

LA COMERCIALIZACION ASOCIATIVA DE PRODUCTOS AGRARIOS EN ESPAÑA

Por
ANTONIO HERRERO ALCON
Dr. Ingeniero Agrónomo

SUMARIO

1. PRESENTACION.—2. EL AREA ASOCIATIVA NACIONAL DE COMERCIALIZACION AGRARIA: 2.1. COMERCIALIZACION ASOCIATIVA A NIVEL NACIONAL. 2.2. FÓRMULAS JURÍDICAS EN EL ÁREA ASOCIATIVA NACIONAL. 2.3. CARACTERÍSTICAS MEDIAS DEL ÁREA ASOCIATIVA NACIONAL DE COMERCIALIZACION AGRARIA. 2.4. SIGNIFICACION DEL ÁREA ASOCIATIVA NACIONAL. 2.5. CARACTERIZACION COMPARATIVA DE LAS ÁREAS SECTORIALES ASOCIATIVAS DE COMERCIALIZACION AGRARIA: 2.5.1. Sectores agrarios con más importantes áreas asociativas comerciales. 2.5.2. Las características medias representativas de las diferentes áreas asociativas sectoriales. 2.5.3. La participación de las cooperativas y grupos sindicales de colonización en las áreas asociativas sectoriales. 2.5.4. La significación productiva de las áreas asociativas sectoriales de comercialización agraria. 2.6. CARACTERIZACION COMPARATIVA DE LAS ÁREAS REGIONALES ASOCIATIVAS DE COMERCIALIZACION AGRARIA: 2.6.1. Regiones agrarias con más importantes áreas asociativas comerciales. 2.6.2. Las características medias representativas de las diferentes áreas asociativas regionales. 2.6.3. La significación de las áreas asociativas regionales de comercialización agraria.—3. A MODO DE CONCLUSION.

1. PRESENTACION

LA actividad comercializadora agraria por vía asociativa tiene en España una importancia que a nadie se le oculta, aunque quizá no haya sido suficiente y sistemáticamente divulgada.

Se pretende, por ello, analizar y dar a conocer en este trabajo las características más destacadas de las áreas asociativas de comercialización de los principales productos o agregados de productos agrarios.

Se describirán y comentarán, para cada sector y en el conjunto de los sectores considerados, primero, el número de entidades asociativas de comercialización agraria existentes; el número de empresas agrarias cuyas producciones individuales son comercializadas conjuntamente por aquéllas; el volumen anual de producción aportada por tales empresas agrarias y de comercialización comunitaria realizada por las

entidades asociativas y, finalmente, el valor de esas producciones aportadas individualmente y comercializadas solidariamente.

Se analizará, posteriormente, también por sector y para el conjunto de ellos, la participación de las Cooperativas y de los Grupos Sindicales de Colonización en las respectivas áreas asociativas de comercialización. Seguirán sucintas consideraciones a las dimensiones medias —sociales y económicas— de las entidades asociativas comerciales agrarias, complementándose esta visión del área asociativa nacional de comercialización agraria desde la óptica sectorial, con la evaluación de su significación en el conjunto del sector agrario del país.

Una más amplia y exacta comprensión del fenómeno asociativo comercial agrario podrá obtenerse por consideración del área asociativa nacional bajo un enfoque regional. Así, región por región, se analizarán iguales conceptos, y bajo igual ordenación que los considerados anteriormente desde el punto de vista sectorial.

Unas últimas y concretas ideas, surgidas de este análisis de una información que, se cree, sale por vez primera a la luz con una presentación sistemática, concluirán este trabajo que, en realidad, se limita a llevar a cabo sucesivas y complementarias ordenaciones de una misma información estadística de base proporcionada por el Ministerio de Agricultura, quien ha realizado últimamente una investigación censal de las entidades asociativas de comercialización agraria existentes, en funcionamiento, en España.

Únicamente se ha tratado de ofrecer una información reciente y relativamente completa de un sector de nuestra agricultura que, pese a sus defectos y limitaciones, constituye uno de los más progresistas. Ello, sin duda, permitirá un mejor y más profundo conocimiento del mismo y servirá de base para ulteriores investigaciones y estudios de carácter evaluatorio de las ventajas, posibilidades, inconvenientes y restricciones del movimiento asociativo en la comercialización agraria.

2. EL AREA ASOCIATIVA NACIONAL DE COMERCIALIZACION AGRARIA

2.1. COMERCIALIZACIÓN ASOCIATIVA A NIVEL NACIONAL

La extensión y características dimensionales del área asociativa nacional de comercialización agraria —concebida como integración de las áreas asociativas sectoriales correspondientes a los veinte productos o agregados de productos agrarios luego enumerados— cabe

definirlas en base a los tres conceptos utilizados para la descripción y análisis de cada área asociativa, sea nacional, regional o sectorial.

Así, al integrar las áreas asociativas de cada sector se obtiene el número total de entidades asociativas de comercialización agraria actualmente existente en el país —son 3.981— y el número total de empresas agrarias asociadas a aquellas entidades para la comercialización conjunta de sus producciones —1.097.960—. No cabe totalizar las producciones asociadas en las diversas áreas asociativas, más que en términos monetarios, deduciéndose que el valor total de la producción agraria comercializada por vía asociativa asciende, en la valoración estimativa realizada, a más de 56.600 millones de pesetas anuales.

Procede indicar que estas cifras, como las restantes que se reseñan en este trabajo, no deben tomarse más que como meros órdenes de magnitud, ciertamente muy aproximados, de los conceptos que representan. Se mantienen, no obstante, los valores calculados, incluso en sus unidades y decenas de unidad, aún a sabiendas de la escasa o nula significación de tal concreción numérica.

Conviene, en particular, matizar la significación de las cifras que miden —tanto a nivel nacional, ahora considerado, como a niveles regionales, luego comentados— el número de empresas agrarias integradas en entidades asociativas para la comercialización conjunta de sus producciones.

La información estadística de base ofrecía para cada sector el número de empresas agrarias que, obteniendo en sus explotaciones el producto o agregado de productos que definía aquél, se integraban en una entidad asociativa. Habida cuenta de que muchas empresas agrarias obtienen varios productos diferentes, éstas se contabilizan en tantos sectores como productos comercializaban por vía asociativa.

Esta multiplicidad contable no sesga ni distorsiona las consideraciones que quepa realizar individualmente sobre las áreas asociativas sectoriales. Pero, al hacer ahora un análisis del área asociativa nacional de comercialización agraria no cabe integrar, por simple suma aritmética, las empresas agrarias asociadas en cada sector para obtener el total de empresas productoras que componen el área asociativa nacional.

Ha sido preciso, pues, evitar esta multiplicidad contable, acudiendo a la relación base de entidades asociativas y sumando las empresas agrarias en ellas integradas, haciendo abstracción de si éstas obtenían más de un producto agrario.

La cifra nacional, antes reseñada, de 1.097.960 empresas productoras asociadas se reduce, así, a 761.679. La reducción que se produce es de cerca del 30 por 100. Ello expresa que de esas 761.679 empresas existen algunas que comercializan varios productos por vía asociativa.

2.2. FÓRMULAS JURÍDICAS EN EL ÁREA ASOCIATIVA NACIONAL

Las referidas magnitudes, definitorias del colectivo de entidades asociativas de comercialización agraria, cabe matizarlas mediante la complementaria consideración de los valores que iguales conceptos toman para las entidades asociativas constituidas como Cooperativas (COOP) o como Grupos Sindicales de Colonización (GSC), únicas fórmulas jurídicas de amparo al asociativismo agrario en nuestro país.

El cuadro número 1 refleja la valoración relativa de estos dos subconjuntos del área asociativa nacional.

Cuadro núm. 1

SIGNIFICACION DE LAS FORMULAS JURIDICAS CONSTITUTIVAS DE TODAS LAS ENTIDADES ASOCIATIVAS DE COMERCIALIZACION AGRARIA

<i>Conceptos</i>	<i>COOP (%)</i>	<i>GSC (%)</i>
Número de entidades asociativas	74,47	25,53
Número de empresas agrarias asociadas	94,72	5,28
Valor de la producción comercializada... ..	88,38	11,62

FUENTE: Elaboración propia.

Destaca claramente la posición de las COOP, fórmula jurídica bajo cuyo amparo se constituyen tres de cada cuatro entidades asociativas de comercialización agraria y se agrupan 95 de cada 100 empresas agrarias que colocan en el mercado las producciones obtenidas en sus explotaciones a través de aquellas entidades de comercialización conjunta. De cada 100 pesetas comercializadas asociativamente, 88 lo son por COOP.

2.3. CARACTERÍSTICAS MEDIAS DEL ÁREA ASOCIATIVA NACIONAL DE COMERCIALIZACIÓN AGRARIA

Se ofrecen, en el cuadro número 2, los valores medios que toman, tanto para el conjunto de entidades asociativas como para los subconjuntos de COOP y GSC, los conceptos definitorios adoptados. Para el cálculo de estos valores medios se ha corregido el número de empresas

agrarias integradas, tanto en toda el área asociativa nacional como en las subáreas COOP y GSC, tal y como se ha expresado anteriormente, para evitar la multiplicidad contable producida al partir de la compartimentación sectorial del área asociativa nacional y llevar a cabo luego su integración a niveles regional o nacional. La reducción porcentual calculada para el área nacional de todas las entidades asociativas se admite sea representativa de las subáreas COOP y GSC.

Cuadro núm. 2

CARACTERISTICAS MEDIAS DE TODAS LAS ENTIDADES ASOCIATIVAS DE COMERCIALIZACION AGRARIA

CONCEPTOS	Todas las entidades	Las COOP	Los GSC
Número medio de empresas por entidad asociativa	191	244	38
Valor de la producción media por empresa agrupada (pesetas)	74.300	68.700	178.700
Valor de la producción media por entidad asociativa (pesetas)	14.200.000	17.400.000	6.900.000

FUENTE: Elaboración propia.

La composición media nacional de las entidades asociativas es de 191 empresas productoras miembros, con valores que oscilan entre 244 para las COOP y 38 para los GSC.

Cada empresa agraria asociada aporta como media 74.300 pesetas de producción para su comercialización conjunta por una entidad asociativa, cuya importancia económica media queda de manifiesto al situar en el mercado productos por un valor de más de 14 millones de pesetas anualmente.

A nivel nacional se mantiene un más elevado número de miembros en las COOP que en los GSC, del orden de cerca de 7 veces más al comparar una y otra entidad media de los respectivos subconjuntos nacionales.

El mayor respaldo social que recibe la COOP supone disponer de una base más amplia que las posibilita para acciones de más altos vuelos, aunque, como contrapartida, las lleva a correr mayores riesgos al requerirse una coincidencia de criterios y la adopción de decisiones entre un más elevado número de miembros asociativos.

Por el contrario, los GSC tienen menor dimensión social, por surgir muy frecuentemente de la confianza mutua de un corto número de socios, con mayor potencialidad económica.

