

Organizaciones de productores, llave de la OCM de frutas y hortalizas. El caso de la Comunidad Valenciana

JOSÉ MIGUEL FERRER ARRANZ (*)

1. INTRODUCCIÓN

Las frutas y hortalizas ocupan aproximadamente el 4 por ciento de la superficie agrícola utilizada (SAU) de la Unión Europea y el 15 por ciento del valor de la producción agrícola comunitaria (frutas frescas 7,3 por ciento y hortalizas frescas 7,6 por ciento). La importancia relativa del sector varía considerablemente de un Estado miembro a otro: 31 por ciento en España y Grecia, 28 por ciento en Portugal y 25 por ciento en Italia, frente al 2,5 por ciento en Dinamarca, 4 por ciento en Irlanda o 4,5 por ciento en Suecia. Las regiones productoras de frutas y hortalizas más importantes se hallan en Grecia, España e Italia (1).

En el apartado de producción, España, con 26 millones de toneladas en 2002, es el segundo productor europeo, por detrás de Italia, 30 por ciento de la producción comunitaria, cifrada por FAO en 112,3 millones de toneladas. Sólo un 12 por ciento de la producción española (unos 3 millones de toneladas) se destina a la industria, especialmente tomate y cítricos).

Desde hace años es uno de los primeros *exportadores* del mundo, con 9 millones de toneladas, el 35 por ciento de su producción en 2002. Las exportaciones españolas de frutas y hortalizas en 2002, (Alimar-

(*) *Dpto. de Economía y Ciencias Sociales. Universidad Politécnica de Valencia.*

(1) *Comisión Europea. El sector hortícola de la Unión Europea. Junio 2003.*

ket, noviembre 2003) (2), alcanzaron un valor de 6,8 millones de euros (1,13 billones de pesetas), aproximadamente *la mitad de todas las exportaciones agroalimentarias* españolas. El 92 por ciento de la exportación española de hortalizas y el 94 por ciento de la de frutas se concentra en 5 Comunidades Autónomas: Andalucía, Murcia, *Comunidad Valenciana*, Canarias y Cataluña):

La aplicación de las medidas sectoriales de apoyo a las producciones, que se han instrumentado a través de las sucesivas evoluciones de la Organización Común de Mercados (OCM) del sector hortofrutícola, necesitaban de una implantación significativa de las Organizaciones de Productores (OPFH), puesto que todos sus instrumentos, y la propia OCM (3), basculaban alrededor de esta figura jurídica. La OCM vigente de frutas y hortalizas frescas, reformada en 1996, ha acentuado más, si cabe, el papel de concentración de oferta y de regulación de los mercados encomendado a las Organizaciones de Productores.

La experiencia de estos últimos años de funcionamiento nos enseña que el cumplimiento de los fines de equilibrio de los mercados y de incremento de renta para el productor, que la OCM preconiza, están en proporción directa al grado de implantación de las OPFH en el conjunto de la producción y, pese a que ya existía un trabajo de promoción que arrancaba de la anterior OCM de 1972, la figura no consigue imponerse, si atendemos a las cifras de grado de concentración de oferta (4) alcanzadas que se detallan en el apartado siguiente.

2. ESTADO DE SITUACIÓN EN MATERIA DE RECONOCIMIENTOS (5)

Los progresos alcanzados en materia de OPFH reconocidas en las cuatro campañas analizadas de funcionamiento de la OCM reformada en 1996, o lo que es lo mismo, en la parte de oferta controlada/en manos de los propios productores, son los siguientes:

(2) Sector hortofrutícola: concentración a marchas forzadas. Utiliza como fuente al MAPA y a FAO.

(3) Reglamento (CEE) 1035/72 y sus modificaciones posteriores.

(4) Medido como producción comercializada por las OPFH sobre producción total.

(5) Los datos ofrecidos en este capítulo se refieren a las últimas estadísticas publicadas, que en el caso de la Unión Europea son las del informe de la Comisión de 24.01.2001 (Informe de la Comisión COM (2001) 36 final de 24.01.2001). El MAPA no publica estadísticas sobre esta materia, por lo que ha habido que utilizar las de la Confederación de Cooperativas de España (CCAE) presentadas en el Seminario sobre la OCM celebrado en Bruselas en octubre de 2000. Los de la Comunidad Valenciana son elaboración propia con la información facilitada por la Generalitat Valenciana, extraída de los Anexos III de la Orden MAPA de 30.04.1997 (BOE de 7 de mayo de 1997).

2.1. En el ámbito de la Unión Europea (UE)

A finales del año 2000, el **grado de concentración de oferta** conseguido por las organizaciones de productores en la UE era del 40 por ciento, medido sobre la cifra total del valor de la producción comercializada. Solo Bélgica y Holanda presentaban cifras de concentración de oferta significativamente importantes (70 por ciento), mientras que los tres países principales productores (Italia, España y Francia) se movían en valores mucho menores (27, 50 y 55 por ciento, respectivamente).

El **número de organizaciones** reconocidas ascendía a 1.327, con un valor de la producción comercializada de 12.459 Meuros (6). España contaba con el 40 por ciento de las organizaciones (536). Los tres principales productores (Italia, España y Francia) poseían el 75 por ciento de las organizaciones y el 65 por ciento de la producción comercializada de la UE.

Por **facturación** el tamaño medio de las organizaciones se situaba en 9,39 Meuros. Solo Bélgica y Holanda se despegan de esta cifra y alcanzan un valor de 123 y 115 Meuros y además lo conseguían tan sólo con 6 y 14 organizaciones, respectivamente. Los datos nos indican que sólo estos dos países habían conseguido alcanzar niveles de concentración de oferta adecuados, pero también podría deducirse que no tanto como consecuencia de la influencia de la nueva OCM, sino a que ya contaban con estructuras consolidadas de comercialización que han conseguido exportar como modelo general de la UE, aunque su implantación fuera de ellos, como se observa, es mucho más difícil.

