cereza de Vignola.

El cerezo es una planta de la familia de las drupáceas, cuyo fruto (la drupa) presenta considerables diferencias de forma, consistencia de la pulpa, tamaño, sabor y color. Las variedades se agrupan, en líneas generales, en dos clases: las de fruto dulce y las de fruto ácido. En Vignola, aunque se produce también cereza ácida, el producto característico es la cereza dulce, distinguiéndose a su vez, en función de la consistencia, entre los frutos «duroní», de pulpa bastante consistente, y los «tenerine», de pulpa blanda; el color de la piel presenta una gran variedad en ambos casos, con tonalidades que van del rojo al negro o del blanco amarillento al amarillo.

La elevada variabilidad varietal está relacionada con las múltiples modalidades de consumo. En general, el consumo directo es el destino prioritario de las cerezas «dulces» y, por tanto, el canal preferente de salida de este producto, no sólo en los mercados nacionales, sino también en los exteriores. En concreto, la reglamentación y la legislación protectora vigentes (Denominación Geográfica Protegida) contemplan siete

variedades: Mora o Moretta, Durone Nero 1º, Durone dell'Anella, Durone Nero 2º, Durone della Marca, Anellone y Bigarreau; salvo la primera (Moretta), que es una «tenerina», las demás son «duronis».

### 3. LA RAMA DE LA CEREZA DE VIGNOLA

Dentro del Sistema Integrado de la Cereza de Vignola, la rama es el ámbito en el que operan todos los agentes económicos implicados directa o indirectamente en el sistema productivo y de intercambio relativos a la venta y consumo del producto; los vínculos existentes entre estos agentes se concretan en una red de relaciones.

Se distinguen cinco segmentos en el caso de la rama de la cereza de Vignola —esquemático en la tabla 1—, en cada uno de los cuales se realiza una parte concreta del proceso.

El primer estadio corresponde a las explotaciones agrarias, dedicadas a la producción de cerezas mediante el aprovechamiento de recursos naturales como la tierra y la energía solar. El estadio siguiente corresponde a la fase de primera comercialización o de transformación industrial; luego se encuentran los de distribución y consumo final.

De hecho, una vez recolectadas las cerezas, se preparan para su distribución a través de diversos mecanismos que actúan de forma paralela a escala local: mercados hortofrutícolas, cooperativas, mayoristas, etc.

La producción de cerezas típicas de Vignola ha experimentado fuertes oscilaciones en los últimos años, dada la elevada incidencia de las condi-

TABLA 1  
Rama de la cereza de Vignola

EXPLOTACIONES AGRARIAS	cerezas	cerezas
TRANSFORMACIÓN	cerezas	Flujo de cerezas
FASE DE PRIMERA COMERCIALIZACIÓN	Productos derivados de la cereza	Flujo de la información
DISTRIBUCIÓN	cerezas y productos derivados de la cereza	
CONSUMIDOR		

ciones climáticas, que determinan los aspectos cuantitativos y cualitativos de la producción. Aun cuando la producción potencial es de unas 100.000 t/año, se obtienen realmente unos dos tercios de esa cifra (60.000 t) en años buenos, como 1995, y menos de la mitad en otros años, como 1994.

#### 4. LAS EXPLOTACIONES AGRARIAS Y EL CULTIVO

La zona de producción de la cereza de Vignola se ha distinguido desde siempre por la gran superficie destinada al cultivo del cerezo y, como consecuencia, por sus elevados niveles productivos, vinculados a una gran especialización.

Hay que señalar, en este aspecto, que la superficie en producción disminuyó bruscamente hasta finales del decenio de 1980; luego, se ha registrado un aumento, aunque contenido, en los primeros años de la presente década, debido principalmente a los efectos positivos del «Proyecto Cerezo», un programa de apoyo al desarrollo llevado a cabo en colaboración con las instituciones locales. Según datos del Istat, la superficie dedicada al cerezo aumentó de 2.008 ha en 1989 a 2.056 en 1992; cerca del 80 % de este incremento correspondió a la provincia de Módena.

En el orden estructural, tanto las características de las explotaciones como los sistemas de cultivo han cambiado sustancialmente en los últimos diez años.

