

COMERCIALIZACION Y TRANSFORMACION DE LOS PRODUCTOS AGRICOLAS DEL REGADIO PORTUGUES

Por
JOSE AUGUSTO RAMOS ROCHA (*)

I. INTRODUCCION

EL análisis de la situación actual de la comercialización y transformación de los productos agrícolas del regadío portugués es, a mi entender, una tarea al mismo tiempo simple y compleja.

Simple por el hecho de que las unidades de comercialización y transformación, localizadas en zonas próximas a los regadíos y que elaboran sus productos, son poco numerosas, están poco diversificadas y tienen problemas bien identificados, relativos a las materias primas, la tecnología empleada, la situación financiera y la dimensión y situación del mercado de los productos que elaboran. Compleja, por cuanto existen razones históricas para la actual situación, relacionadas sin duda alguna con la naturaleza y estructura agraria de las zonas regadas, con la política agro-comercial e industrial aplicada a este sector en el período 1960-1985 y con el papel desempeñado por las instituciones públicas promotoras del desarrollo.

(*) Ingeniero.

— Revista de Estudios Agro-Sociales. Núm. 143 (enero-marzo 1988).

Para exponer más claramente la situación de la comercialización y transformación de los productos procedentes del regadío, conviene distinguir, dentro de las zonas regadas, entre las que han sido objeto de obras de fomento, realizadas por el Estado y las que se benefician de la captación de aguas subterráneas o a pequeñas obras realizadas directamente por los propietarios, con o sin el apoyo del Estado.

En el caso de estas últimas, la implantación del riego suele responder a la necesidad que sienten los agricultores de intensificar su producción en función de estímulos de mercados claramente delimitados. En las primeras, en cambio, la decisión es esencialmente externa al propietario y resulta de la voluntad asumida por el Estado de potenciar las condiciones que favorecen un aumento de la producción agrícola mediante el incremento de las disponibilidades de agua y, consecuentemente, de las zonas regadas.

Me parece importante hacer esta división, ya que refleja una diferencia, en el marco del desarrollo de la producción y los medios de comercialización-transformación, entre las diferentes zonas de regadío en Portugal.

En realidad, en los casos en que el regadío aparece como resultado de una estrategia individual de intensificación de la producción agrícola por parte de unos propietarios que tienen posibilidad de aprovechar el agua, existían ya desde un principio un mercado y una estructura mínima de comercialización que aseguraban la salida de los productos obtenidos tradicionalmente. La cuestión que se planteaba era simplemente la de su dinámica y capacidad para continuar y dar respuesta —en salida comercial y garantía de precios— al aumento y diversificación de la producción.

En cambio, en las zonas donde el regadío ha sido introducido por acción del Estado, la cuestión se planteaba de forma diametralmente opuesta. En estas regiones prácticamente no existía tradición de regadío y, por tanto, no sólo no había producción, sino tampoco infraestructuras comerciales e industriales. Así pues, había que asegurar al mismo tiempo el desarrollo de la producción y la creación de instituciones de mercado capaces de garantizar la salida de aquélla a precios atractivos para los agricultores.

Creemos que lo fundamental es estudiar esta última situación,

entre otras razones porque en las otras zonas de regadío —donde predominan los pequeños y medianos agricultores— se desarrollan producciones que, a partir de cierto momento, debido a presiones del consumo, contaron con garantías institucionales de salida comercial, precio y apoyo a la inversión (como en el caso de la leche), o situaciones de mercado generadoras de precios que, a pesar de la aparente ineficacia del sistema de comercialización, seguían siendo atractivos para los agricultores (como en el caso de la horticultura).

El análisis que realizaremos se centra, por tanto, en los regadíos del Sur de Portugal, concretamente del Alentejo, que se han desarrollado a través de la acción del Estado. Se procurará, sin embargo, hacer una exposición exhaustiva de la situación de la comercialización y transformación, aunque sólo para identificar las principales formas de organización comercial o industrial existentes y los problemas que se plantean para el desarrollo de la producción y de su comercialización y transformación.

Antes de abordar de lleno el tema, nos gustaría señalar algunos aspectos que, a nuestro entender, condicionan el propio desarrollo de las estructuras comerciales e industriales en los regadíos del Sur.