2.2. A nivel del Estado español

Para el caso español, utilizando como fuente a la Confederación de Cooperativas de España, se da la cifra de 619 entidades reconocidas (7), de las cuales el 74 por ciento son de ámbito autonómico y el resto nacional.

Los datos más relevantes son:

El **grado de concentración de oferta alcanzado en España** es del **50 por ciento**, en valor (8), que para los productos más importantes se desagrega en 100 por ciento para plátanos, 30 por ciento, en cítricos, 30 por ciento en fruta dulce y 15 por ciento en hortalizas.

(6) Millones de euros.

(7) No se indica fecha, pero el cierre de los datos es más reciente que los manejados por la Comisión, puesto que se trata de la información preparada para el seminario de la OCM, organizado por la Comisión en Bruselas, en octubre de 2000.

(8) Medido como VPC: Valor de la producción comercializada, según el R 1433/2003 (posición salida de almacén).

El Libro Blanco de la Agricultura y Desarrollo Rural ofrece datos al 1-1-2002 (Tomo 2, pág. 137).

El 76 por ciento de las OPFH reconocidas provenían del 1.035/72 y sólo un 24 por ciento de nueva creación. La Comunidad Valenciana, Andalucía, Murcia, y Cataluña, suponían el 78 por ciento de las OPFH reconocidas en España. La Comunidad Valenciana era la primera, con el 30 por ciento del total.

El **tamaño medio** por valor de la producción comercializada era de 6,3 Meuros, pero en el 71 por ciento de las Entidades era inferior a 6 Meuros, un 24 por ciento entre 6 y 30 Meuros y sólo un 5 por ciento superaban los 30 Meuros.

El 44 por ciento tenía más de 100 socios y el 13 por ciento entre 5 y 10 socios.

2.3. A nivel de la Comunidad Valenciana

El análisis de la Comunidad Valenciana, como primera Comunidad del Estado español por número de OPFH, se ha realizado con mayor detalle, utilizando los datos proporcionados por la Generalidad Valenciana (9) y nos permite destacar las siguientes características de las OPFH de la Comunidad Valenciana.

Si nos referimos a las OPFH exclusivamente de ámbito autonómico, el **grado de concentración de oferta** se situaría sobre el 30 por ciento, con un máximo del 34 por ciento, correspondiente a la campaña 97/98. Estas cifras surgen de la ponderación de porcentajes por productos en manos de las OPFH, que corresponden al entorno del 34 por ciento para cítricos, del 23 por ciento para frutas, y del 16 por ciento en hortalizas.

No se han podido obtener datos globales de las cuatro campañas consideradas (10) de las OPFH de ámbito nacional, al no ofrecer el MAPA una estadística que separe los efectivos productivos por las distintas CC.AA. Sumar efectivos productivos de otras CC.AA. distorsionaría el análisis de la Comunidad Valenciana. En el presente trabajo se ha intentado estimar el peso de estas OPFH utilizando los valores medios de las OPFH de la Comunidad Valenciana. En este caso, y aceptando que se trata de una estimación muy grosera, los porcentajes anteriores se elevarían al entorno del 38 por ciento, con un máximo del 40 por ciento en la mejor de las hipótesis.

(9) *Conselleria de Agricultura, Pesca y Alimentación.*

(10) *Campaña 1997/1998, primera de la OCM reformada y hasta la 2000/2001, última de la que se disponen datos procesados en la Generalidad Valenciana.*

El **número de organizaciones** reconocidas se elevaba a 145 en la campaña 99/00, con un máximo de 147 en la 98/99 y un mínimo de 136 en la 00/01. Dichas organizaciones comercializaban del orden de 1.500.000 t, lo que nos da un valor medio por organización en el entorno de las 11.000 t.

Por provincias, la de Valencia concentraría el 57-58 por ciento de las OPFH, Castellón el 28-32 por ciento y Alicante el restante 15-10 por ciento.

Las organizaciones son en general de un **tamaño** pequeño, lo que se corresponde con el gran número de organizaciones reconocidas (11), que como se ha dicho anteriormente suponen el 30 por ciento de las OPFH de toda España. Sólo el 10-13 por ciento están por encima de las 20.000 t comercializadas, y entre el 29-40 por ciento por debajo de las 5.000 t, cifra que se eleva al 68 por ciento si consideramos el límite de 10.000 t.

En cuanto al **valor de la producción** comercializada por todas las OPFH de la Comunidad Valenciana, se sitúa en el entorno de los 600 millones de euros, lo que nos da un valor medio del orden de los 4,2 millones de euros, como media de las cuatro campañas. El 80-82 por ciento facturan por debajo de los 6 millones de euros, un 49-56 por ciento están por debajo de 3 millones de euros y entre un 24 y un 36 por ciento por debajo de 1,5 millones de euros. Como puede verse cifras bajas, que todavía acentúan más la impresión obtenida manejando la variable t.

Si el 80-82 por ciento facturan por debajo de 6 millones de euros, quiere decir que este mismo porcentaje de OPFH está por debajo de la media española, que se sitúa precisamente sobre esta cifra, y si comparamos con la media europea (9,39 Meuros), los resultados son comparativamente peores, ya que en ese caso por encima de 12 millones de euros sólo estarían entre un 5 y un 6 por ciento de las organizaciones en la Comunidad Valenciana.