La empresa agrupada media tiene una producción vendible a nivel nacional de 68.700 pesetas por COOP y de 178.700 pesetas por GSC, prueba de la mayor entidad de la empresa productora asociada a un GSC.

La importancia económica comparativa en el área asociativa nacional entre COOP y GSC viene dada al tener aquélla una producción media vendible 2,5 veces más alta, en valor, que la correspondiente a los GSC.

Este mismo cuadro número 2 permite conocer:

- la reducción del número de centros individuales de decisión comercial de 191 de media nacional a uno único en la agrupación; y
- la concentración de oferta que en valor y en el área asociativa nacional pasa de 191 ofertas individuales de 74.300 pesetas cada una a una única de 14.200.000 pesetas de valor.

2.4. SIGNIFICACIÓN DEL ÁREA ASOCIATIVA NACIONAL

El conjunto de las 20 áreas asociativas de comercialización agraria consideradas constituyen un área nacional cuya entidad puede reflejarse por los dos siguientes índices de significación:

- índice de significación empresarial: sobre 2.473.903 empresas agrarias censadas en España, 761.679 están integradas en una entidad asociativa de comercialización. Esta cifra representa más del 30 por 100 de aquel total.
- índice de significación económica o productiva: de los 558.000 millones de pesetas de valoración de la producción vendible de los 20 productos o agregados de productos agrarios considerados, 56.600 millones de pesetas, esto es algo más de un 10 por 100, se comercializan por vía asociativa.

2.5. CARACTERIZACIÓN COMPARATIVA DE LAS ÁREAS SECTORIALES ASOCIATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN AGRARIA

El análisis del área asociativa nacional de comercialización agraria se completa ahora a través de una comparación entre las áreas asociativas sectoriales.

Tal comparación se lleva a cabo en base a la información estadística, con o sin elaboración previa, que se presenta en los cuadros números 3 y 4.

Cuadro núm. 3
DISTRIBUCION SECTORIAL DEL AREA ASOCIATIVA NACIONAL DE COMERCIALIZACION ACRARIA

SECTORES	Comercialización asociativa			Tipo de entidades		
	Entidades asociativas (Núm.)	Empresas asociadas (Núm.)	Entidades asociativas (Núm.)	Empresas asociadas (Núm.)	Entidades asociativas (Núm.)	Empresas asociadas (Núm.)
Frutos cítricos	107	49.017	99	48.878	8	639
Frutos secos	148	42.179	146	42.165	2	14
Frutas varias	283	73.822	228	66.995	55	6.327
Aceitunas de verdeo	73	14.970	60	13.111	13	1.859
Hortalizas	255	96.135	204	89.990	51	6.145
Flores	6	205	2	185	4	20
Leche de vaca	207	67.954	187	62.790	70	5.164
Carne de vacuno	259	25.604	89	24.152	170	1.452
Leche de oveja	39	5.032	22	4.688	17	344
Carne de ovino	185	22.072	40	20.758	145	1.314
Lana	12	5.491	6	5.286	6	205
Leche de cabra	2	87	2	87	—	—
Madera	7	2.010	6	1.146	1	864
Uva	1.018	273.597	910	259.783	108	13.814
Cereales y forrajes	839	236.968	748	222.576	91	14.892
Carne de porcino	405	79.961	177	76.996	228	2.965
Huevos	60	19.254	25	18.855	35	399
Algodón	28	19.971	25	19.949	3	22
	41	27.302	33	27.200	8	102
	7	36.829	7	36.829	—	—
TOTAL NACIONAL	3.981	1.097.960	2.966	1.041.919	1.015	56.041

FUENTE: Ministerio de Agricultura, IMOPA, 1974.

Cuadro núm. 4
VALORACION SECTORIAL DEL AREA ASOCIATIVA NACIONAL DE COMERCIALIZACION AGRARIA

SECTORES	Comercialización asociativa			COOP		Tipo de entidades		GSC
	Unidad	Volumen	Valor (10 ⁶ ptas.)	Volumen	Valor (10 ⁶ ptas.)	Volumen	Valor (10 ⁶ ptas.)	
Frutos cítricos ...	Tm.	444.760	2.304	417.009	2.160	27.751	144	
Frutos secos ...	»	24.729	791	24.679	789	50	2	
Frutas varias ...	»	646.515	6.071	538.313	5.055	108.200	1.016	
Aceituna de verdeo...	»	62.169	838	43.388	585	18.781	253	
Hortalizas ...	»	574.589	4.706	505.654	4.141	68.935	565	
Flores ...	Doc.	3.167.700	81	1.631.100	42	1.536.600	39	
Leche de vaca ...	l.	10.298.412	6.464	586.548.041	5.838	128.750.371	1.126	
Carne de vacuno ...	Cab.	67.756	960	42.619	604	25.137	356	
Leche de oveja ...	l.	27.029.009	621	23.775.689	546	3.253.320	75	
Carne de ovino ...	Cab.	381.697	550	238.497	344	143.200	206	
Lana ...	Tm.	642	20	611	19	31	1	
Leche de cabra ...	l.	3.716.000	41	3.716.000	41	—	—	
Madera ...	m ³	108.707	113	56.835	59	51.872	54	
Aceituna almazara ...	Tm.	1.060.568	9.407	924.766	8.203	135.802	1.204	
Uva ...	»	2.786.966	14.325	2.636.560	13.552	150.406	773	
Cereales y forrajes ...	»	753.234	4.015	636.345	3.392	116.889	623	
Carne de porcino ...	Cab.	176.611	634	87.641	315	88.970	319	
Aves ...	»	28.140.603	1.379	28.124.865	1.378	15.738	1	
Huevos ...	Doc.	64.974.849	1.819	60.004.849	1.680	4.970.000	139	
Algodón ...	Tm.	60.000	1.476	60.000	1.476	—	—	
TOTAL NACIONAL ...			56.615		49.719		6.896	

FUENTE: Datos en términos físicos: Ministerio de Agricultura, IMOPA, 1974. Valoración en términos monetarios: elaboración propia.

Para cada uno de los 20 sectores productivos agrarios aquí considerados se ofrecen, en el cuadro número 3, los valores que caracterizan tanto sus respectivas áreas asociativas comerciales como las sub-áreas con respaldo jurídico de Cooperativa (COOP) o de Grupo Sindical de Colonización (GSC).

Los conceptos valorados son, por sector, el número de entidades asociativas y el número de empresas agrarias asociadas a ellas. Tales conceptos referidos tanto para cada área asociativa sectorial como para los correspondientes subconjuntos COOP y GSC.

Tratando de completar la comparación de las áreas asociativas sectoriales se ha calculado, en el cuadro número 4, el valor, en términos monetarios, de las producciones comercializadas conjuntamente en cada sector, tanto por todas las entidades asociativas como por las COOP y GSC actualmente en funcionamiento comercial. Esta valoración se ha realizado aplicando precios medios nacionales ponderados, a cada producto o grupo de productos, correspondientes a la campaña 1973-74, última de la que se disponía de más completa información estadística sobre producciones y precios agrarios.

El cuadro número 5, a su vez, permite directamente la comparación asociativa intersectorial, ya que reseña los pesos relativos de cada sector respecto al área asociativa nacional, correspondientes a los tres conceptos característicos manejados: número de entidades asociativas y de empresas agrarias asociadas y valor, en pesetas, de la producción comercializada por aquéllas.

En base a estos cuadros, que ordenan bajo enfoques distintos una información estadística única, cabe hacer una serie de consideraciones que permitirán aprehender la realidad asociativa comercial agraria nacional en su distribución sectorial.

2.5.1. *Sectores agrarios con más importantes áreas asociativas comerciales*

La mayor o menor importancia asociativa de la comercialización de los diferentes sectores agrarios puede medirse por consideración de cada uno de los siguientes conceptos:

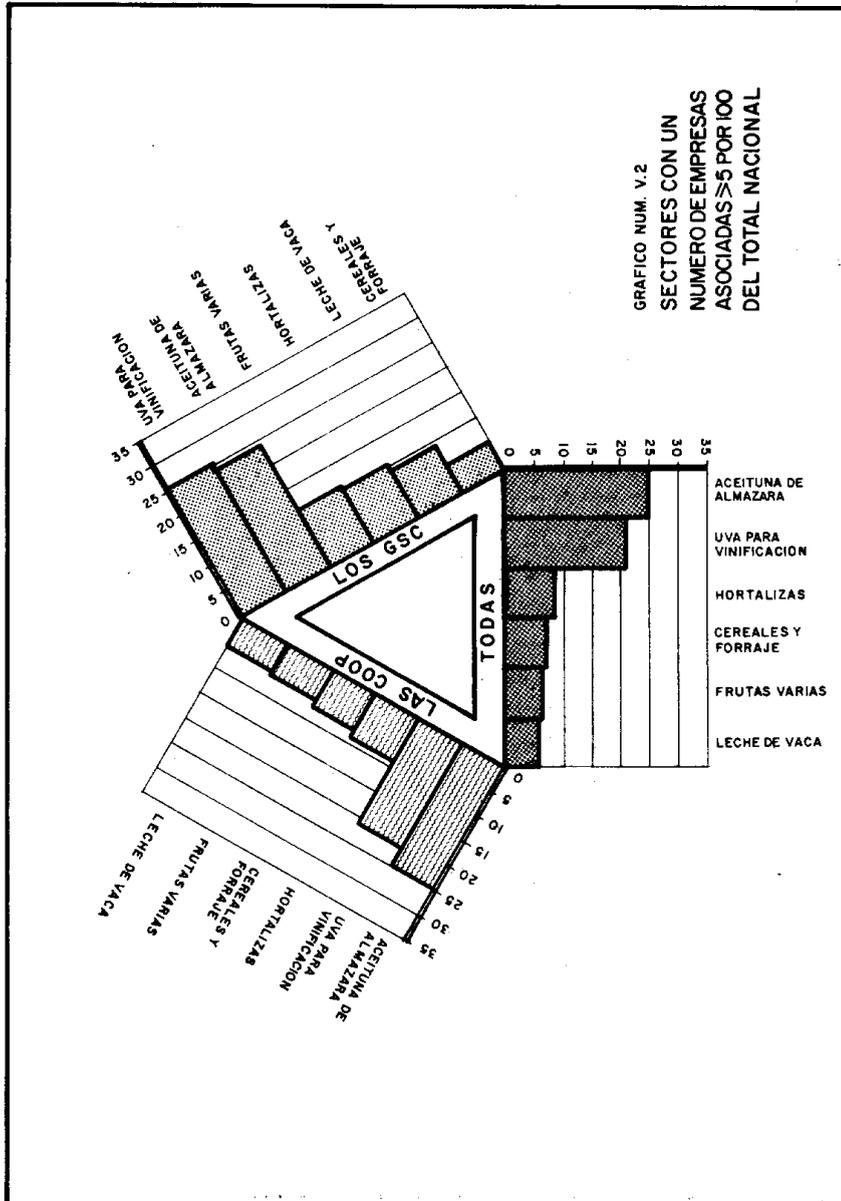
Si se atiende al número de entidades asociativas de comercialización, destacan los sectores de aceituna de almazara y uva para vinificación, particularmente, y, también, los de cereales y forrajes, frutas varias, carne de vacuno, hortalizas y leche de vaca, todos ellos con un número de entidades asociativas superior al 5 por 100 del correspon-