Estos aspectos son los siguientes:

- Los regadíos están relativamente próximos a las zonas de mayor consumo, de las que distan como mucho 200 km. Esta situación no sólo hace posible que el coste de transporte sea poco elevado, sino que explica la inexistencia de una necesidad particular de acondicionamiento. Así, el importe de la inversión para la realización de estas funciones es poco significativo y no supone una barrera para la entrada de cualquier tipo de operador en estos sectores.
 - La reducida dimensión del mercado portugués —diez millones de habitantes— y su escasa concentración urbana. Puede decirse, por tanto, que el mercado de consumo es limitado y, precisamente por ello, más inestable, lo que provoca mayores riesgos para las empresas del sector, dentro del condicionalismo político administrativo existente.
 - Durante mucho tiempo, el mercado portugués de bienes
-

agroalimentarios ha estado cerrado y compartimentado, debido a una política de control estricto de las importaciones y a una ley de condicionamiento industrial y comercial que confería al Estado la concesión de autorizaciones para la instalación de nuevas unidades.

- La ideología marcadamente anticomercial que durante mucho tiempo dominó la teoría y la práctica de los dirigentes profesionales agrícolas, técnicos e incluso políticos y que, en cierta medida, contribuyó también a impedir la aparición y desarrollo de una clase comercial agrícola dinámica.

Como se dijo en un principio, la interrelación de los elementos mencionados hace todavía más complejo el estudio del tema y es un nuevo factor explicativo de la situación actual.

II. LAS PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRICOLAS DE REGADIO Y SU SITUACION DE COMERCIALIZACION Y TRANSFORMACION A NIVEL NACIONAL

Las principales producciones agrícolas procedentes del regadío son: leche, productos hortícolas, arroz, maíz, girasol y piensos.

Aunque la producción de *leche* se encuentra hoy diseminada por todo el territorio nacional, básicamente se ha desarrollado en las zonas climáticas con mayor influencia atlántica —centro y norte litoral—, en las zonas caracterizadas por pequeñas y medianas explotaciones familiares y allí donde la intensificación de la producción de piensos ha sido posible gracias al aprovechamiento de aguas subterráneas y a las pequeñas obras de regadío.

La importancia alimentaria de la leche, su escasez en términos de consumo y los problemas inherentes al abastecimiento de las poblaciones urbanas motivaron el que, a partir de 1967, se adoptase una política lechera que posibilitó el desarrollo de la producción y su tratamiento industrial. Esta política se basaba, esencialmente, en las líneas siguientes:

- Precios fijos de compra de la leche producida.
 - Sistema de organización de recogida de la leche basado en las estructuras cooperativas.
-

- Ayudas a las inversiones para ordeño, conservación en frío y tratamiento de la leche.
- Creación de tecnologías accesibles para los pequeños y medianos agricultores que les permitirían no sólo beneficiarse de la política de precios y ayudas a la inversión, sino también de una disminución del esfuerzo físico realizado en la actividad.

Como resultado de esta política, se desarrolló la producción y se reforzaron consiguientemente los medios de comercialización/transformación, orientados, sobre todo, a una estrategia de abastecimiento de leche para consumo directo.

En 1985, el 74% de la leche recibida en los establecimientos comerciales se destinaba al consumo directo, y sólo un 26% se utilizaba para la fabricación de productos lácteos.

De esta leche para consumo directo, el 88% era tratada por el sector cooperativo y el 12% por las industrias privadas. El tratamiento estaba orientado, fundamentalmente, a las leches de larga duración, que representaban el 48% del total, y a las de corta duración, que suponían el 46%. En 1985, el resto apenas representaba un 6%. En este sector existen 22 industrias lácteas, de las que 12 pertenecen a cooperativas.

En el sector de los productos lácteos frescos (yogur, helados, natas y quesos frescos), cuya producción ha registrado un aumento significativo, existen 12 industrias, de las que cinco tienen una capacidad superior a 1.000 tm/año y representan el 84,9% de la producción.

En la producción de mantequilla, que desde 1980 se ha mantenido prácticamente estable, existen 19 industrias, en tres de las cuales se centra el 69,1% de la producción.

La producción de queso también se ha mantenido prácticamente estabilizada desde 1980 y existen 33 empresas, de las que 19 elaboran el 60,2% de la producción.