En cuanto a los **socios**, el número de afiliados a las OPFH de la Comunidad Valenciana se sitúa sobre los 70.000, con tendencia a la baja, lo que nos da un valor medio de unos 500 socios por organización. Las particularidades minifundistas de las producciones hacen difícil alcanzar los mínimos de producción con cifras pequeñas de socios. No obstante, contrastan los 1.740 socios en promedio en las OPFH de frutos secos, con los 11 de hortalizas, o los 320 de cítricos.

(11) Es necesario recordar que Bélgica sólo tiene 6 organizaciones y Holanda 14.

Por último, las OPFH de la Comunidad Valenciana comercializan fundamentalmente para el mercado en fresco. Dicho mercado supone aproximadamente el 80 por ciento del volumen y el 95 por ciento de su facturación.

3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

La exposición de las cifras anteriores nos indica que aproximadamente un 50 por ciento de la producción hortofrutícola española y un 60 por ciento de la de la Comunidad Valenciana no está pudiendo disfrutar en plenitud, de los mecanismos de regulación de mercados o de las ayudas que la OCM establece, puesto que **no ha podido o querido** dar el paso de adquirir la condición de socio de una OPFH.

Frente a ello, el presente trabajo se plantea como objetivo genérico el determinar las causas que pueden explicar la mayor apetencia/inapetencia del productor para la afiliación a las mismas, destacando las modificaciones en el marco normativo que podrían realizarse en los elementos claves de la definición de la figura.

En un segundo nivel, como objetivos específicos:

- Determinación de elementos en la definición normativa de las OPFH, que actúan como barreras para la afiliación de los productores, particularmente las cuotas de entrada en las entidades de comercialización y la obligatoriedad de permanencia por 3 años en las mismas.
- Análisis sobre las ayudas de la actual OCM y en qué medida son suficientemente importantes, en términos económicos, para fomentar la organización de los productores agrarios.

4. METODOLOGÍA UTILIZADA (12)

Para ello se utilizó un proceso de investigación, desarrollado en varias direcciones. En primer lugar, partiendo del estudio de las fuentes documentales y estadísticas sobre el sector, bases de datos, registros, bibliografía, etc., se confeccionó un **cuestionario** normalizado para remitir por correo a las **OPFH reconocidas** de la Comunidad Valenciana. La información obtenida del análisis del cuestionario se completó con una **consulta a expertos** para establecer

(12) El presente artículo es el resumen de una Tesis Doctoral, defendida en el Departamento de Economía y Ciencias Sociales de la UPV de Valencia, por lo que en aras de la síntesis se ha abreviado el contenido de este apartado.

las necesidades de mejora en aspectos clave de la regulación de las OPFH.

4.1. Encuesta OPFH

Los cuestionarios definitivos fueron entregados en la oficina postal para su franqueo el día 6 de marzo de 2003. La primera respuesta se recibió el 8 de marzo de 2003, y el período de recepción se cerraba inicialmente el 16 de abril de 2003, aunque con posterioridad a dicha fecha todavía se recibieron 3 cuestionarios que fueron incorporados al conjunto de la muestra.

El universo poblacional estaba formado por las OPFH reconocidas de ámbito autonómico y nacional de la campaña 2001/2002, establecido en 176 Entidades, que en la fecha de la encuesta estaban o habían estado reconocidas (13). El Método de muestreo elegido fue a todo el universo en el caso de las OPFH (con la precisión de que se trata de reconocidas en la campaña 2001/2002).

Las respuestas recibidas de las OPFH, es decir la Muestra real, fue de 67 cuestionarios, lo que suponía el 38.06 por ciento de las encuestas remitidas, porcentaje que puede considerarse alto para una encuesta postal. El error, con las hipótesis de p y $q=0.5$, y nivel de confianza del 95.5 por ciento se situaría en el entorno del 9,54-9,71 por ciento. Si se calcula sobre el número más real de las OPFH reconocidas en el momento del envío del cuestionario, entonces el porcentaje de contestaciones ascendería a más del 42 por ciento, y el error real disminuiría hasta aproximadamente el 9,42 por ciento.

El Tratamiento de la información de la encuesta fue ejecutado utilizando el programa DYANE2 (14). El análisis estadístico se ha realizado con determinadas técnicas incluidas en dicho programa que se indican en los aspectos de los resultados concretos obtenidos, con las funciones de Análisis de Datos del Menú Herramientas de la hoja de cálculo Excel de MsOffice 97, y a través del paquete estadístico SPSS+ (11,5) para el análisis conjunto y el diseño ortogonal incompleto.

Las 67 OPFH de la muestra se clasifican en:

(13) Actualmente el número de OPFH reconocidas es menor y se situaría en el entorno de las 158 (123 autonómicas con datos de la Conselleria de Agricultura, Pesca y Abimentación de febrero de 2003 y sobre 35 de ámbito nacional).

(14) *Dyane: Diseño y Análisis de Encuestas*. Miguel Santemas Mestre Ediciones Pirámide. Madrid, 2001.