Se estima que actualmente existen en la zona unas 2.500 explotaciones cereceras (1), casi la mitad que en el primer censo, realizado en 1976, en el que se registraron 4.716 explotaciones. La superficie media dedicada al cerezo en cada explotación es, en la actualidad, ligeramente inferior a una hectárea, frente a las 0,6 hectáreas de 1976, y el rendimiento medió por hectárea se sitúa en torno a los 60 quintales.

Las unidades agrícolas productivas presentan, pues, una configuración estructural fragmentada, dado el elevado número de explotaciones

---

(1) El nuevo censo oficial se ha realizado durante 1996. Al cierre de este trabajo, no se contaba con los datos.

existentes en una zona muy limitada geográficamente y su reducida dimensión media (al menos en las que forman parte de la rama de la cereza). Esta configuración es característica, no sólo del ámbito agrario, sino también de las distintas unidades productivas relacionadas con otros aspectos del proceso del producto típico. En cuanto a la configuración empresarial, las explotaciones gestionadas de forma directa son las más abundantes, representando el 70 % del total. Este aspecto es especialmente interesante desde el punto de vista socioeconómico, ya que refleja el particular vínculo existente entre la actividad empresarial y los procesos productivos y pone de relieve, por un lado, el papel de las competencias locales en el desarrollo económico y, por otro, la implicación de la familia campesina en la ejecución de los procesos productivos.

El conjunto de conocimientos y, sobre todo, el bagaje cultural adquirido y difundido en el ámbito del cultivo de la vid, forzosamente sustituida, se trasladaron e incorporaron posteriormente al proceso productivo de la cereza. Naturalmente, los elementos característicos del sistema local de la cereza de Vignola han ido adquiriendo con el tiempo una cultura propia, que se ha plasmado en las condiciones que caracterizan el contexto local en la actualidad.

La especificidad de las operaciones, las formas de actuar y las competencias correspondientes determinan que la explotación agrícola sea el componente más significativo y distintivo del sistema. Es preciso mencionar, en este sentido, el conjunto de conocimientos y competencias de los cultivadores de cereza de Vignola, que se transmiten de padres a hijos y se adquieren en virtud de la experiencia en el campo y de las relaciones que se establecen entre los agentes a escala local. Al bagaje técnico sobre sistemas de cultivo y modalidades de transformación y de presentación del producto terminado que es patrimonio de cada cultivador de cerezas, se añade el contexto cultural en el que se desarrolla, no sólo el proceso productivo, sino también el consumo local. En efecto, al igual que sucede en todos los sistemas locales, también en éste la producción del producto típico (cereza) y su consumo respectivo forman parte indistintamente del proceso productivo, que se lleva a cabo en su totalidad a escala local.

Como elemento distintivo, hay que resaltar que la oferta se caracteriza por la «belleza» externa (visual) de los frutos, dispuestos en conte-

nedores especiales, debida al esmero y dedicación con que los productores los preparan antes de cederlos a los operadores comerciales que se encargan de colocarlos en los mercados nacionales y exteriores. En este sentido, la cultura relativa al cuidado del producto es un valor común y extendido entre todos los agentes de la zona de Vignola.

La especial presentación de las cerezas ha sido desde siempre un factor distintivo respecto a otros frutos típicos de la zona y asimismo a las cerezas de otras zonas de Italia, que permite identificar un producto concreto –las cerezas– con un lugar concreto –la zona típica de producción–.

Los conocimientos y competencias adquiridos a escala local han de integrarse, sin embargo, con los conocimientos procedentes del exterior. Un ejemplo de ello son las innovaciones introducidas en las formas de explotación y en las variedades cultivadas. Todavía en épocas no muy lejanas predominaban los cultivos de tallo alto y las variedades se seleccionaban a partir de especies locales. La introducción de variedades con un mayor potencial productivo, así como de formas de explotación de altura reducida, ha determinado inevitablemente la adopción de técnicas y modalidades organizativas nuevas, en las que los cultivadores no han tenido un papel simplemente pasivo, sino que han participado activamente en las decisiones adoptadas para modernizar en parte los sistemas de cultivo, que han permitido la creación de plantaciones especializadas.

Estos cambios se han ido filtrando progresivamente en la cultura de la zona, por lo que su incorporación no ha modificado las características específicas de la producción local que, aun contaminada por las innovaciones de origen externo, mantiene su gran diferenciación gracias a la fuerza y al arraigo de las competencias y los conocimientos extendidos en la zona que permiten, todavía hoy, identificar los elementos que caracterizan y distinguen a las cerezas de Vignola.