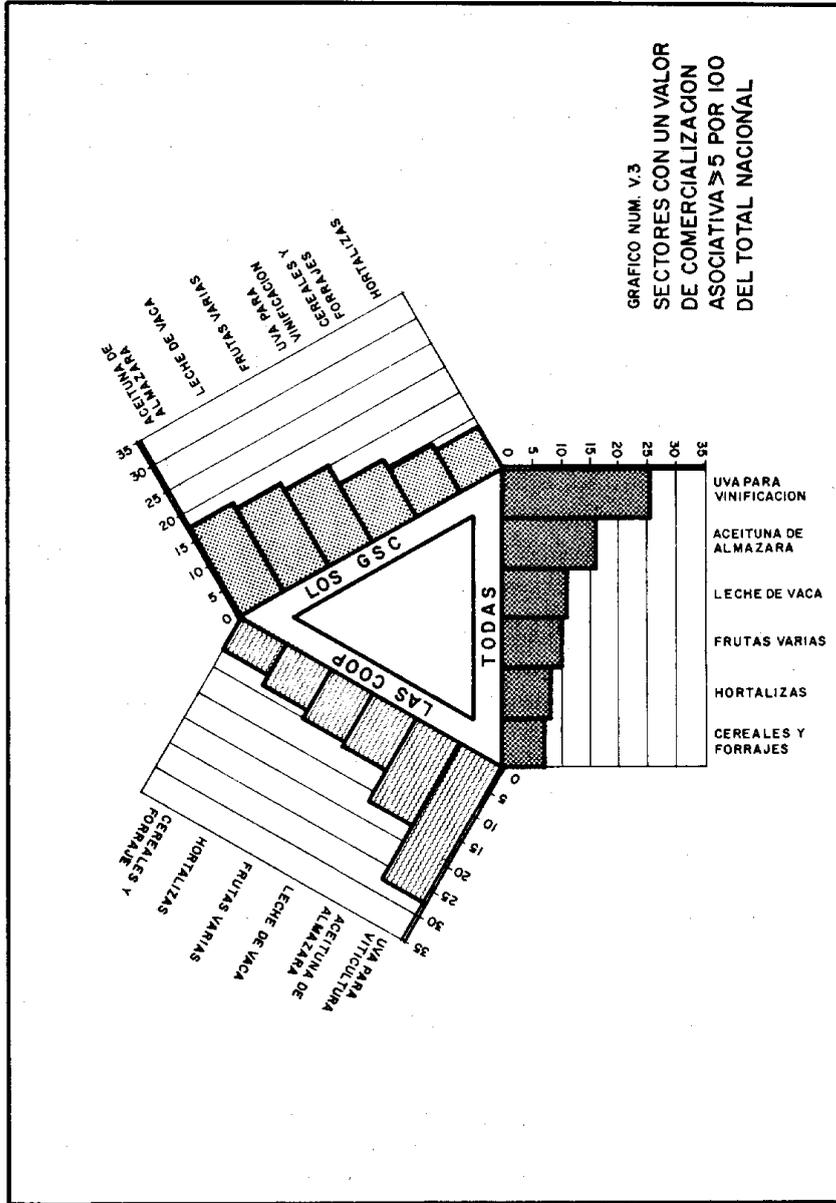
Cuadro n.º 5

IMPORTANCIA RELATIVA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ÁREAS ASOCIATIVAS SECTORIALES DE
COMERCIALIZACIÓN AGRARIA

SECTORES	Todas las entidades						COOP			GSC								
	Empresas asociadas		Entidades		Valor de la producción asociada		Empresas asociadas		Entidades		Valor de la producción asociada		Empresas asociadas		Entidades		Valor de la producción asociada	
Frutos cítricos	2,69	4,46	4,07	3,84	3,72	4,07	3,84	3,84	4,92	3,84	4,64	4,05	4,05	1,59	0,79	1,14	0,02	2,09
Frutos secos	7,11	6,68	10,72	7,69	7,11	1,40	6,68	7,69	4,92	6,43	4,05	6,43	10,17	0,20	5,42	0,02	11,29	0,03
Frutas varias	1,83	1,36	1,48	1,83	1,83	1,48	1,36	2,02	2,02	1,26	1,26	1,17	1,17	1,28	1,28	3,32	3,32	3,67
Aceituna de verdeo	6,40	8,76	8,31	8,76	6,40	8,31	8,76	6,88	6,88	8,64	8,64	8,33	8,33	5,03	5,03	10,97	10,97	8,19
Hortalizas	0,15	0,02	0,14	0,02	0,15	0,14	0,02	0,07	0,07	0,02	0,02	0,08	0,08	0,39	0,39	0,04	0,04	0,57
Flores	5,20	6,19	11,42	6,19	5,20	11,42	6,19	4,62	4,62	6,03	6,03	10,74	10,74	6,90	6,90	9,21	9,21	16,33
Leche de vaca	6,50	2,33	1,70	2,33	6,50	1,70	2,33	3,00	3,00	2,32	2,32	1,22	1,22	16,75	16,75	2,59	2,59	5,16
Carne de vacuno	0,98	0,46	1,10	0,46	0,98	1,10	0,46	0,74	0,74	0,45	0,45	1,10	1,10	1,68	1,68	0,61	0,61	1,09
Leche de oveja	4,65	2,01	0,97	2,01	4,65	0,97	2,01	1,35	1,35	1,99	1,99	0,69	0,69	14,29	14,29	2,35	2,35	2,99
Carne de ovino	0,30	0,50	0,04	0,50	0,30	0,04	0,50	0,20	0,20	0,51	0,51	0,04	0,04	0,59	0,59	0,37	0,37	0,01
Lana	0,05	0,01	0,07	0,01	0,05	0,07	0,01	0,07	0,07	0,01	0,01	0,08	0,08	0,10	0,10	1,54	1,54	0,78
Leche de cabra	0,18	0,18	0,20	0,18	0,18	0,20	0,18	0,20	0,20	0,11	0,11	0,12	0,12	10,64	10,64	24,65	24,65	17,46
Madera	25,57	24,92	16,62	24,92	25,57	16,62	24,92	30,88	30,88	24,93	24,93	16,50	16,50	8,97	8,97	25,68	25,68	11,21
Aceituna de almazara	21,08	21,58	25,30	21,58	21,08	25,30	21,58	25,22	25,22	21,36	21,36	27,26	27,26	22,46	22,46	5,29	5,29	9,03
Uva	10,17	7,28	7,09	7,28	10,17	7,09	7,28	5,97	5,97	7,39	7,39	6,82	6,82	3,45	3,45	0,71	0,71	4,63
Cereales y forrajes	1,51	1,75	1,12	1,75	1,51	1,12	1,75	0,84	0,84	1,81	1,81	0,63	0,63	0,80	0,80	0,04	0,04	0,01
Carne de porcino	0,70	1,82	2,44	1,82	0,70	2,44	1,82	1,11	1,11	2,61	2,61	2,77	2,77	0,79	0,79	0,18	0,18	2,02
Aves	1,03	2,49	3,21	2,49	1,03	3,21	2,49	1,11	1,11	3,53	3,53	2,38	2,38	—	—	—	—	—
Huevos	0,18	3,36	2,60	3,36	0,18	2,60	3,36	0,24	0,24	—	—	2,97	2,97	—	—	—	—	—
Algodón	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
TOTAL NACIONAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

FUENTE: Elaboración propia.





diente total nacional. En estos siete sectores se sitúan más del 80 por 100 de las entidades asociativas comerciales agrarias del país.

Estos mismos sectores, salvo el de carne de vacuno, son los de mayor importancia asociativa si se atiende al número de empresas productoras asociadas. También cada uno de tales seis sectores representa más del 5 por 100 del número total nacional de empresas productoras integradas en entidades asociativas comerciales, suponiendo el conjunto de aquéllos más del 75 por 100 de este total.

La ordenación de los diferentes sectores agrarios en base a su mayor valor de producción comercializada asociativamente, presenta a los mismos seis sectores anteriores con el de frutos cítricos. Todos con más del 5 por 100 del valor total nacional de comercialización asociativa y, en su conjunto, representando cerca del 80 por 100 de este valor total.

El cuadro número 6 presenta estas tres ordenaciones de los más destacados sectores, gráficamente representados en los esquemas números 1 a 3.

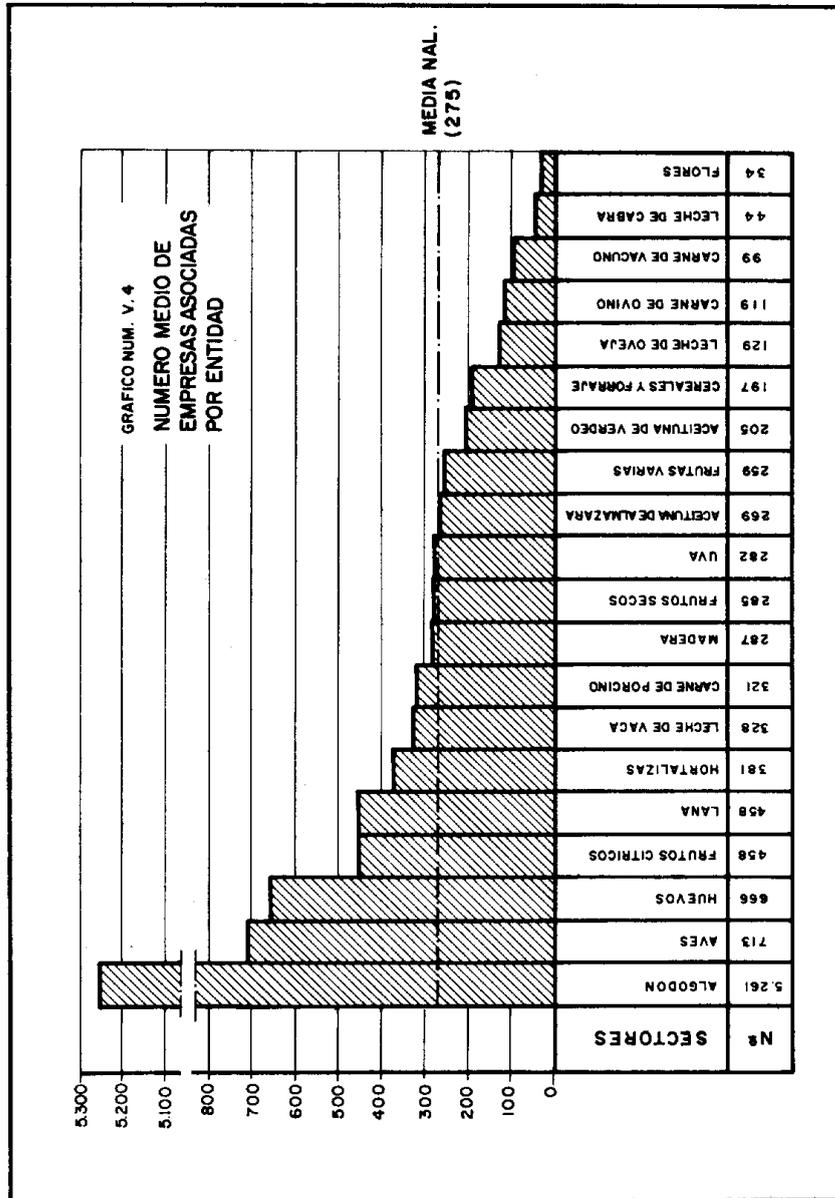
2.5.2. *Las características medias representativas de las diferentes áreas asociativas sectoriales*