Cuadro 1

MUESTRA OPFH POR PROVINCIA

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Alicante	13	19,40
2	Castellón	15	22,39
3	Valencia	39	58,21
	Total frecuencias	67	100,00

Cuadro 2

MUESTRA OPFH POR TONELAJE COMERCIALIZADO

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	0-5.000 t	18	26,87
2	5.001-10.000 t	27	40,30
3	10.001-15.000 t	12	17,91
4	15.001-20.000 t	3	4,48
5	20.001-30.000 t	2	2,99
6	30.001-50.000 t	2	2,99
7	50.001-100.000 t	1	1,49
8	Más de 100.000 t	2	2,99
	Total frecuencias	67	100,0

Cuadro 3

COMPARACIÓN MUESTRA POR ESTRATOS DE TAMAÑO CON MEDIA POBLACIONAL
(NÚMERO OPFH)

Valor	Frecuencia muestra	Frecuencia población
> 20.000 t	10,44	11,21
15.000-20.000 t	4,48	5,08
10.000-15.000 t	17,91	15,81
5.000-10.000 t	40,30	31,42
0-5.000 t	26,87	35,26
TOTAL	100,00	100,00

La proporción de Entidades con fórmula jurídica cooperativa es mayoritaria en un 64,18 por ciento, frente a un 35,82 por ciento de las SAT, por lo que la muestra obtenida sobrevalora, aunque muy ligeramente, el peso de las SAT en el conjunto total.

Cuadro 4

MUESTRA OPFH POR FÓRMULA JURÍDICA

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Cooperativa	43	64,18
2	SAT	24	35,82
	Total frecuencias	67	100,00

4.2. Consulta a expertos

Como se ha indicado anteriormente, el proceso metodológico se estructuró mediante una doble consulta, por un lado a las OPFH reconocidas, y por otro a 10 expertos seleccionados por su pertenencia a 4 estratos distintos: administración, universidad, sector cooperativo, y organizaciones profesionales agrarias. En ambos casos se trataba de un cuestionario estructurado, pero, a diferencia del de las OPFH, el cuestionario de los expertos fue entregado de modo personal a cada uno de ellos.

Finalmente, el panel de expertos seleccionado se formó por 10 expertos (15), distribuidos de acuerdo con las siguientes proporciones:

- 2 del sector administración, escogidos entre personas que tienen o han tenido responsabilidades relacionadas con el proceso de reconocimientos en la administración autonómica.
- 3 del sector universitario, elegidos por su trayectoria profesional en materias relacionadas con las OPFH. Los profesores pertenecen a distintas unidades docentes del Departamento de Economía y Ciencias Sociales de la UPV de Valencia.
- 3 pertenecientes a organizaciones profesionales agrarias de las más representativas en el ámbito autonómico.
- 2 pertenecientes al sector comercial asociativo (cooperativas).

En ambos cuestionarios se incluía una pregunta final, en la que utilizando la técnica del diseño ortogonal incompleto se ofrecían 8 tarjetas, correspondientes a 48 posibilidades de combinación de determinadas características socioeconómicas de las OPFH, a las que posteriormente se aplicó el algoritmo CONJOINT de Análisis Conjunto.

(15) Las respuestas múltiples se originan porque dos de los expertos consultados por el estrato administración, son a su vez miembros de juntas rectoras de OPFH cooperativas.

Cuadro 5

EXPERTOS POR ESTRATOS

Valor	Significado (respuestas múltiples)	% s/ Frecuencia	% s/ Total muestra
1	Administración 3	25,00	30,00
2	Universidad 3	25,00	30,00
3	Sector Cooperativo 3	25,00	30,00
4	OPAS 3	25,00	30,00
	Total frecuencias 12	100,00	120,00
	Total Muestra 10		

4.3. El análisis conjunto (AC)

Es una familia de métodos multivariantes explicativos. Miden el efecto conjunto de varias variables independientes (explicativas), generalmente nominales, sobre el orden de la variable explicada. Su principal aplicación en marketing es que proporciona información cuantitativa sobre el sistema de valores que tiene un decisor, a partir de una ordenación de preferencias sobre productos alternativos con distintos niveles de atributos.

En nuestro caso particular, el decisor ha sido tanto el conjunto de OPFH como los expertos encuestados, a los que se presentan las mismas opciones para decidir.

Las técnicas de AC permiten determinar los productos y servicios que satisfacen mejor los deseos de los consumidores. La idea básica es que el consumidor debe elegir entre varias opciones imperfectas, y la decisión final obliga a un compromiso: el sacrificio de algunas cualidades del producto para la obtención de otras características más deseadas. Si se desea un producto no puede esperarse que tenga todos los atributos en grado máximo. Las opciones son imperfectas.

En el caso que nos ocupa, la técnica se ha adaptado para poder valorar una serie de características socioeconómicas de las OPFH previamente seleccionadas como las más representativas de las mismas, con diferentes niveles. La distinción se ha hecho teniendo en cuenta los atributos más comunes de las OPFH en su formulación actual, y con aquellos elementos considerados claves para medir la apetencia a la afiliación por los productores agrarios.

Los atributos considerados son los que se detallan en el cuadro adjunto, con los niveles en columna que figuran en el mismo cuadro.

Cuadro 6

ATRIBUTOS Y NIVELES

Atributos	Niveles		
	Cooperativas	SAT	*
Fórmula Jurídica	Cooperativa	SAT	*
Permanencia en la organización	1 año	3 años	*
Operaciones con terceros	0	Hasta 40%	Hasta 80%
Cuota entrada (euros/hg)	Mayor 240	Menor 120	*
Gastos comercialización	40-80%	20-40%	*

El diseño ortogonal incompleto proporcionado por SPSS+(11.5), nos redujo a 8 las teóricas posibles combinaciones, que son las que se testaron con las OPFH y los expertos, y nos proporcionan:

La importancia de cada característica o factor.

La utilidad que le atribuye el consumidor (OPFH/experto) a cada uno de los niveles de los atributos.

4.4. Breve descripción de los cuestionarios

Los cuestionarios utilizados con las OPFH y con los expertos contaban con 23 y 29 preguntas respectivamente, de las cuales 12 se simultanearon en ambos cuestionarios, aunque no siempre dentro del mismo bloque de preguntas o en la misma ubicación.