## **5. LA FASE DE PRIMERA COMERCIALIZACIÓN**

La fase de primera comercialización es uno de los componentes de la estructura y funcionamiento del «sistema de la cereza» más significativos desde el punto de vista socioeconómico.

Se trata de la primera de las fases (más o menos numerosas) por las que deben atravesar las cerezas en su recorrido desde el productor hasta el consumidor final (2); en ella se concretan una serie de operaciones económicas fundamentales (la negociación, que desempeña un papel fundamental en la transmisión de la propiedad de la mercancía) y una serie de acciones derivadas que favorecen la eficacia y la eficiencia. Se distinguen varios contextos y modalidades de cesión de los productos por el agricultor.

La tabla 2 resume los distintos contextos organizativos de esta fase, que dan origen a los distintos canales de venta y a sus modalidades de venta, lugares y agentes respectivos.

**TABLA 2**  
**Esquema de la fase de primera comercialización**

---

**PRODUCTORES**

Mercado público de Vignola	Subasta de Fruta de Vignola gestión social de la subasta - Edificio público
Mercados o centros de comercialización privados	AGRICOM Ocho mayoristas tradicionales - Edificio privado
Cooperativas de comercialización	Cinco cooperativas de productores, cuatro de las cuales pertenecen al consorcio de tutela
Mayoristas ajenos al mercado con almacenes propios en la zona	Entre 10 y 15 comerciantes: entre 10 y 12 mayoristas que trabajan para el mercado nacional dos o tres exportadores
Venta directa:	
- al público	Mediante estructuras improvisadas a lo largo de los caminos principales de la zona colindantes con la finca del productor
- en los mercados mayoristas colindantes	El mercado más concurrido es el de Bolonia, seguido de los de Módena y Reggio Emilia.

---

(2) Se excluye en este contexto la venta directa al público que realizan los productores locales, ya que la transmisión, en este caso, es única e inmediata.

Con todo ello se crea una red de relaciones articulada entre los agentes económicos, intervinientes tanto en la operación básica (la compra-venta) como en actividades auxiliares y de intermediación.

En esta fase de primera comercialización se observa una estrecha interconexión e influencia recíproca entre los agentes económicos (sobre todo los situados en el lado de la demanda) y los lugares físicos e instalaciones donde tienen lugar los intercambios. Es obvio que estos «lugares» adquieren un verdadero significado económico, ya que de ellos dependen las operaciones económicas y, a su vez, las condicionan.

La principal función que se realiza durante la fase de primera comercialización, aparte de la meramente logística, es la concentración física de la mercancía de los distintos productores en determinados lugares (mercados o depósitos o almacenes de mayoristas y de cooperativas) convenientemente preparados para el desarrollo de todas las actividades relacionadas con la compraventa.

Además de la función de distribución, se desarrolla otra de naturaleza económica, cuyo carácter informativo tiene una importancia fundamental: la formación de los precios. En este sentido, hay que subrayar que todos los emplazamientos económicos en los que se desarrolla la fase de primera comercialización (mercados, mayoristas ajenos al mercado, cooperativas) contribuyen, directa o indirectamente y con mayor o menor incidencia, a la definición de los precios de mercado de todos los productos intercambiados.

### 5.1. Modalidades de venta

Se pueden distinguir dos modalidades básicas de venta: la venta individual y la asociativa.

En el primer caso, el productor se dirige de forma individual al mercado; la venta puede ser *directa*, si el cultivador ofrece el producto en cerca de la plantación o en los mercados mayoristas colindantes, o bien *indirecta*, con la participación de intermediarios comerciales, en calidad de comisionistas o agentes. En este segundo caso, la venta se produce a través de la cooperativa a la que el productor entrega las ce-



rezas (véase la tabla 2). Mientras que la venta directa es, en cualquier caso, reducida, la venta indirecta se efectúa a través de dos mercados mayoristas «de producción» que constituyen dos entidades distintas e independientes: el Mercado Hortofrutícola Público de Vignola –cuyo funcionamiento sigue el sistema de subasta a la baja– y un centro de comercialización privado.

Los agentes ajenos al mercado se dividen, a su vez, en dos tipos: los mayoristas que trabajan para el mercado nacional y los mayoristas exportadores. El mercado de salida de los primeros está constituido por los canales nacionales de distribución, mientras que los segundos dirigen el producto hacia el exterior, habiéndose especializado con el tiempo en esta actividad.