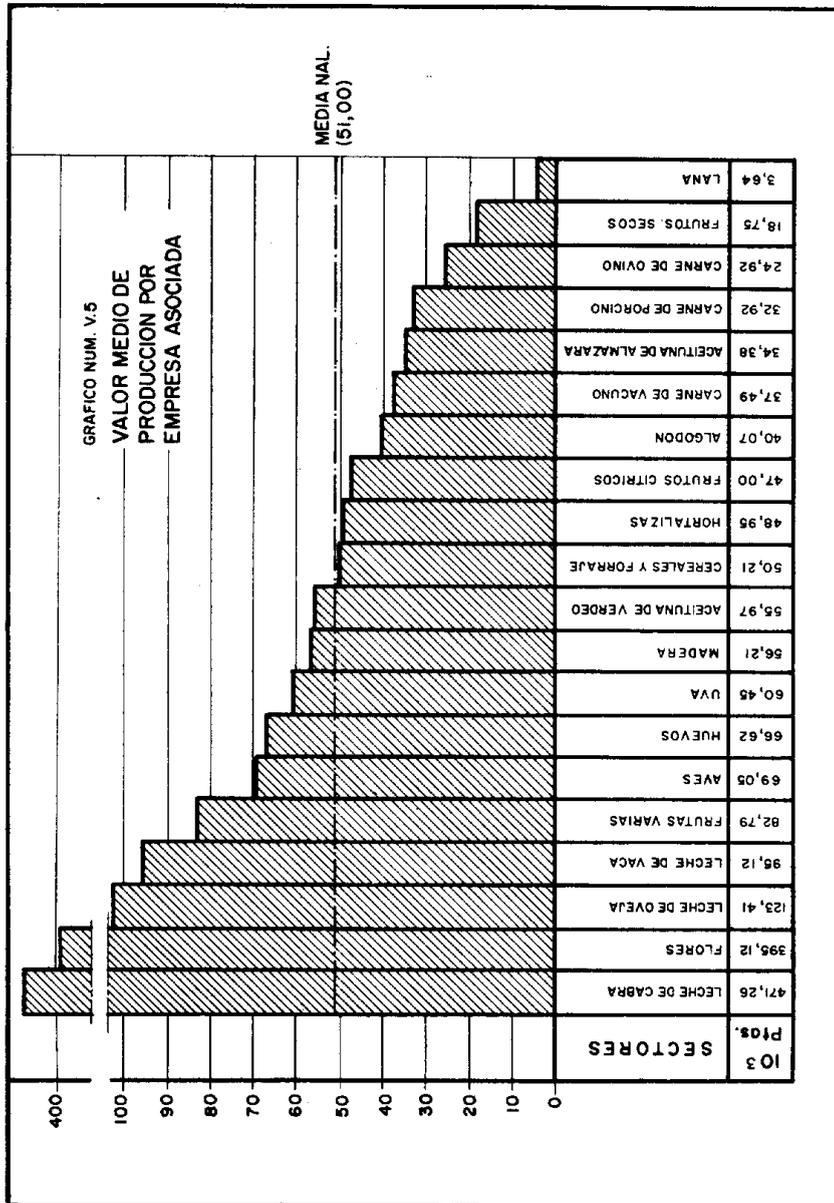
Otros datos que pueden completar la comparación asociativa intersectorial son los valores medios de dimensión social y económica de las entidades asociativas de cada sector y de la dimensión económica de la empresa agraria asociada a aquéllas.

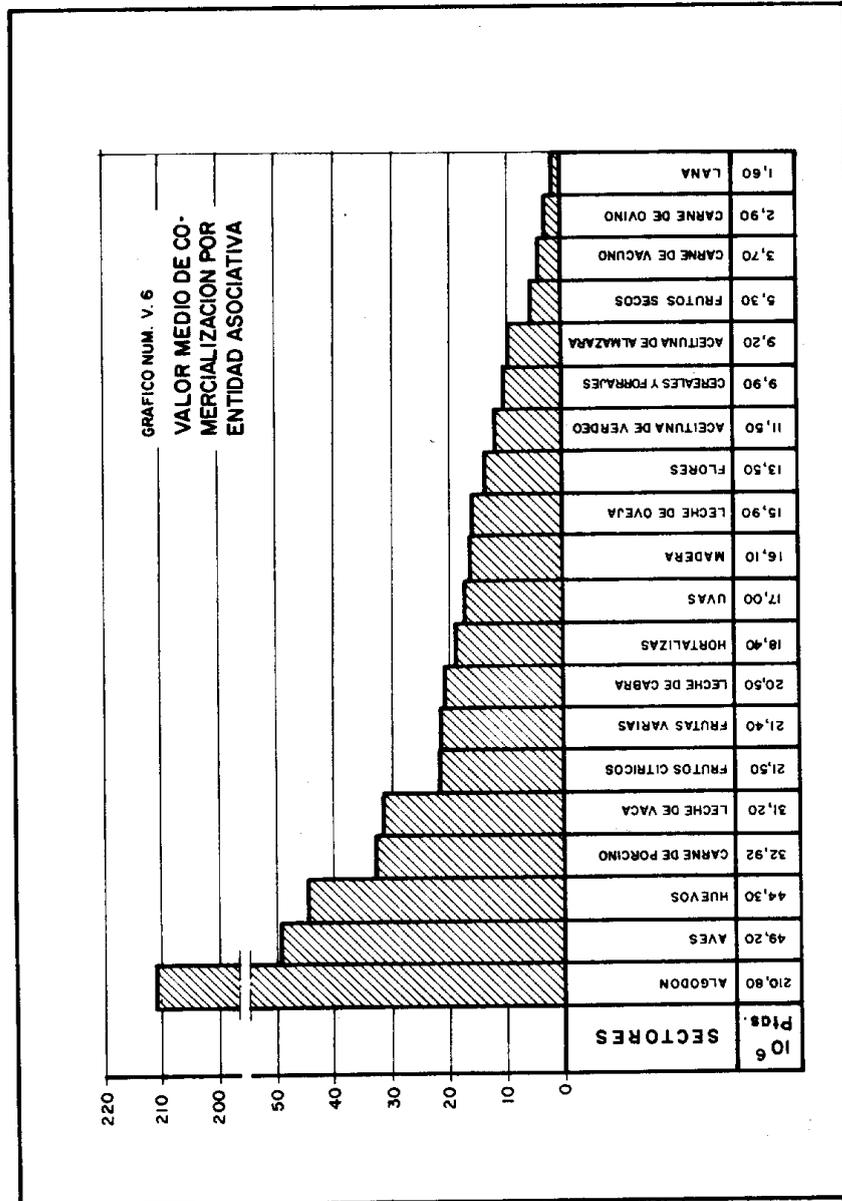
El cuadro número 7 ofrece, sector por sector, el número medio de empresas agrupadas por entidad asociativa y la producción media, por entidad asociativa y por empresa agrupada, en términos monetarios. Ello para el conjunto del área asociativa de cada sector. Además, para las subáreas COOP y GSC el número medio de empresas agrupadas por entidad asociativa y las producciones medias, en términos físicos, por entidad y empresa.

Considerando el conjunto de las áreas asociativas sectoriales y atendiendo a los referidos tres valores medios, también se relacionan los 20 sectores en estudio en orden decreciente de los mismos, en el cuadro número 6 y en los gráficos 4 a 6.

De este último cuadro, autoexplicativo, procede destacar el diferente grado de reducción de centros de decisión comercial, que mide igualmente la concentración de oferta que con el asociativismo se produce en cada sector.







Cuadro núm. 6

ORDENACION DE LOS SECTORES AGRARIOS SEGUN LA IMPORTANCIA DECRECIENTE DE LOS INDICADORES DE SUS AREAS ASOCIATIVAS DE COMERCIALIZACION AGRARIA

Núm. de entidades asociativas	Núm.	Núm. de empresas asociadas	Núm.	Valor de la producción asociada	Millones Ptas.	Núm. medio de empresas por entidad	Núm.	Valor medio por empresa asociada	Miles Ptas.	Valor medio por entidad asociativa	Miles Ptas.
Aceituna almazara	1.018	Aceituna almazara	273.597	Uva	14.325	Algodón	5.261	Leche de cabra	471,26	Algodón	210.857
Uva	839	Uva	236.968	Aceituna almazara	9.407	Aves	718	Flores	895,12	Aves	49.250
Cereales y forrajes	405	Hortalizas	96.135	Leche de vaca	6.464	Huevos	666	Leche de oveja	123,41	Huevos	44.345
Frutas varias	283	Cereales y forrajes	79.961	Frutas varias	4.706	Frutos cítricos	458	Leche de vaca	95,12	Leche de vaca	31.227
Carne de vacuno	259	Frutas varias	73.322	Hortalizas		Lana	458	Leche de vaca	82,79	Frutos cítricos	21.533
Hortalizas	255	Leche de vaca	67.954	Cereales y forrajes	4.015	Hortalizas	381	Frutas varias	66,05	Frutas varias	21.452
Leche de vaca	207	Frutos cítricos	49.017	Frutos cítricos	2.304	Leche de vaca	328	Aves	66,82	Leche de cabra	20.500
Carne de ovino	185	Frutos secos	42.179	Huevos	1.819	Carne de porcino	321	Huevos	60,45	Hortalizas	18.455
Frutos secos	148	Algodón	36.829	Algodón	1.476	Madera	287	Uva	54,08	Uva	17.074
Frutos cítricos	107	Huevos	27.302	Aves	1.379	Frutos secos	285	Aceituna	55,97	Madera	16.143
Aceitunas de verdeo	73	Carne de vacuno	25.604	Carne de vacuno	960	Uva	282	Cereales y forrajes	50,21	Leche de oveja	15.923
Carne	60	Carne de ovino	22.072	Aceituna de verdeo	838	Aceituna de almazara	269	Hortalizas	48,95	Flores	13.500
Huevos	41	Aves	19.971	Frutos secos	791	Frutas varias	259	Frutos cítricos	47,00	Aceituna de verdeo	11.479
Leche de oveja	39	Carne de porcino	19.254	Carne	684	Aceituna de verdeo	205	Algodón	40,07	Carne de porcino	10.567
Aves	28	Aceituna de verdeo	14.970	Leche de porcino	621	Cereales y forrajes	197	Carne de vacuno	37,49	Cereales y forrajes	9.914
Lana	12	Lana	5.491	Leche de oveja	550	Leche de oveja y forrajes	129	Aceituna de almazara	34,38	Aceituna almazara	9.241
Madera	7	Leche de oveja	5.032	Madera	113	Carne de ovino	119	Carne de porcino	32,92	Frutos secos	5.345
Algodón	7	Madera	2.010	Flores	81	Carne de vacuno	99	Carne de ovino	24,91	Carne de vacuno	3.707
Flores	6	Flores	205	Leche de cabra	41	Leche de cabra	44	Frutos secos	18,75	Carne de ovino	2.973
Leche de cabra	2	Leche de cabra	87	Lana	20	Flores	34	Lana	3,64	Lana	1.667