El cuestionario de OPFH (23 preguntas), se enfocó a conocer información que después nos pudiera servir para extraer conclusiones sobre el colectivo de OPFH: grado de participación de los socios en las asambleas, índice de capitalización de las OPFH, porcentaje de comercialización de productos de terceros, cantidades pagadas en concepto de cuota de entrada, número de personas de la estructura administrativa, por qué medios se realiza la gestión comercial de la Entidad, etc.

Independientemente de la coincidencia de 12 preguntas entre ambos cuestionarios, buscada como elemento de contrastación, la orientación general de ambos cuestionarios era diferente. El cuestionario de los expertos estaba enfocado a explorar las causas que dificultan la afiliación de los productores agrarios y a buscar elementos de la definición actual de las OPFH de las cuales pudieran deducirse ulteriores propuestas de modificación de la legislación actual en materia de reconocimientos.

Contenía una pregunta de control, relativa al grado de conocimiento de la concentración de oferta de las OPFH en la Comunidad Valenciana para evaluar la calidad del experto, y sobre todo se insistía en preguntar que elementos de la definición actual de las OPFH podían actuar como barreras para la afiliación: la cuota de entrada, la obligatoriedad de permanencia en la organización, la falta de rentabilidad de la comercialización de la OPFH, o la falta de confianza del productor en la gestión comercial de la OPFH. Dado que coexisten dos modelos de comercialización (asociativa y privada), se planteó una pregunta para conocer lo que un productor valora más de ambos modelos, por contraposición entre uno y otro.

La parte común de ambos cuestionarios se estructuró para conocer los problemas de comercialización que tiene el productor hortofrutícola, si las OPFH están ayudando a resolverlos, opinión sobre los mínimos actuales para optar al reconocimiento, opinión sobre los volúmenes y facturación aceptables para que una OPFH pueda competir en el mercado actual, etc.

Dos preguntas comunes con las que se intentaba conocer el coste máximo aceptable por un productor para «adquirir el servicio de comercialización» y en concepto de deducciones por los «gastos de comercialización» (para efectuar comparaciones y ver orden de magnitud) y, por último, la pregunta del diseño ortogonal incompleto con las 8 combinaciones entre diversos atributos y niveles de características de las OPFH.

5. CONCLUSIONES

El tratamiento de la información recogida nos ha permitido extraer las siguientes conclusiones relevantes para los objetivos perseguidos.

El principal **problema** al que se enfrenta el productor hortofrutícola español y de la Comunidad Valenciana en el proceso de comercialización es la **demanda concentrada**. Adicionalmente, una oferta excesivamente atomizada y unos costes de producción altos, en nuestra opinión, estos últimos característicos del minifundismo y la parcelación imperantes en las explotaciones hortofrutícolas de la Comunidad Valenciana.

Para ayudar a luchar contra estos problemas la OCM diseña la figura de las OPFH, pero **NO** parece que las mismas estén **cumpliendo su finalidad**, si atendemos a los niveles de implantación alcanzados. Las expectativas de la Comisión, contenidas en el Informe del Tribunal de Cuentas de 2000, eran alcanzar un 60 por ciento del valor de la producción comercializada europea al final de dicho año, y como se

ha visto anteriormente apenas se supera el 40 por ciento en el ámbito comunitario.

Complementariamente, y motivo de mayor preocupación, las **tendencias** que se detectan en las cifras de reconocimientos apuntan a un cierto **estancamiento**, sobre todo en los reconocimientos producidos sobre la base empresarial cooperativa, lo que nos llevaría a deducir que el modelo de OPFH con la regulación actual está agotado, al menos a nivel de España y de la Comunidad Valenciana.

Pese a que en el nuevo marco normativo español (consecuencia de la reforma de la OCM) se ha producido una cierta **flexibilización** en las condiciones para el reconocimiento de las OPFH, ello no parece que haya tenido consecuencias significativas sobre el ritmo de reconocimientos: En nuestra opinión, porque sigue pesando excesivamente el que el modelo de OPFH que en la práctica se ofrece al productor, está demasiado inspirado en el modelo cooperativo tradicional. En este sentido, la herencia de la ley 29/72 de Agrupaciones de Productores Agrarios impregna todo el desarrollo posterior de las OPFH y condiciona su utilización como instrumentos de intervención y regulación de mercado.

No parece interesante como forma de fomento de la unión el canalizar todas las **ayudas de la OCM exclusivamente para los socios** a través de las OPFH. No está demostrado que ello haya incrementado significativamente el grado de concentración de oferta alcanzado por la producción, e introduce distorsiones puntuales en la comercialización, al ser en algunas OPFH la obtención de las ayudas el motivo exclusivo para su constitución.

Las OPFH reconocidas son excesivamente pequeñas, si lo que se pretende es que puedan competir en igualdad de condiciones con las empresas de distribución comercial. La concentración de la oferta en la etapa del productor, la desconcentra en la fase de oferta mayorista. Los mínimos actuales exigidos para el reconocimiento tienen parte de culpa en esta cuestión.

El reglamento preveía la figura de Asociaciones de OPFH, en principio para la gestión de los programas y fondos operativos, y la Comisión ha intentado ampliar sus fines hacia la comercialización a un nivel superior. Así, en la revisión de agosto de 2003 del reglamento sobre reconocimientos aparece ya desarrollada esta nueva función, pero la figura está sin concretar y el desarrollo hasta la fecha de las Asociaciones de OPFH por el Estado español ha sido puramente testimonial. La existencia de estas Asociaciones para comercializar en un nivel superior sería compatible con el mantenimiento de OPFH de pequeño tamaño como las actuales.