Globalmente, la participación del sector lácteo en el conjunto de las industrias agrarias es bastante significativa, con cerca de un 3,13% de los establecimientos, un 11,9% del empleo, un 14,1% del VBP, un 8,3% del VAB y un 19,4% de la F.B.C.F.

En términos de distribución territorial, existen tres centros

de tratamiento de la leche en la zona de influencia de las áreas de regadío consideradas, aunque, prácticamente, sólo uno puede considerarse dentro de una zona de regadío y asegurando la salida comercial de la leche que allí se produce.

La producción de *arroz* es, como veremos, una de las principales actividades de los regadíos del Sur.

En un principio, la comercialización se realizaba a través de una Comisión Reguladora del Comercio del Arroz, dependiente del Instituto de Cereales, que fijaba los precios y repartía las cantidades producidas por los diversos establecimientos existentes en el sector.

Posteriormente, el régimen se liberalizó progresivamente, permitiéndose la comercialización directa entre los industriales y la producción, aunque la Administración pública seguía fijando los precios e intervenía en la adquisición del arroz no comercializado. La E.P.A.C. —empresa pública de cereales— controlaba las importaciones y llevaba a cabo la distribución de las mismas entre las empresas nacionales del sector.

Actualmente, con la adhesión a la C.E.E., el régimen se ha modificado, aplicándose principios semejantes a los practicados en la Comunidad.

Existen cerca de 40 unidades de descascarillado y blanqueo del arroz, las cuales representan un 0,3% del número total de establecimientos, un 0,2% del empleo, un 0,4% del VBP y un 0,15% del VAB.

En la región de influencia de las zonas de regadío consideradas se localizan prácticamente el 40% de las industrias de descascarillado de arroz existentes en Portugal, aunque apenas seis de ellas pueden considerarse dentro de las zonas de regadío.

En los últimos tres años, el cultivo de *maíz* ha registrado un aumento significativo en las zonas de regadío, gracias a una política de precios bastante favorable. En este sector desempeña un papel importante la Empresa Pública de Abastecimiento de Cereales, la cual posee incluso algunas instalaciones de secado y almacenaje a nivel regional y promueve el abastecimiento en régimen de competencia de las propias industrias de piensos compuestos.

La producción de *carne de vacuno* está básicamente orienta-

da al consumo fresco, realizándose la comercialización a través de comerciantes de ganado, que utilizan los mataderos públicos para el sacrificio de los animales adquiridos en la producción, a precios en vivo o en canal. No existen, por tanto, a nivel nacional industrias de transformación de este tipo de carnes en un mercado mayorista de canales, aunque actualmente, gracias a la evolución de los intercambios comerciales con el exterior y a determinados movimientos de concentración, algunos mayoristas de animales empiezan a convertirse en mayoristas de carnes. Relacionada con esta evolución estará, sin duda, la orientación que se dé a los mataderos, en el sentido de su reducción y modernización.

La proximidad del centro consumidor de Lisboa respecto a las zonas de regadío del Alentejo y la existencia en la capital de un gran matadero público y de algunos mataderos privados en sus alrededores, que poseen líneas de sacrificio de vacunos, determina que, a pesar de existir en la región un gran matadero público industrial, los flujos de salida se hagan en dirección a Lisboa, con los animales todavía vivos y a través de comerciantes.

De los productos *hortícolas* en Portugal, un 62,8% se destinan al consumo fresco nacional, un 0,6% a la exportación y un 36,6% a la transformación. Este elevado porcentaje de la transformación se debe a la inclusión del tomate industrial entre los productos hortícolas. En realidad, si tenemos en cuenta que la industria transformó, en 1984, 777.666 tm de productos hortícolas, y que de ellos el 94% eran tomate, podemos hacernos una clara idea de las dos características principales del sector:

- El escaso nivel de industrialización del sector hortícola, ya que la producción está orientada predominantemente al abastecimiento de productos frescos.
- La fragilidad de las industrias de transformación, debida a su excesiva especialización y, consiguientemente, su escasa diversidad de producción. El pimiento es el segundo producto más industrializado, y participa con un 1,4% en el abastecimiento de materia prima de las industrias.