## **5.2. Los mercados mayoristas**

El «Mercado de Vignola» (estructura de carácter público) y «Agri-com» (entidad privada) son dos casos de mercados mayoristas «de producción», en el sentido de que se sitúan en la zona de producción. Se trata de entidades pertenecientes al sector terciario avanzado, cuyos servicios consisten en poner a disposición de los productores del sector primario y de los intermediarios comerciales las estructuras e instalaciones, así como los equipos y conocimientos tecnológicos precisos para facilitar las negociaciones en condiciones de máxima transparencia; cuentan asimismo con los reglamentos y los servicios oportunos.

## **5.3. El Mercado Hortofrutícola de Vignola (MH): Subasta de Fruta de Vignola**

El Mercado Hortofrutícola de Vignola, con las características que reviste en la actualidad (subasta a la baja), es de reciente creación. Se trata de un auténtico mercado a todos los efectos, surgido en 1992 en forma de sociedad cooperativa tras la desaparición del antiguo mercado municipal, en el que se había concentrado hasta entonces el intercambio de gran parte de la producción hortofrutícola de Vignola.

Con la construcción de una nueva estructura (el actual Mercado de Vignola) se pretendió sustituir el viejo edificio del mercado municipal, ya ruinoso, aunque también revitalizar el sector, dotándolo de instrumentos de comercialización más adecuados.

El nacimiento de la nueva entidad dio lugar a numerosos malentendidos entre los agentes que operaban en ella (mayoristas), dado el innovador mecanismo de funcionamiento adoptado: el método de subasta inspirado en los mercados holandeses. Apenas un año después de su instauración, los mayoristas de la zona de Vignola se dividieron en dos grupos antagónicos que mantenían posturas encontradas. Todo ello culminó con la creación de dos mercados distintos, uno de ellos con sede en el nuevo edificio construido por el municipio de Vignola y el otro en un edificio privado.

El nuevo mercado hortofrutícola alberga a cuatro mayoristas-comisionistas que, más que intervenir de forma individual, se presentan como sociedad de intermediación y, por tanto, como entidad privada responsable de la gestión comercial, obteniendo una retribución por dicha actividad equiparable a la comisión tradicional. De hecho, los mayoristas, en la «Subasta de Fruta de Vignola», no participan directa ni indirectamente (en calidad de intermediarios) en las negociaciones entre productor y comprador, ni mucho menos dirigen las operaciones logísticas. Sus principales funciones son la gestión económica de la sociedad de comercialización y la vigilancia del desarrollo regular de la subasta.

Se distinguen tres categorías de agentes que intervienen físicamente en el Mercado de Vignola por el lado de la demanda:

- los intermediarios;
- los mayoristas que trabajan para el mercado nacional, y
- los mayoristas exportadores.

La primera categoría es la más importante en cuanto al volumen de mercancía manejada. En ella participan, sobre todo, intermediarios comerciales, es decir, agentes que operan por cuenta de comitentes, generalmente mayoristas, que, por razones de tiempo o de lejanía de los mercados de producción, no intervienen directamente en la compra de los productos necesarios para abastecer a sus clientes.

Los intermediarios trabajan, pues, por orden de sus comitentes; por tanto, su riesgo es muy limitado, ya que su rentabilidad no está directamente vinculada al resultado de las negociaciones que se desarrollen en el futuro en relación con la mercancía comprada (lo que representa un evidente riesgo empresarial), sino que, en cualquier caso, perciben una comisión por el servicio prestado. Esta retribución se determina como porcentaje de la cantidad comprada por cuenta del mayorista no presente en nombre del que operan.

Los intermediarios compran productos cuyas características satisfagan, en la medida de lo posible, las exigencias concretas de sus respectivos comitentes en términos de variedad, calidad, cantidad, tipo de transformación, precio, etc.

Una importante característica de esta forma de venta es que el intermediario que resulta adjudicatario en la subasta puede expedir directamente la factura al comitente correspondiente; la distinción entre éstos suele hacerse mediante la asignación de un número concreto en las tarjetas magnéticas.