Parece clara la coincidencia en el ámbito de los expertos consultados en que las causas que podrían explicar la falta de afiliación a las OPFH serían que el modelo **no proporciona una adecuada rentabilidad** al productor agrario; en primer lugar, porque en sí mismo no la aporta por una gestión comercial mejorable; en segundo lugar, porque las ayudas de la OCM no son suficientes para inclinar la balanza de la rentabilidad en la comercialización, y, por último, porque el proceso de puesta en común perjudica a la fruta de mejor calidad y la penaliza en el conjunto de la comercialización.

Que un 88 por ciento de las OPFH consideren el realizar ventas en campo o en árbol a operadores comerciales privados, es significativo de **peores márgenes comerciales** de las OPFH frente a los operadores comerciales privados, está ligado a la calidad de los productos que comercializan y al control de los canales de comercialización. De hecho, de la comparación entre ambos tipos de empresas se desprende que los resultados brutos de explotación de las comerciales privadas doblan a los de las cooperativas con sección hortofrutícola (4,4 frente a 2,2 en tanto por cien sobre el valor de la producción), y el resultado del ejercicio después de impuestos más que se duplica (1,5 frente a 0,6) en la comparación (16).

Además de su **desconfianza** en una adecuada **gestión comercial**, los socios de las OPFH **soportan mayores costes** en el proceso de comercialización, como consecuencia de la estructura administrativa que se exige para el reconocimiento que comprende un mínimo de 4 personas y valores media y moda de 8 personas, pero también porque hay cuotas de acceso al servicio de comercialización, y además los gastos del propio proceso.

Las **cuotas de entrada** actuales aplicadas por las OPFH de la Comunidad Valenciana SÍ actúan como barrera para la afiliación. En determinadas provincias, como Castellón, su cuantía podría equivaler a renunciar al margen neto obtenido del cultivo en un año. El valor medio alcanza los 1.293,18 euros por hectárea. Hay asociación entre formula jurídica y cuantía de las cuotas, de modo que son las SAT las mayoritarias en el estrato de las cuotas mas bajas (91,67 por ciento frente al 58,14 por ciento de las cooperativas). Un análisis semejante sería necesario realizar a nivel del Estado español para poder extraer conclusiones objetivas sobre esta materia. En el caso de la Comunidad Valenciana las cifras son suficientemente expresivas.

(16) *Las Cuentas del Cooperativismo Agrario Valenciano 1996-2000. Conselleria de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2002. pp. 120. En el cash-flow también hay diferencias a favor de las comerciales privadas, aunque no tan pronunciadas, 3,1 de las cooperativas frente a 3,8 de las privadas.*

Por el contrario, el **período de permanencia mínimo** en la organización, fijado en 3 años por la normativa española, NO es una barrera para la afiliación.

La **imagen de las OPFH** está asociada a la **seguridad de cobro** y a su condición de **vehículos** para la percepción de **ayudas**. La de **los operadores comerciales privados** a los **mejores precios** (liquidaciones) y a la **calidad** de sus productos, frente a la falta de calidad que se aprecia en las OPFH y a la carencia de mejores clientes. Son dos modelos (alternativos y comparativos) de comercialización que coexisten en el mercado, que compiten por la producción para comercializarla y que han trasladado a la figura de las OPFH reconocidas esta misma dualidad.

Así, el conjunto de las OPFH de la Comunidad Valenciana se halla dividido en dos subconjuntos generales. El primer grupo sería el formado por las OPFH reconocidas bajo la fórmula jurídica de cooperativa. Éstas se caracterizan por un número elevado de socios, cuotas de entrada mayores, medios técnicos para el acondicionamiento de la fruta (centrales hortofrutícolas) en propiedad, y gestión comercial realizada por la propia Entidad, o en su caso a través de Consorcios o de ANECOOP. Pocas cooperativas se salen de esta norma, y utilizan servicios de acondicionamiento prestados por terceros.

El segundo grupo sería el de las SAT, mayoritariamente promovidas por el comercio privado. Es en este grupo donde se están produciendo los últimos reconocimientos y la vía de incorporación de porcentajes significativos de producción, ya que como se ha indicado el modelo cooperativo emite síntomas de agotamiento. Son OPFH de una estructura administrativa mínima, con cuotas de entrada menores que las cooperativas, con número de socios inferior, en valores medios, al del otro grupo, y en general no poseen medios técnicos para el acondicionamiento, que se obtienen por arrendamiento o en régimen de prestación de servicios por un operador comercial. Dicha prestación de servicios puede alcanzar, y alcanza habitualmente, a los servicios de comercialización, bajo las marcas propias del operador comercial, o en algún caso bajo marca propia de la OPFH.

El peso aproximado de cada uno de ellos, medido en producción comercializada, sería 70 por ciento para las cooperativas y 30 por ciento para las SAT.

Las simulaciones realizadas con los distintos elementos que configuran las OPFH arrojan el resultado de que el factor más valorado por el productor agrario, y el que le proporciona la máxima utilidad, son los gastos de comercialización bajos, independientemente de otros

como las cuotas de entrada, la fórmula jurídica, la permanencia obligatoria en la organización, o el porcentaje de operaciones con terceros. La combinación gastos bajos y cuota de entrada baja consigue la preferencia y utilidad máximas.