Cuadro n.º 7
CARACTERÍSTICAS MEDIAS DE LAS ÁREAS ASOCIATIVAS SECTORIALES DE COMERCIALIZACION AGRARIA

SECTORES	COMERCIALIZACIÓN ASOCIATIVA						COOP			GSC		
	TÍPO DE ENTIDADES											
	N.º medio de empresas por entidad asociativa	Producción media por empresa asociada*	Producción media por entidad asociativa*	N.º medio de empresas por entidad asociativa	Producción media por empresa asociada	Producción media por entidad asociativa	N.º medio de empresas por entidad asociativa	Producción media por empresa asociada	Producción media por entidad asociativa	N.º medio de empresas por entidad asociativa	Producción media por empresa asociada	Producción media por entidad asociativa
Frutos cítricos (1)	458	47,00	21.533	489	86,19	4.212	80	43,42	3.469	43,42	3.469	
Frutos secos (1)	285	18,75	5.345	289	0,58	169	7	8,57	25	8,57	25	
Fruitas varias (1)	259	82,79	21.452	294	8,03	2.361	115	17,10	1.967	17,10	1.967	
Aceituna verdeo (1)	205	55,97	11.479	218	3,30	723	143	10,10	1.444	10,10	1.444	
Hortalizas (1)	381	48,95	18.455	441	5,91	2.478	120	11,21	1.852	11,21	1.852	
Flores (2)	34	395,12	13.500	93	8.816,75	815.550	5	76.830,00	384.150	76.830,00	384.150	
Leche de vaca (3)	328	95,12	31.227	458	9.341,42	4.281.373	74	23.964,05	1.767.862	23.964,05	1.767.862	
Carne vacuno (4)	99	37,49	3.707	271	1,76	479	9	17,31	148	17,31	148	
Leche oveja (3)	129	123,41	15.923	213	5.071,60	1.080.713	20	9.457,32	191.872	9.457,32	191.872	
Carne ovino (4)	119	24,91	2.973	519	11,48	5.962	9	108,98	988	108,98	988	
Lana (1)	458	3,64	1.667	881	0,11	102	34	0,15	5	0,15	5	
Leche cabra (3)	44	471,26	20.500	44	42.712,64	1.858.000	—	—	—	—	—	
Madera (5)	287	56,21	16.143	191	49,54	9.473	864	60,03	51.872	60,03	51.872	
Aceituna almazara (1)	269	34,38	9.241	285	3,55	1.016	128	9,83	1.257	9,83	1.257	
Uva (1)	282	60,45	17.074	298	11,84	3.525	158	10,45	1.653	10,45	1.653	
Cereales y forrajes (1)	197	50,21	9.914	435	8,26	3.595	13	39,42	513	39,42	513	
Carne porcino (4)	321	32,92	10.567	754	4,64	3.506	11	222,98	2.542	222,98	2.542	
Huevos (2)	713	69,05	49.250	798	1.409,83	1.124.865	7	715,36	5.246	715,36	5.246	
Huevos (2)	665	66,62	44.366	824	2.206,06	1.818.329	13	48.725,49	621.250	48.725,49	621.250	
Algodón (1)	5.261	40,07	210.857	5.261	1,62	8.571	—	—	—	—	—	

FUENTE: Elaboración propia.

* Miles de pesetas.

(1) Tm.

(2) Docenas

(3) Litros

(4) Cabezas

(5) Metros cúbicos (m³)

Las máximas reducciones decisorias y concentraciones de oferta se producen en los sectores algodón, aves y huevos, con notoria diferencia sobre los demás. Es en ellos donde las entidades asociativas integran un número más elevado de empresas productoras, cada una de las cuales aportan unos volúmenes medios de producción que, sin embargo, permiten que las respectivas entidades asociativas sean las que comercializan producciones de más alto valor.

A estos sectores siguen los frutos cítricos, lana, hortalizas, leche de vaca, carne de porcino, madera, frutos secos y uva para vinificación, todos con altas reducciones decisoriales y concentraciones de oferta medias.

Los productos de menor reducción —empresa agrupada a entidad asociativa— son las flores, leche de cabra y oveja y carnes de ovino y vacuno. Las correspondientes entidades asociativas integran un número relativamente reducido de empresas agrarias productoras.

Sin embargo, alguno de estos últimos sectores, en particular flores, leche de cabra y oveja, se sitúan en cabeza en la ordenación sectorial realizada atendiendo al valor medio de producción por empresa asociada. Ello obedece no sólo por la más alta valoración por unidad de producción, sino por la mayor dimensión productiva de las empresas agrarias asociadas dentro de los indicados sectores.

2.5.3. *La participación de las Cooperativas y Grupos Sindicales de Colonización en las áreas asociativas sectoriales*

La comparación intersectorial puede enfocarse, también, atendiendo al diferente peso que una y otra fórmula jurídica asociativa —COOP y GSC— tiene en cada área asociativa comercial.

El cuadro número 8 resume los porcentajes representativos de las subáreas COOP y GSC dentro de cada área asociativa sectorial.

Si los diferentes sectores agrarios se enfocan atendiendo al número de entidades asociativas que existen en funcionamiento comercial, se comprueba cómo en la mayoría de los 20 considerados —exactamente 15— las COOP dominan sobre los GSC. Además, ocho de cada diez entidades asociativas son COOP en los sectores frutos cítricos, frutos secos, frutas variadas, aceituna de verdeo, hortalizas, leche de cabra, madera, aceituna de almazara, uva, aves, huevos y algodón.

Los GSC sólo revisten mayor significación en las áreas asociativas de los sectores flores, carnes de vacuno, ovino y porcino y cereales y forrajes.

Cuadro núm. 8
SIGNIFICACION SECTORIAL DE LAS FORMULAS JURIDICAS CONSTITUTIVAS DE ASOCIACIONES
DE COMERCIALIZACION AGRARIA (%)

SECTORES	COOP			GSC		
	Núm. de entidades asociativas	Núm. de empresas asociadas	Producción comercializada	Núm. de entidades asociativas	Núm. de empresas asociadas	Producción comercializada
Frutos cítricos	92,52	98,70	93,76	7,48	1,30	6,24
Frutos secos	98,85	98,97	99,80	1,35	0,03	0,20
Frutas varias	80,57	91,37	83,26	19,43	8,63	16,74
Aceitunas de verdeo	82,19	87,58	69,79	17,81	12,42	30,21
Hortalizas	80,00	93,61	88,00	20,00	6,39	12,00
Flores	33,33	90,24	51,49	66,67	9,76	48,51
Leche de vaca	66,18	92,40	82,58	33,82	7,60	17,42
Carne de vacuno	34,36	94,33	62,90	65,64	5,67	37,10
Leche de oveja	56,41	93,16	87,96	43,59	6,84	12,04
Carne de ovino	21,62	94,05	62,48	78,38	5,95	37,52
Lana	50,00	96,27	95,17	50,00	3,73	4,83
Leche de cabra	100,00	100,00	100,00	—	—	—
Madera	85,71	57,01	52,28	14,29	42,99	47,72
Aceituna de almazara	89,39	94,95	87,20	10,61	5,05	12,80
Uva	89,15	93,93	94,60	10,85	6,07	5,40
Cereales y forrajes	43,70	96,29	84,48	56,30	3,71	15,52
Carne de porcino	41,67	97,93	49,62	58,33	2,07	50,38
Aves	89,29	99,89	99,94	10,71	0,11	0,06
Huevos	80,49	99,63	92,35	19,51	0,37	7,65
Algodón	100,00	100,00	100,00	—	—	—
TOTAL	74,46	94,72	87,80	25,54	5,28	12,20

FUENTE: Elaboración propia.

Si la comparación intersectorial atendiendo a las fórmulas jurídicas de constitución, se hace analizando el número de empresas asociadas en COOP y en GSC, se revela que en todos los sectores, a excepción de la madera, 9 de cada 10 empresas asociadas en tales sectores se integran en COOP.

Este mismo sector madera, con el de flores, aceituna de verdeo, carne de vacuno, ovino y porcino son los únicos en los que los GSC predominan sobre las COOP al enfocar las áreas asociativas sectoriales en relación con el valor de la producción comercializada bajo una u otra fórmula jurídica.

2.5.4. *La significación productiva de las áreas asociativas sectoriales de comercialización agraria*

Se han reunido, en el cuadro número 9 y para cada uno de los 20 sectores considerados, las correspondientes producciones vendibles nacionales y vendibles asociativamente, calculándose el porcentaje que representa ésta respecto a aquélla.