De la producción de *frutas* en Portugal, un 92,4% se destina al consumo fresco, un 0,6% a la exportación y un 5,2% a la in-

dustria; la transformación industrial es, pues, todavía más reducida. Sin embargo, en este sector, aunque globalmente la industria sea claramente más frágil que en el sector hortícola, con sólo 29.890 tm transformadas en 1985, se da una mayor diversificación: la manzana representa el 29,4% del aprovisionamiento de la industria, la naranja el 21,7%, la pera el 18,4% y el melocotón el 7,4%.

La proximidad de los centros productores respecto a las zonas de consumo, la ausencia de importaciones —debida al control administrativo efectuado—, la ausencia de espacios organizados de transacción en los mercados de destino, la estructura del comercio distribuidor —muy repartido y durante mucho tiempo alejado de las formas modernas de distribución—, la misma teoría y práctica anticomerciales y la inexistencia de excedentes significativos de producción con los que apoyar la exportación, han determinado la inexistencia de empresas grandes y dinámicas en el campo del acondicionamiento y comercialización de productos hortícolas y frutícolas.

Por todo ello, la comercialización de estos productos se realiza básicamente a través de transportistas mayoristas que muchas veces adquieren la producción por un valor estimativo, calculado «a ojo» o, en el caso de las frutas conservables, a través de mayoristas dotados de cámaras frigoríficas. Dada la ausencia de condiciones para una mayor transparencia del mercado y la propia situación de la producción y del consumo, muchas veces estos agentes acaban siendo meros agentes comerciales que se ocupan de la salida de la producción, sin poder actuar como centros coordinadores y organizadores de la misma.

Es importante también señalar que el Estado ha financiado inversiones significativas en el sector cooperativo, procurando dotarlo de infraestructuras de refrigeración y acondicionamiento, sin que esto se haya traducido en la creación de un nuevo sector con capacidad competitiva. De hecho, el olvido del mercado por parte de las cooperativas ha llevado a este sector a una situación de estancamiento en términos comerciales y ha frenado el desarrollo técnico de la producción.

Por último, para comprender mejor la situación global de la comercialización de los productos de regadío, cabe destacar que

tampoco existe en Portugal un sector transportista dinámico y competitivo, que haya potenciado en los mercados de destino una alternativa a la salida de la producción hortícola y frutícola. En nuestra opinión, este hecho se debe a la falta de condiciones de transparencia de los mercados mayoristas existentes que favorezcan la competencia y el aislamiento de los agentes más retróados, y a la misma teoría y práctica administrativa contra este tipo de agentes, que junto a los transportistas mayoristas y a los propios almacenistas, han sido considerados muy despreciativamente como simples intermediarios.

Si tenemos en cuenta la macrolocalización de las principales unidades de transformación de productos hortícolas, podemos constatar lo siguiente:

- Las unidades de concentrado de tomate están fundamentalmente localizadas en la región del Valle del Tajo y en las zonas de regadío del Alentejo.
- Las empresas de conservas de productos hortícolas y de patatas fritas se localizan, predominantemente, en la región de Lisboa (Valle del Tajo) y en algunas zonas del Alentejo.
- Las empresas de productos congelados suelen localizarse junto a la faja litoral, con fuerte incidencia de las zonas portuarias que tienen regiones hortícolas en las proximidades.
- Las empresas de pimentón están fundamentalmente localizadas junto a las zonas de regadío del Alentejo.
- Las empresas de conservas de frutas aparecen localizadas en la región Oeste, fuerte productora de estas especies.

De las 250 empresas censadas en el sector, en 1984, tan sólo trabajaron 175, las cuales obtuvieron productos por valor de 25,4 millones de escudos, representando el concentrado de tomate el 49% del valor de la producción; los derivados de la algarroba el 8,4%; los productos hortícolas congelados el 4,6%; los dulces, compotas, gelatinas, mermeladas, pastas y pulpas en conjunto el 4,6%, y las conservas de productos hortícolas el 4,5%.

III. SITUACION DE LA COMERCIALIZACION Y TRANSFORMACION DE LOS PRODUCTOS AGRICOLAS DEL REGADIO EN EL ALENTEJO

La zona considerada en este análisis abarca los territorios de regadío del Alto Sado, Valle del Sado, Valle del Sorraia, Mira, Odivelas, Roxo, Caia, Campillas, Santo Domingo y Divor, con un área de aprovechamiento de 58.185 Ha y un área efectivamente regada en 1978 de 29.726 Ha, es decir, el 52% del total.