Que el 80 por ciento de las OPFH de la Comunidad Valenciana tengan un valor de la producción comercializada inferior a 6,01 millones de euros y una dimensión media en el entorno de las 11.000 t comercializadas, significa una repercusión importante de los gastos de comercialización que deben ser soportados por cantidades comercializadas relativamente pequeñas. De la información obtenida se infiere que, incluyendo los costes de la recolección, estas deducciones pueden alcanzar hasta un 40 por ciento de los ingresos obtenidos por la venta de los productos. Dada la formulación de las distintas medidas, es posible considerar que las ayudas actuales actúan disminuyendo los gastos inherentes al proceso de comercialización, y hemos estimado que esta aportación a la renta del productor puede situarse en el entorno del 5 por ciento del valor de su producción.

La finalidad última de la OCM, además de garantizar el abastecimiento de los mercados, es incrementar la renta de los productores agrarios. En la medida en que las OPFH contribuyan a este incremento de renta, serán válidas para el productor. La OCM de frutas y hortalizas no contempla ayudas directas del tipo pagos compensatorios, por lo que el incremento de renta se produce de una manera indirecta, en la medida en que las ayudas canalizadas a través de las OPFH son capaces de mejorar los resultados de la comercialización. Como corolario obtenemos, que si la comercialización es ineficiente, la OPFH no es capaz de trasladar al productor asociado dicho incremento de renta y, en consecuencia, la apetencia del mismo por asociarse se ve afectada.

De los resultados obtenidos puede deducirse que las ayudas de la OCM actual no consiguen impulsar la afiliación a las OPFH, porque su cuantía es insuficiente en comparación con los resultados obtenidos del mercado, y porque hay modelos alternativos en los que no es necesario incurrir en gastos complementarios para comercializar.

En el Estado español ya existe un precedente de organización de una parte de este sector. Nos referimos a la introducción, en 1989, del Título II bis del Reglamento 1035/72 por el que se creaban las Organizaciones de Productores de frutos de cáscara y algarroba, canalizando exclusivamente a través de ellas todas las ayudas (17). Formal-

(17) *Ayudas para gastos de constitución y funcionamiento administrativo, Ayudas Suplementarias, Fondos de Rotación y Planes de Mejora de la producción y la comercialización.*

mente en muy pocos años el sector de la almendra en España se afilió a OPFS (18) y actualmente casi el 90 por ciento de la superficie está integrada en ellas.

Parece razonable pensar que el éxito conseguido en la afiliación lo fue por el hecho de que las ayudas significaban un porcentaje importante de los ingresos del cultivo (19). Por tanto, no importaría tanto la cuantía absoluta de las ayudas contenidas en la OCM, como su relación con la rentabilidad que se obtiene del cultivo y de la comercialización. En el caso de las frutas y hortalizas, en general, las ayudas actuales no son capaces de inclinar la balanza hacia la afiliación porque en comparación con las rentas que se obtienen del mercado son pequeñas, y, como se ha indicado, no pueden compensar el diferencial de resultados de otros sistemas alternativos de comercialización.

Por tanto, si se quiere fomentar la concentración de la oferta y la comercialización en común, las ayudas de la OCM deberían ser más elevadas porque si no el productor se ve penalizado por el propio sistema de comercialización que la OCM preconiza. Las conclusiones del Informe 2000 del Tribunal de Cuentas europeo también parecen dirigirse a cambios en el enfoque de las ayudas y su relación con las OPFH, cuando se indica que: «*si debe mantenerse la función desempeñada por las organizaciones de productores, habría que buscar otros incentivos para promover la afiliación a éstas*»...

Por último, es posible plantear recomendaciones para incorporar a la normativa española reguladora de las OPFH, si lo que se pretende es incrementar la afiliación de los productores.

En ese caso, y de las contestaciones recibidas, cabría diseñar un cambio en la política actual española en materia de reconocimientos, de modo que se exigieran organizaciones de mayor tamaño, especializadas en la comercialización y no en otras actividades, que admitieran a socios colaboradores para incrementar las cantidades comercializadas aunque estos socios no fueran dueños del patrimonio, ni participaran de sus resultados, que NO se abrieran a socios no productores, que permitieran la venta en campo/árbol de determinados porcentajes de la producción y la externalización de servicios de comercialización prestados por un operador comercial, bajo el control y la supervisión de la propia OPFH. Dotar de contenido en

(18) *Organizaciones de Productores de Frutos Secos.*

(19) *Hay que tener en cuenta que el producto bruto de una explotación de almendro en seco en los años 1999 y 2000 se situó sobre las 150.000 pta/ha, y sólo las ayudas para gastos de cultivo de los Planes de Mejora han ascendido a 241,5 euros/ha, es decir, unas 40.000 pta/ha, por lo que estas ayudas representaban el 25-30 por ciento del rendimiento bruto de la explotación.*

comercialización a las Asociaciones de OPFH puede ser otra línea de mejora en la normativa sobre OPFH para mejorar los resultados de la comercialización.

Si conseguir organizaciones de productores con el doble papel de generadoras de renta para el productor agrario y de regulación del mercado no es posible, salvo el caso excepcional de Holanda y Bélgica, en nuestra opinión es porque las ayudas de la OCM actual no son capaces de compensar el diferencial negativo que el diseño de la comercialización en común soporta frente a otros modelos, quizás menos sociales que el modelo tradicional cooperativo en el que se inspiran las OPFH españolas, pero posiblemente más eficientes desde el punto de vista de la comercialización agroalimentaria.