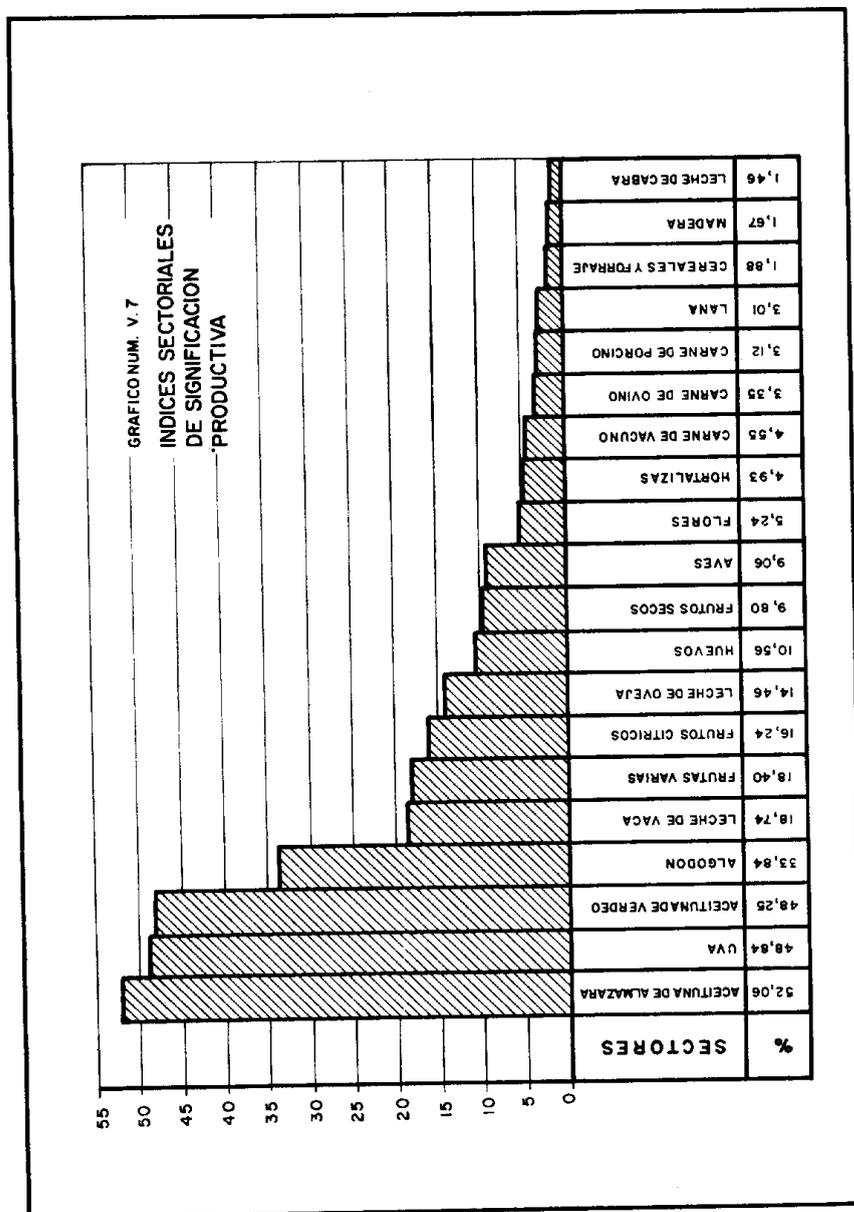
Estos porcentajes —índices de significación productiva— reflejan claramente la importancia comparativa de cada área asociativa sectorial, tal y como se esquematiza en el gráfico número 7.

Destacan los sectores aceituna para almazara y verdeo y uva para vinificación con, aproximadamente, un 50 por 100 de la producción vendible nacional comercializada por vía asociativa. Sigue el algodón —más del 30 por 100— y la leche de vaca, frutas varias, frutos cítricos y leche de oveja, con más o cerca del 15 por 100.

2.6. CARACTERIZACIÓN COMPARATIVA DE LAS ÁREAS REGIONALES ASOCIATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN AGRARIA

Procede ahora, bajo un enfoque nacional, integrar regionalmente las 20 áreas asociativas sectoriales, para poder aprehender mejor la realidad asociativa comercial agraria nacional en su diversidad regional.

El cuadro número 10 ofrece, región por región de las 11 consideradas, el número de empresas asociativas y de empresas agrarias productoras en ellas integradas y el valor de la producción agraria comercializada por vía asociativa. Estos valores integran los correspondientes a las 20 áreas sectoriales de comercialización asociada, salvo para el segundo concepto, para el que cabe hacer ahora, a nivel regional, idéntica consideración que la realizada al analizar, en el



Cuadro núm. 9

INDICES SECTORIALES DE SIGNIFICACION PRODUCTIVA DE LAS AREAS ASOCIATIVAS DE COMERCIALIZACION AGRARIA

SECTORES	Unidad	Producción vendible nacional	Producción asociada	Índice de significación productiva o económica (%)
Frutos cítricos	Tm.	2.737.400	444.760	16,24
Frutos secos	>	252.300	24.729	9,80
Frutas varias	>	3.513.500	646.515	18,40
Aceitunas de verdeo ...	>	128.850	62.169	48,25
Hortalizas	>	11.651.000	574.589	4,93
Flores	Doc.	60.402.160	3.167.700	5,24
Leche de vaca	Hl.	37.904.590	7.102.984	18,74
Carne de vacuno	Cab.	1.488.586	67.756	4,55
Leche de oveja	Hl.	1.868.680	270.290	14,46
Carne de ovino	Cab.	11.366.613	381.697	3,35
Lana	Tm.	21.353	642	3,01
Leche de cabra	Hl.	2.536.930	37.160	1,46
Madera	m ³	6.490.414	108.707	1,67
Aceituna de almazara.	Tm.	2.037.120	1.060.568	52,06
Uva	>	5.705.586	2.786.966	48,84
Cereales y forrajes ...	>	39.954.900	753.234	1,88
Carne de porcino ...	Cab.	5.664.848	176.611	3,12
Aves	>	310.477.000	28.140.603	9,06
Huevos	Doc.	615.455.000	64.974.849	10,56
Algodón	Tm.	177.297	60.000	33,84

FUENTE: Elaboración propia.

área asociativa nacional, la significación del número de empresas agrarias integradas en entidades asociativas.

Al obtener los valores regionales ofrecidos en el cuadro número 11 por suma aritmética de los correspondientes de los sectores agrarios de cada región, se produce una duplicidad o multiplicidad contable, que lleva a obtener un número de empresas agrarias asociadas superior al realmente existente, por contar una empresa agraria asociada tantas veces como productos comercializados por vía asociativa.

Esta distorsión se ha obviado, siguiendo el procedimiento ya comentado anteriormente, habiéndose obtenido el cuadro número 11. La reducción regional entre el número de empresas agrarias asociadas obtenido por suma de las consideradas en cada sector y el obtenido por suma de las empresas productoras componentes de cada entidad asociativa es muy variado, oscilando entre un 10 por 100 en Norte a un 60 por 100 en Nordeste. La media nacional se sitúa en un 30 por 100.

Las reducciones más bajas se sitúan, obviamente, en regiones de predominante monocultivo o con una corta gama de producciones

Cuadro núm. 10
DISTRIBUCION REGIONAL DEL AREA ASOCIATIVA NACIONAL DE COMERCIALIZACION AGRARIA

REGIONES	Comercialización asociativa			COOP			GSC		
	Entidades asociativas (Núm.)	Empresas asociadas (Núm.)	Producción asociada (10 ⁶ ptas.)	Entidades (Núm.)	Empresas asociadas (Núm.)	Producción asociada (10 ⁶ ptas.)	Entidades (Núm.)	Empresas asociadas (Núm.)	Producción asociada (10 ⁶ ptas.)
Galicia	231	31.990	2.648,8	139	30.543	2.347,8	92	1.447	296,0
Norte	75	13.417	2.263,3	39	13.143	2.134,0	36	274	109,3
Ebro	448	92.074	5.998,1	389	90.223	5.647,4	59	1.851	350,7
Nordeste	556	71.063	6.551,9	500	68.576	5.290,2	56	2.487	1.261,7
Duero	525	64.541	3.937,6	248	60.026	2.919,2	277	4.515	1.018,4
Centro	676	113.550	9.286,3	397	103.323	8.288,0	279	10.227	998,3
Levante	565	165.349	6.888,0	484	157.909	6.821,0	81	7.440	567,0
Extremadura	188	26.309	1.441,9	151	23.942	1.273,8	37	2.367	168,1
And. Oriental	409	89.068	6.118,8	389	88.009	5.643,0	20	1.059	475,8
And. Occidental	229	77.796	8.913,9	164	71.106	7.857,9	65	6.690	1.556,0
Canarias	79	16.522	2.571,4	65	16.291	2.477,1	13	231	94,3
TOTAL NACIONAL	3.981	761.679	56.615,0	2.966	723.091	49.719,0	1.015	38.588	6.896,0

FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro núm. 11

CORRECCION DEL NUMERO DE EMPRESAS ASOCIADAS

REGION	Número de empresas agrarias integradas en entidades asociativas		Reducción aproximada (%)
	Obtenido por suma de las consideraciones en cada sector	Obtenidas por suma de las componentes en cada entidad	
Galicia	37.728	31.990	15
Norte	14.828	13.417	10
Ebro	126.075	92.074	25
Nordeste	172.251	71.063	60
Duero	81.663	64.541	20
Centro	147.629	113.550	25
Levante	235.658	165.349	30
Extremadura	37.661	26.309	30
Andalucía Oriental	117.482	89.068	25
Andalucía Occidental	106.729	77.796	30
Canarias	20.256	16.522	20
TOTAL NACIONAL	1.097.960	761.679	30

FUENTE: Elaboración propia.

—Norte y Galicia— y las más elevadas en regiones de una gran diversidad cultural —Nordeste, Levante, etc.

Ante la imposibilidad de un cálculo más exacto se ha convenido en extender estas reducciones regionales, calculadas para las respectivas áreas asociativas de comercialización agraria, a las subáreas asociativas constituidas como COOP o GSC.

A su vez, el cuadro número 12 permite directamente la comparación asociativa interregional, ya que reseña los pesos relativos de cada región respecto al total nacional.

En base a esta información de base cabe plantear algunas consideraciones y comentarios.

2.6.1. Regiones agrarias con más importantes áreas asociativas comerciales

En el cuadro número 13 se han ordenado las regiones agrarias atendiendo al mayor o menor valor que adoptan las características diferenciales de sus respectivas áreas asociativas.

Si se atiende al número de entidades asociativas de comercialización destacan las regiones Centro, Levante, Nordeste, Duero, Ebro y Andalucía Oriental, cada una de ellas con más del 10 por 100 del número nacional de entidades asociativas de este carácter y totalizando estas seis regiones cerca del 80 por 100 del área asociativa nacional.