La segunda y la tercera categorías están constituidas por mayoristas, es decir, verdaderos empresarios que intervienen directamente en la transmisión de la mercancía. Se suele denominar «comerciantes» —en la jerga profesional— a los agentes pertenecientes a la segunda categoría; éstos actúan en nombre y por cuenta propios y asumen todos los riesgos técnicos y económicos del proceso de distribución; su participación en el mismo es considerable. Compran las partidas sin el respaldo de ninguna orden de compra previa de los clientes y deben ocuparse después de colocar el producto en los mercados, mayoristas —de redistribución o finales— o minoristas.

Estos mayoristas que trabajan para el mercado nacional disponen de almacenes propios en los que se depositan los productos adquiridos en el MH, así como los entregados directamente por los productores.

El último tipo de agentes que suelen acudir en calidad de compradores al mercado de producción son los exportadores. No siempre están presentes en el mercado de Vignola y solamente intervienen cuando los mercados exteriores ofrecen las condiciones adecuadas para la expedición de cerezas desde esta zona.

La variedad más apta para la exportación es la «moretta», cuyo precio es muy sensible a la actividad exportadora: ante la eventualidad de tal destino, el precio aumenta. Ahora bien, dada la escasez de esta variedad, se exportan asimismo la «anella» y la «anellone», siempre que los precios no sean tan elevados que limiten su colocación en los mercados exteriores. Además, estas últimas variedades son poco conocidas en los países de Europa septentrional, donde se aprecia la «moretta», presente desde hace ya algún tiempo con precios bastante contenidos.

Los exportadores, junto con los intermediarios, comercializan el 70% de las cerezas que pasan anualmente por el mercado de Vignola.

En cuanto a los aspectos organizativos, los frutos llegan al mercado paletizados; generalmente, el transporte corre a cargo del productor, que lo realiza con sus propios medios. Todas las partidas presentan un grado de transformación más o menos elevado, según la disponibilidad de mano de obra, especialmente familiar, del productor.

Antes de su introducción en el mercado, los productos son pesados y controlados por funcionarios que se encargan de asegurar el cumplimiento de los requisitos necesarios para la comercialización previstos en las normas del reglamento del mercado. Las partidas se caracterizan por su homogeneidad en cuanto a variedad, color, parte inservible y tipo de transformación; por tanto, a cada productor le pueden corresponder varias partidas diferentes entre sí en función de cualquiera de estos parámetros principales. El precio base de cada partida es el precio inicial de la subasta y será mayor en la medida en que las condiciones del mercado sean más favorables a la oferta y, para cada partida, cuanto mejores sean sus características respecto a la media.

Los agentes interesados pueden examinar las diversas partidas y adelantar una opinión sobre las que les interesan, así como sobre el precio que están dispuestos a pagar.

La sala de subastas es adyacente a la zona cubierta donde se encuentran las distintas partidas. El funcionamiento de la subasta a la baja permite adjudicar la partida en cuestión cuando el comprador lo juzga oportuno; de este modo, se garantiza la máxima transparencia en las transacciones y en las condiciones de venta.

El mercado hortofrutícola de Vignola desempeña una función esencial en la formación de los precios. Es en él donde se encuentran la demanda y la oferta, con sus respectivas condiciones, y donde surge el punto de equilibrio dinámico. Los precios se convierten, asimismo, en precios de referencia para los intercambios de mercancías iguales que tienen lugar en la misma zona pero en contextos distintos: el centro de comercialización privado (Agricom), los intercambios fuera del mercado o la venta directa. Además de operar como un dato que influye en las transacciones que tienen lugar en fases posteriores, el MH es importante, tanto para los mercados de distribución y finales, como para las transacciones de las propias cooperativas.

El mercado hortofrutícola de Vignola es asimismo una referencia nacional en cuanto a la determinación de precios; por tanto, la función informativa que desempeña, especialmente en el caso de las cerezas, no se agota a escala local, sino que se extiende al resto de los mercados italianos. El MH de Vignola es, pues, el sostén de la red de mercados y lugares de intercambio de las cerezas de la zona y contribuye a la consolidación de las implicaciones socioeconómicas del «sistema de la cereza».

#### **5.4. Centro de comercialización al por mayor de Vignola: Agricom**

El centro de comercialización «Agricom» tiene su sede en un edificio de carácter privado situado fuera del centro urbano de Vignola, que alberga a ocho mayoristas-comisionistas que desempeñan una función de intermediación tradicional: por una parte se hacen cargo del producto del agricultor, cobrando por ello una comisión, y, por otra, lo ceden a los compradores mayoristas, que operan en zonas cercanas o no.