BIBLIOGRAFÍA

- AEOFRUSE (1999): «Frutos de Cascara y Algarroba: un sector amenazado: Documento de reflexión». Ed. AEOFRUSE y Confederación de Cooperativas Agrarias de España. CCAE.
- ALIMARKET REVISTA (2002): N.º 156. Noviembre 2002. «Adaptarse para crecer»: pp. 97-105
- ÁLVAREZ GÓMEZ, J. (1984): «Las agrupaciones de productores agrarios hortofrutícolas». *Rev. Estudios Agrosociales*, 127: pp. 64-97.
- CONFEDERACIÓN DE COOPERATIVAS AGRARIAS DE ESPAÑA (2000): *Presentación*. Seminario sobre la reforma de la OCM Bruselas. Octubre 2000.
- CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA REGIÓN DE MURCIA (1997): «Informe sobre el sector hortofrutícola ante la reforma de la OCM de frutas y hortalizas frescas». Informe 1/97. Capítulo 2. *Las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas*.
- COPA-COGECA (1995): «La reforma de la Organización Común del Mercado de frutas y hortalizas». *Anexo al documento S(95)35*.
- CUADERNOS DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN (2000): Diversos autores. *Especial Hortofruticultura*, 12. 2000. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Madrid
- FERRER, J. M. (1988): «Organizaciones de productores del sector hortofrutícola: un modelo alternativo a la fórmula cooperativa». Conferencia Citrícola 1988. Valencia. Tomo 1. *Ponencias*: pp. 223-224.
- FERRER, J. M. (1995): «Las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas. Nuevas políticas para el sector hortofrutícola». Ed. Generalidad Valenciana. Serie Europa: pp. 275-296.
- FERRER, J. M. y SALOM, F. (2002): «Las Organizaciones de Productores de frutas y hortalizas de la Comunidad Valenciana. Ed. Consellería de Agricultura, Pesca y Alimentación. ISBN: 84-482-3069-8.
- GARCÍA AZCARATE, T. (1995): «La reforma de la Política Agrícola Común en el sector hortofrutícola: un punto de vista desde Bruselas». CAPA. Serie Europa. Generalidad Valenciana: pp. 109-136.

- GENERALIDAD VALENCIANA (2002). «Las cuentas del cooperativismo agrario 1996-2000» ISBN 84-482-3160-0. Consellería de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- HIDALGO, J. M. (2002). Jornadas Hortofrutícolas PROYECTO ABACUS. Alboraya (Valencia). Ponencia. «La OCM de frutas y hortalizas. Su evolución histórica y la situación actual: perspectivas de futuro».
- JULIA, J. F. y SERVER, R. (1990). «Las organizaciones y agrupaciones de productores agrarios en España y la CEE». Serie Comunidad Económica Europea. MAPA, Secretaría General Técnica. Madrid. 2ª edición. MAPA-AEDOS.
- JULIA, J. F. y SERVER, R. (1995): «Las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas en el marco de la Política Agraria». Nuevas políticas para el sector hortofrutícola. Ed. Generalidad Valenciana. *Serie Europa*: pp. 257-274.
- TRIBUNAL DE CUENTAS DE LA UE: *Informe anual relativo al ejercicio 2000*. «Gestión por la Comisión de la OCM de frutas y hortalizas»: pp 94-107.
- VEYRAT, P. (1984): «Agrupaciones de Productores Agrarios. Su función en la regulación del mercado hortofrutícola». I Congreso de Cooperativas Agrícolas de la Comunidad Valenciana. Benidorm.

RESUMEN

Organizaciones de productores llave de la OCM de frutas y hortalizas. El caso de la Comunidad Valenciana

Cuando se cumplen siete años de aplicación de la nueva OCM de frutas y hortalizas, se hace necesaria una visión global de las organizaciones de productores de frutas y hortalizas (OPFH), hacer balance de la situación actual en materia de reconocimientos, determinar el nivel de concentración de la oferta en manos de los productores, y analizar las causas que subyacen en las bajas cifras alcanzadas por este indicador.

La concentración de la demanda es el problema más importante al que se enfrentan las OPFH en el proceso de comercialización. Para luchar contra él sería necesario concentrar la oferta. Sin embargo, no se están cumpliendo las expectativas, puesto que tanto en el plano comunitario como español el nivel de producción en manos de OPFH se sitúa en torno al 40-50 por ciento del total de la producción comercializada.

Las cifras de afiliación alcanzadas nos llevan a concluir que las ayudas de la OCM en su formulación actual no son suficientes para compensar la falta de resultados en la comercialización que percibe el productor en las OPFH. El productor prefiere continuar no asociado, sobre todo si hay modelos alternativos en los que no es necesario incurrir en gastos suplementarios como los que soportan las OPFH.

PALABRAS CLAVE: Comercialización, organizaciones de productores, frutas y hortalizas, cooperativas.

SUMMARY

Producers' organizations key of the OCM of fruits and vegetables. Why they don't manage to lump together all the offer?

When has passed seven years of application of the new OCM of fruits and vegetables, is make necessary a global vision of producers' organizations of fruits and vegetables (OPFH), to do balance of the current situation as for recognitions, to determine the level of concentration of the offer in hands of the producers, and to analyze the reasons that sublie in the low numbers reached by this indicator.

The concentration of the demand is the most important problem which the OPFH in the process of marketing. To fight against it, it would be necessary to concentrate the offer. Nevertheless, the expectations are not being fulfilled because at Community level, like Spanish the level of production in OPFH's hands places around 40-50 per cent of the commercialized production total.

The numbers of affiliation lead us to conclude that the helps of the OCM in his current formulation are not sufficient to compensate the lack of results in the marketing that the producer perceives in the OPFH. The producer prefers continuing not associated, especially if they have another alternative models, in which it is not necessary to incur in supplementary expenses like they support in the OPFH.

KEYWORDS: Commercialization, producers' organizations, fruits and vegetables, cooperative societies.