Cuadro n.º 12

IMPORTANCIA RELATIVA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ÁREAS ASOCIATIVAS REGIONALES DE
COMERCIALIZACIÓN AGRARIA

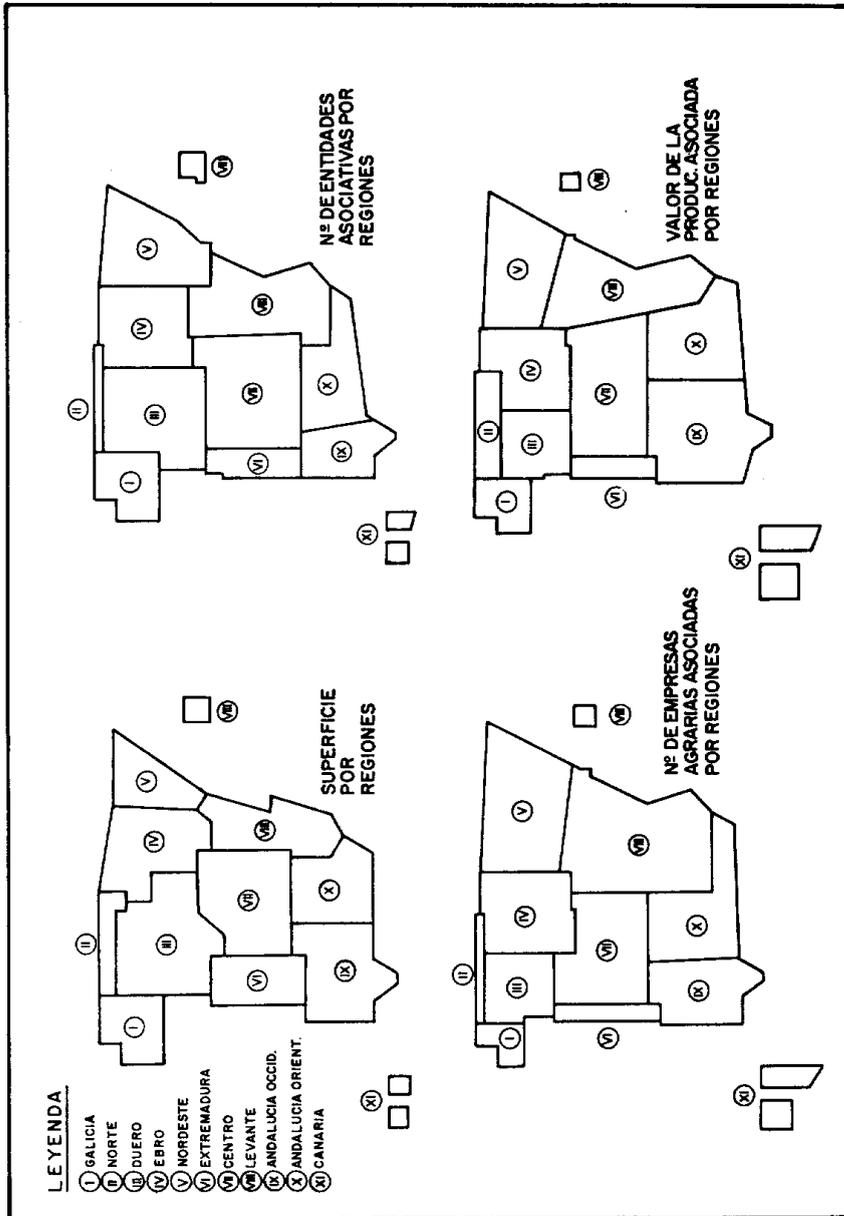
REGIONES	Todas las entidades						COOP			GSC		
	Entidades asociativas	Empresas asociadas	Valor de la producción asociada	Entidades asociativas	Empresas asociadas	Valor de la producción asociada	Entidades asociativas	Empresas asociadas	Valor de la producción asociada	Entidades asociativas	Empresas asociadas	Valor de la producción asociada
Galicia	5,80	3,44	4,67	4,69	3,46	4,72	9,06	3,01	4,29	9,06	3,01	4,29
Norte	1,89	1,35	4,00	1,31	1,39	4,33	3,55	0,56	1,58	3,55	0,56	1,58
Ebro	11,25	11,48	10,59	13,11	11,86	11,36	5,81	4,42	5,09	5,81	4,42	5,09
Nordeste	13,97	15,69	11,57	16,86	15,95	10,64	5,52	10,75	18,30	5,52	10,75	18,30
Duero	13,19	7,44	6,96	8,36	7,27	5,87	27,29	10,63	14,77	27,29	10,63	14,77
Centro	16,98	18,45	16,40	13,38	12,92	16,67	27,49	23,18	14,48	27,49	23,18	14,48
Levante	14,19	21,46	12,17	16,32	21,44	12,72	7,98	21,87	8,22	7,98	21,87	8,22
Extremadura	4,72	3,43	2,55	5,09	3,29	2,56	3,65	6,07	2,44	3,65	6,07	2,44
And. Oriental	10,27	10,70	10,81	13,12	11,15	11,35	1,97	2,35	6,90	1,97	2,35	6,90
And. Occidental	5,75	9,72	15,74	5,53	9,35	14,80	6,40	16,65	22,56	6,40	16,65	22,56
Canarias	1,99	1,84	4,54	2,23	1,92	4,98	1,28	0,51	1,37	1,28	0,51	1,37
TOTAL NACIONAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro núm. 13

ORDENACION DE LAS REGIONES AGRARIAS SEGUN LA IMPORTANCIA DECRECIENTE DE LOS INDICADORES DE SUS AREAS ASOCIATIVAS DE COMERCIALIZACION AGRARIA

Núm. de entidades asociativas	Núm. de empresas asociadas		Valor de la producción asociada		N.º medio de empresas por entidad		Valor medio por empresa asociada		Valor medio por entidad asociativa	
	Núm.	Núm. de empresas asociadas	Núm.	10 ⁶ ptas.	N.º medio de empresas por entidad	10 ⁶ ptas.	Núm.	10 ³ ptas.	Núm.	10 ³ ptas.
Centro	676	Levante	165.349	9.286,3	And. Occid.	9.286,3	340	168,69	And. Occid.	38.925
Levante	565	Centro	118.550	8.913,9	And. Occid.	8.913,9	293	155,63	Canarias	32.549
Nordeste	556	Ebro	92.074	6.888,0	Levante	6.888,0	218	114,58	Norte	30.177
Duero	525	And. Orient.	89.068	6.551,9	Nordeste	6.551,9	209	92,20	And. Orient.	14.960
Ebro	448	And. Occid.	77.796	6.118,8	And. Orient.	6.118,8	206	82,64	Centro	13.737
And. Orient.	409	Nordeste	71.063	5.998,1	Ebro	5.998,1	179	81,76	Ebro	13.389
Galicia	231	Duero	64.541	3.937,6	Duero	3.937,6	168	68,70	Levante	12.191
And. Occid.	229	Galicia	31.990	2.643,8	Galicia	2.643,8	140	65,14	Nordeste	11.784
Extremadura	188	Extremadura	26.309	2.571,4	Extremadura	2.571,4	133	61,01	Galicia	11.445
Canarias	79	Canarias	16.522	2.263,3	Canarias	2.263,3	128	54,81	Extremadura	7.670
Norte	75	Norte	13.417	1.441,9	Extremadura	1.441,9	123	41,66	Duero	7.500



Cinco regiones —Levante, Centro, Ebro y las dos Andalucías— superan cada una el 10 por 100 del número nacional de empresas agrarias asociadas para la comercialización de sus producciones, totalizando más del 70 por 100 de este valor nacional.

Si se ordenan las regiones en función del valor de la producción comercializada en ellas por vía asociativa, son seis regiones —las cinco anteriores más Nordeste— las que, detentando en conjunto más del 75 por 100 del valor de la comercialización asociativa nacional—, superan individualmente el 10 por 100 de dicho valor total.

Utilizando el método de representación en mapas distorsionados se ha elaborado el gráfico adjunto, en el que puede observarse la importancia del área asociativa de cada región, bajo la óptica de los tres conceptos definitorios reiteradamente utilizados. En efecto, tres mapas superficializan cada región proporcionalmente al peso de su respectiva área asociativa, medida, respectivamente, por el número de entidades asociativas y de empresas asociadas y por el valor de la producción asociativa. Un mapa base con las reales superficies regionales sirve de elemento de comparación.

2.6.2. *Las características medias representativas de las diferentes áreas asociativas regionales*

Tratando de completar esta visión interregional asociativa comercial agraria se han calculado, en el cuadro número 14, los valores medios que adoptan para cada región: el número de empresas agrarias por entidad asociativa y el valor de producción por empresa agraria asociada y de comercialización por entidad asociativa.

En base a estos tres índices medios se han ordenado, también, las regiones según sus valores decrecientes, en el cuadro número 13.

Atendiendo al número medio de empresas agrarias productoras que integran una entidad asociativa de comercialización conjunta, superan la media nacional las cinco regiones: Andalucía Occidental, Levante, Andalucía Oriental, Canarias y Ebro. Es en ellas, pues, donde se localizan las entidades asociativas de mayor dimensión social.

Con valores medios de producción por empresa agraria asociada superiores a la media nacional están las regiones Norte, Canarias, Andalucía Occidental, Nordeste, Galicia y Centro.

Estas mismas regiones, a excepción de Galicia, Nordeste y Centro, arrojan valores de comercialización por entidad asociativa más elevados que la media nacional.

Cuadro núm. 14

CARACTERÍSTICAS MEDIAS DE LAS ÁREAS ASOCIATIVAS REGIONALES DE COMERCIALIZACION AGRARIA

REGIONES	Tipo de entidades								
	Comercialización asociativa			COOP			GSC		
	N.º medio de empresas por entidad asociativa	Producción media por empresa asociada (10 ³ ptas.)	Producción media por entidad asociativa (10 ³ ptas.)	N.º medio de empresas por entidad asociativa	Producción media por empresa asociada (10 ³ ptas.)	Producción media por entidad asociativa (10 ³ ptas.)	N.º medio de empresas por entidad asociativa	Producción media por empresa asociada (10 ³ ptas.)	Producción media por entidad asociativa (10 ³ ptas.)
Galicia	163	70,07	11.445	259	65,14	16.890,65	18	175,67	3.217,39
Norte	198	192,64	30.177	372	148,42	55.230,77	20	346,98	3.036,11
Ebro	281	47,57	13.389	318	45,69	14.517,74	42	141,47	5.944,07
Nordeste	310	38,04	11.784	332	31,82	10.580,40	108	209,48	23.530,36
Duero	156	48,22	7.500	305	38,56	11.770,97	22	170,99	3.676,53
Centro	218	62,90	13.737	339	61,56	20.876,56	47	76,85	3.578,14
Levante	417	29,23	12.191	462	28,29	13.059,92	151	46,26	7.000,00
Extremadura	200	38,29	7.670	227	37,18	8.435,76	92	49,40	4.543,24
And. Oriental	287	52,08	14.960	299	48,58	14.506,43	66	361,83	23.790,00
And. Occidental	466	83,52	38.925	594	75,54	44.865,24	144	166,76	23.938,46
Canarias	256	126,94	32.549	303	124,04	37.531,82	22	329,72	7.253,85
TOTAL NACIONAL.	2775	51,56	14.221	351	47,72	16.762,98	55	123,05	6.794,09

FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro núm. 15
INDICES DE SIGNIFICACION EMPRESARIAL Y PRODUCTIVA POR REGIONES

REGIONES	Total empresas agrarias (Núm.)	Empresas asociadas (Núm.)	Empresas asociadas sobre total empresas (%)	Total producción vendible (Millon. pts.)	Producción asociada (Millon. pts.)	Producción asociada sobre producción vendible (%)
Galicia	876.376	81.990	8,50	64.060	2.644	4,13
Norte	168.431	13.417	7,92	49.783	2.263	4,55
Ebro	198.591	92.074	46,36	59.170	5.998	10,14
Nordeste	193.511	71.063	36,72	71.043	6.552	9,22
Duero	304.110	64.541	21,22	77.836	3.938	5,06
Centro	242.117	113.550	46,90	63.276	9.286	14,68
Levante	359.719	165.349	45,97	60.564	6.888	11,37
Extremadura	130.427	26.309	20,17	24.575	1.442	5,87
Andalucía Oriental	267.595	89.068	33,28	36.017	6.119	16,99
Andalucía Occidental	138.061	77.796	56,35	41.349	8.914	21,56
Canarias	93.965	16.522	17,58	10.343	2.571	24,86
TOTAL NACIONAL	2.473.903	761.679	30,79	558.016	56.615	10,15

Estas características medias expresan, como repetidas veces se ha señalado, las diferentes reducciones en los centros de decisión comercial que la fusión de esfuerzos comporta y la correlativa concentración de oferta para su comercialización.