Cada uno de los ocho mayoristas del centro de comercialización «Agricom» desempeña su actividad comercial de forma independiente; la única función que requiere la colaboración de los socios es la gestión del local.

Cada uno de los productores que entregan las cerezas en este centro suelen trabajar con un mayorista conocido, en quien confían y con el que mantienen una relación consolidada. Algunos, sin embargo, no

ceden el producto normalmente al mismo intermediario, aunque siempre lo hacen dentro de la misma estructura.

El transporte de las cerezas hasta el centro puede correr a cargo del productor, si dispone de los medios adecuados, o bien del mayorista, cuando aquél no está en condiciones de realizarlo, si bien el productor asume en este caso la responsabilidad de recoger las cerezas en el «campo» mediante vehículos de su propiedad o mediante la contratación de estos servicios con terceros.

Para que el transporte sea eficiente, sobre todo si se confía a terceros, debe preverse una mínima programación de las recogidas de cada productor, con el fin de que el gasto no pese excesivamente en el coste de las cerezas o, más bien, en los honorarios que se cargarán al productor por los servicios prestados. En cualquier caso, la actividad de programación realizada por el intermediario comercial es muy útil y se extiende también al consejo sobre el momento de recolección más adecuado, con el fin de hacerlo coincidir con las épocas más favorables para la venta.

La casi totalidad de las cerezas llegan a los locales de Agricom sin ninguna transformación especial por parte de los productores. Es el mayorista quien se ocupa de ello según las modalidades más acordes con las condiciones de demanda de sus respectivos clientes, para lo cual se suele servir de mano de obra familiar.

La mayor parte de los clientes que utilizan los servicios de estos agentes son mayoristas que desempeñan su actividad en mercados de redistribución, en particular los de Padua, Milán, Turín y Génova.

La misión del mayorista no se limita, por tanto, a la distribución del producto, sino que abarca una serie de funciones que se desarrollan en distintos puntos de la rama de distribución, como la organización del transporte y la programación de la recolección, la recopilación de información sobre los distintos mercados y la definición de precios con los clientes y proveedores.

En este último aspecto, el mecanismo es totalmente distinto del que caracteriza al Mercado Hortofrutícola de Vignola, ya que se basa en el principio de la comisión tradicional: el precio pagado al cultivador se define una vez que el mayorista-comisionista ha concluido las negociaciones con su cliente en relación con las partidas correspondientes. Así

pues, el productor sólo conocerá el precio de las cerezas que haya entregado a primera hora de la tarde (entre las 12.30 y las 14.00 cada día) al final de la jornada o, incluso, al día siguiente.

Una característica muy común entre los productores que optan por utilizar esta estructura es la escasa tendencia al seguimiento de la venta de sus productos, ya sea porque dedican el tiempo que ello requeriría a la recolección de la cereza, ya sea por falta de «espíritu comercial» que les lleva a guiarse exclusivamente por los resultados obtenidos con anterioridad y, sobre todo, a depositar su confianza en el mayorista. Este elemento reviste una particular importancia, ya que favorece la creación de una red de relaciones eficaces entre los agentes de la zona. Así pues, esta modalidad de venta, aunque no siempre eficiente desde el punto de vista económico, está estrechamente relacionada con las características de los productores locales que, de forma agregada, consiguen superar las importantes limitaciones que deben afrontar en la fase de comercialización gracias a la «cooperación» con otros agentes. Esto permite la generación de un valor añadido que no se podría obtener de forma individual y que garantiza la rentabilidad de las explotaciones.

## **5.5. Las cooperativas de comercialización**

Las cooperativas desempeñan un importante papel en la fase de primera comercialización de las cerezas de Vignola; sus tareas consisten en agrupar la fruta en sus propias instalaciones, llevar a cabo los procesos de transformación pertinentes y colocarla en el mercado en condiciones remuneradoras.

Existen cinco cooperativas que operan en la zona de Vignola. El desarrollo del cooperativismo en el sector hortofrutícola de la región Emilia Romagna se inició en la segunda mitad del decenio de 1960 y su evolución ha sido paralela a la de la industria alimentaria italiana en general, en la que se ha registrado un considerable aumento de las cooperativas.

Todas las cooperativas cuentan con instalaciones específicas para la recepción de las mercancías y para su posterior transformación y almacenamiento en cámaras frigoríficas o dotadas del tipo de acondicionamiento que sea preciso.

Los socios pueden entregar los frutos en fases de transformación más o menos avanzadas, dependientes esencialmente de la disponibilidad de mano de obra que, dado su elevado coste, se suele limitar al ámbito familiar. Por tanto, la mano de obra familiar es el elemento determinante del grado de transformación que presenta el producto en el momento de su entrega a la cooperativa.

Una vez entregada la mercancía, el socio recibe una ficha en la que se indican todos los parámetros que se consideran oportunos para la identificación del producto (variedad, categoría a la que pertenece, peso total, grado de transformación, etc.).

Dada la naturaleza de la cooperativa, los precios se definen al final de la temporada (recolección), en función de los precios conseguidos a lo largo de la misma. Estos precios se refieren a las cerezas transformadas, de forma que, en el caso de que los socios hayan efectuado sus entregas con una transformación incompleta, se procede a la liquidación deduciendo el coste equivalente.

Las cooperativas de cerezas de Vignola se dirigen a una clientela constituida esencialmente por la gran distribución y por la distribución organizada. Por tanto, deben estar preparadas para responder con la máxima eficacia y eficiencia a las exigencias y pedidos de estas empresas, que son múltiples y que tocan todos los servicios; concretamente, han de estar en condiciones de garantizar los suministros de los productos solicitados de forma continua y completa. Por tanto, la regularidad en el tiempo y la capacidad de concentrar las partidas en cantidades elevadas son los puntos fuertes que favorecen las relaciones entre cooperativas y empresas de la gran distribución organizada.

En cuanto a las relaciones entre la cooperativa y sus socios, tiene una especial importancia el conjunto de servicios aquéllas ponen a disposición de éstos para responder a sus exigencias, así como para favorecer su desarrollo. Entre ellos figuran, en primer lugar, los de asesoramiento a cargo de técnicos, bien en el campo, es decir, en la propia plantación, bien en la sede de la cooperativa. En este sentido, es preciso distinguir el asesoramiento puramente técnico (3) —cuyo objetivo es facili-

---

(3) Esta actividad se desarrolla exclusivamente en el campo, hasta el punto de que el personal que desempeña estas funciones se denomina «personal técnico de campo».



tar indicaciones e información sobre la programación orientada a la producción de las actividades de cultivo— del asesoramiento encaminado a orientar a los productores sobre los tratamientos fitosanitarios pertinentes. De cualquier modo, es posible que ambas modalidades coincidan en una misma persona, capacitada para prestar ambos tipos de asesoramiento, lo que será más frecuente en el caso de cooperativas pequeñas con pocos socios. Esta actividad pretende, pues, mejorar la calidad y la cantidad de las cerezas producidas por cada socio.

Otro de los servicios que las cooperativas ofrecen a los socios es el de transporte en camiones fletados, previa solicitud expresa, haciéndose cargo cada socio del coste correspondiente, esto es, entre 20 y 22 liras por kilogramo de fruta transportada.

Un último servicio que la cooperativas pueden ofrecer a sus socios, sólo en ciertos casos, es el de la venta de algunos bienes (medios técnicos) necesarios para la elaboración de los productos. En cualquier caso, los socios no están obligados a equiparse de medios técnicos en las cooperativas a las que pertenecen, sino que pueden elegir libremente el lugar donde hacerlo, siempre que les resulte más económico o más conveniente. Hay que destacar, sin embargo, que los socios productores adquieren la mayor parte de los medios técnicos que necesitan (más del 80%, generalmente) en sus respectivas cooperativas, por obvias razones de comodidad, a las que se suelen unir las de conveniencia económica.

Todo lo anterior explica claramente la gran importancia que tienen las cooperativas que operan en Vignola, tanto desde el punto de vista social como económico. La agrupación de los pequeños agricultores en cooperativas les permite superar las limitaciones debidas a su propia dimensión y favorece la creación de valor añadido, gracias al aprovechamiento de economías de escala tanto en los aspectos técnicos como económicos. La razón de la existencia de esas cooperativas es, sin duda, de orden económico, pero es también cierto que el contexto cultural y la profunda difusión de valores y conocimientos les han proporcionado un terreno muy fértil para su desarrollo.