2.6.3. *La significación de las áreas asociativas regionales de comercialización agraria*

Para aprehender la importancia de las áreas asociativas regionales de comercialización agraria se han calculado, en el cuadro número 15, dos índices de significación.

El índice de significación empresarial, definido como porcentaje del número de empresas agrarias asociadas sobre el número total regional de empresas agrarias censadas, permite comprobar la gran participación empresarial en el área asociativa de regiones tales como Andalucía Occidental —con más del 50 por 100 de las empresas productoras integradas en entidades asociativas de comercialización—, Ebro, Centro y Levante —con más del 40 por 100 cada una— y Nordeste y Andalucía Oriental —con porcentajes superiores al 30 por 100.

El índice de significación productivo o económico, definido como porcentaje de la producción comercializada asociativamente sobre la total producción vendible regional, arroja los porcentajes más elevados, más del 20 por 100, en Canarias y Andalucía Occidental. Siguen Andalucía Oriental, Centro y Levante con porcentajes superiores a la media nacional —del 10,5 por 100.

3. A MODO DE CONCLUSION

Al hilo de la elaboración y redacción del presente trabajo han ido surgiendo a su autor una serie de ideas que iban siendo cuidadosa, aunque esquemáticamente, anotadas. Puede tener un cierto interés el recogerlas aquí como complemento, menos frío y reiterativo, de la información ofrecida precedentemente.

Obviamente no estarán todas las consideraciones, comentarios o críticas en rededor del tema —la comercialización asociativa de productos agrarios— ni siquiera en relación con la presentación y enfoque dado aquí al mismo. Pero, quizá, los párrafos que siguen puedan tener la virtud —y si es así quedaría plenamente justificada su inclusión— de suscitar nuevas ideas y más constantes preocupaciones sobre la

comercialización agraria por vía asociativa, que redunden en su mejora y potenciación.

Y estas son las ideas surgidas, reseñadas en su virginal concepción:

Las cifras características del área asociativa nacional son realmente elevadas —cerca de 4.000, cerca de 1.100.000, más de 56.000 millones—, pero se desconoce su real significación, aunque se presupone que enmarcan un sector muy dispar, que reúne entidades asociativas muy variadas, tanto en la intencionalidad asociativa de su constitución como en el convencimiento asociativo de su funcionamiento comercial.

Algunas serán verdaderas cooperativas, otras —¿cuántas?— encubrirán sociedades mercantiles que se amparan en un trato fiscal de favor. ¿En qué medida, entonces, la actual área asociativa nacional de comercialización agraria —o sus componentes sectoriales y regionales— permite juzgar de su capacidad y posibilidad de extensión, en su exacta y no desvirtuada acepción?

Se revela el predominio de la fórmula jurídica Cooperativa —Leyes de 1906, de 1931, de 1938, de 1942, hoy ya de 1974— y la reducida significación de los más modernos Grupos Sindicales de Colonización.

¿La existencia de estas dos solas fórmulas jurídicas constitutivas suponen un freno a la expansión del área de comercialización agraria?

La exigua dimensión económica de la empresa media asociada justifica el ir a la fusión de esfuerzos, aunque siga siendo exigua, a otro nivel, la dimensión de la entidad asociativa que integra aquéllas. Aquella reducida dimensión constituye realmente una rémora a la propia empresa asociada, como a esta entidad asociativa. No cabe en aquélla una racionalización empresarial, una mejora tecnológica, una capacitación gerencial, que asegure un suministro de calidad a la entidad asociativa, programado dentro de una adecuada ordenación productiva.

Por otra parte, cabe poner en duda que, sin un gran esfuerzo de la Administración frente a una segura y positiva respuesta de la agrupación, la entidad asociativa, de pequeña dimensión, resultante de la unión de muchos pequeños pueda tener un futuro prometedor.

Se justifica aquí la Ley 29/1972, de Agrupaciones de Productores Agrarios, para lograr una fusión de cooperativas y grupos que soslaye aquellas limitaciones.

Esta superación del individualismo asociativa —derivación del individualismo campesino— cabe abordarle por múltiples vías: la

coordinación entre agrupaciones de igual sector y zona, a nivel contable, de organización, gerencial, de información de mercado, de comercialización convenida a través de iguales agentes, de industrialización compartida, etc., etc.; a su vez, la coordinación entre agrupaciones de igual sector y zonas complementarias puede seguir iguales rumbos y otros nuevos: el suministro escalonado, complementario y regular a iguales demandantes; finalmente, también cabe una coordinación entre agrupaciones de distintos sectores, localizadas en igual área, en la búsqueda de una estructura organizativa de apoyo común.

En determinados sectores y regiones agrarias, en los que el área asociativa reviste cierta importancia, sería preciso subordinar la extensión de ésta a su consolidación. Los efectos testificales de un área social de entidad suficiente irradia beneficiosos efectos a los agricultores individuales del entorno, quizá de igual nivel que los derivados de la integración de éstos en nuevas agrupaciones. Máxime si éstas son de laboriosa creación y dudoso éxito y si el estamento comercial de intermediación o de consumo industrial viene frenado por el área social testigo.

El movimiento asociativo, que las precedentes cifras evalúan, ha surgido, en su mayor parte, de una espontánea iniciativa del propio sector, sin que la Administración haya prestado una gran ayuda —salvo el estatuto fiscal de protección—, específicamente dirigida a promover la unión en la comercialización.

Parece, por el conocimiento que se tiene del sector, que esta ayuda es precisa, sobre todo en la línea de reforzar las actuales cooperativas y grupos y sus empresas agrarias componentes. También, en la interrelación de asociaciones, en la mentalización asociativa, en la búsqueda de futuros líderes de nuevas entidades, de capacitación empresarial y gerencial, de información gerencial. Ello da idea de ser prudentes, de dar tiempo al tiempo, de huir del afán estadístico de creación de nuevas agrupaciones, de evitar ayudas a la construcción de costosas y a veces innecesarias instalaciones...

Se considera, entonces, necesario contar con una decisión política, que clarifique la intencionalidad de ir por la vía asociativa. Intencionalidad que deberá ser solidaria —entre Departamentos Ministeriales: Trabajo, Agricultura, Comercio e intradepartamental: por conjunción de esfuerzos de Centros Directivos de ámbitos complementarios de actuación.

Si es así, la coordinación de medios humanos y materiales y su

subordinación a una unidad de dirección, bajo programa, resulta obligada.

Resultaría descabellado pensar en un Servicio de Fomento Asociativo Agrario, vuelve a insistirse, si existe voluntad política de que este movimiento asociativo se extienda y consolide?

La profesión está preocupada por la política de precios, sus reivindicaciones se dirigen por esta línea. Sin descuidar ésta, si por ella creen obtener ventajas sustanciales, no sería lógico, ciertamente con una visión largoplacista, que trataran de plantear a la Administración y recabar de ella una decidida acción de fomento asociativo, que es más estructural que coyuntural, que concierne más a la mejora de estructuras agrarias o comerciales...?

RESUMEN

El autor de este trabajo ha perseguido definir el colectivo asociativo comercial agrario español a través de sus realizaciones sectoriales y regionales.

Se constata, así, la importancia cuantitativa del presente fenómeno asociativo en la comercialización de productos agrarios, sin prejuzgar —es tema que se deja a posteriores estudios e investigaciones— la autenticidad asociativa del mismo ni su real y actualizada valoración socio-económica.

Quedan patentes la extensión de este movimiento asociativo, muy diferente según sectores productivos y regiones agrarias del país; sus principales características dimensionales, en sus valores medios representativos de los colectivos componentes y unos primeros índices de significación de su peso social y económico.

Se cierra el trabajo con la desordenada, por espontánea exposición de una serie de ideas sugeridas al autor a lo largo de la elaboración del mismo. Ideas que concluyen en la necesidad de una firme voluntad política solidaria, entre Administración y profesión, conducente a reforzar y extender este movimiento asociativo en la comercialización agraria, que constituye uno de los sectores más progresistas, si no el más, de la agricultura española.

RÉSUMÉ

L'auteur de ce travail s'est proposé de définir l'ensemble des associations du commerce des produits agricoles espagnols en exposant leurs réalisations par secteurs et par régions.

On constate ainsi l'importance quantitative du phénomène d'association actuel dans la commercialisation des produits agricoles sans préjuger —c'est le sujet qu'on laisse à des études et à des recherches ultérieures— de son authenticité associative ni de l'évaluation actuelle de sa valeur socio-économique réelle.

L'étendue de ce mouvement associatif, très différent suivant les secteurs de production et les régions agricoles du pays, leurs principales caractéristiques dimensionnelles, les valeurs moyennes représentatives des collectifs qui les composent et les premiers indices du sens sur leur poids social et économique sont ainsi patents.

Ce travail se termine par l'exposé désordonné, parce que spontané, d'une série d'idées venues à l'auteur au cours de son travail. Ces idées aboutissent à la nécessité qu'il y ait une ferme volonté politique de solidarité entre l'Administration et la profession conduisant à renforcer et à étendre ce mouvement associatif dans la commercialisation agricole qui constitue un des secteurs les plus —sinon le plus— progressifs de l'agriculture espagnole.

SUMMARY

The author of this work has attempted to define the Spanish agricultural commercial collective association through what it has achieved in the sectors and regions.

Thus he affirms the quantitative importance of the association in the commercialisation of agricultural products, without prejudging —this is a subject that is left for further study and research— either its authenticity as an association or its real and up-to-date socio-economic assessment.

He makes clear the spread of this associative movement, which is very different according to production sectors and agricultural regions of the country; its chief dimensional characteristics, in its average values representative of the collective components and some first indices of the significance of its social and economic weight.

The work closes with the disordered but spontaneous exposition of a series of ideas suggested to the author in the course of its writing. These ideas lead to the conclusion of the need for a firm joint political will between Administration and Profession, tending to reinforce and extend this associative movement in agricultural commercialisation, which constitutes one of the more progressive sectors, if not the most progressive one, of Spanish agriculture.