Estos territorios se sitúan, por tanto, en el Alentejo y en la parte más al Sur del Ribatejo, y se han elegido para su estudio precisamente porque se trata de zonas regadas por voluntad e intervención del Estado, donde antes prácticamente no existían estructuras de comercialización y transformación para los productos del regadío.

En 1978 la ocupación del regadío se realizaba básicamente con arroz, tomate, maíz y algunos productos hortícolas, fundamentalmente melón y sandía. Tomamos este año como punto de referencia porque la práctica totalidad de las estructuras de comercialización y transformación son anteriores al mismo. En los últimos años se ha producido un aumento de las zonas ocupadas con maíz, tabaco y girasol.

La comercialización de los productos hortícolas frescos se realiza, básicamente, a través de transportistas, mayoristas o de los mismos productores, que han encontrado canales de comercialización junto a los mercados de destino. La compra de los productos a los agricultores se hace en gran parte a «ojo», incluso antes de que hayan alcanzado la fase de maduración y, en el caso de los huertos, los gastos de la compra corren a costa de los compradores. No hay prácticamente estructuras de comercialización que se ocupen del acondicionamiento y colocación, a nivel local, de los productos en el mercado de forma eficiente y competitiva con el sector tradicional.

El matadero industrial de Beja que, sin estar instalado exactamente en una zona de regadío, sirve a toda la región del Sur, sacrificó, en 1986, 4.750 tm de carne, lo que corresponde a una tasa de utilización del 47%.

Este bajo porcentaje de utilización se debe a la falta de capa-

ciudad comercial autónoma —se trata de un matadero público— y a la subsistencia en la región de una tradición de comercio de animales vivos que hace que éstos se suelen matar en Lisboa.

Aparte de este matadero, y considerando que apenas es significativo el abastecimiento de las fábricas de piensos compuestos con el maíz producido en la región, aunque también aquí empieza a detectarse un mayor grado de incorporación de la producción local, dado el incremento de la producción registrada, las industrias localizadas en estos territorios, en un total de 22, se distribuyen según las siguientes actividades:

- c/ leche - 2
- c/ arroz - 6
 - sólo arroz - 3
- c/ tomate - 16
 - sólo tomate - 9
- sólo otros productos hortícolas - 1
- s/ frutos - 3
- tabaco - 1
- aceituna - 1

Del total de estas unidades, ocho son cooperativas, de las que dos están cerradas y una tercera tiene problemas financieros que no le han permitido trabajar el tomate este año. De las seis unidades que se dedican al secado y descascarillado de arroz, cuatro son cooperativas. Por el contrario, de las 16 empresas que pueden trabajar el tomate, 10 son particulares y seis no han trabajado este año (tres particulares y tres cooperativas).

Las tres unidades que pueden trabajar las frutas son cooperativas y dos están cerradas.

Otra característica de la industria instalada en las zonas de regadío es que, de las siete unidades que tienen producción diversificada, todas trabajan el tomate, seis son cooperativas y la única empresa privada en estas circunstancias sólo trabaja además las setas (más aún, en este año no trabajó el tomate).

El panorama trazado permite detectar que estas unidades están básicamente orientadas al *tomate* y al *arroz*: el 86% se dedican por lo menos a una de esas actividades. Dentro del grupo, el 84% de las unidades se dedican a la transformación de tomate.

Cuadro n.º 1

Zona de regadío	Area mejorada	Ocupación del área en 1978	Unidades de transformación	Productos trabajados	Observaciones	
CAIA	7.400 Ha	Arroz	826	COOP.	Diversos	Cerró
		Tomate	1.033			
		Maíz	178	PRIV.	Tomate	
		Pimiento	50			
		Melón/ Sandía	317	PRIV.	Pimentón	
1963		Piensos	258	PRIV.	Arroz	
A	Aceituna	317				
	Girasol	36	COOP.	Aceituna		
1967		TOTAL	3.247			
CAMPILLAS	1.935 Ha	Arroz	1.043			
SANTO		Tomate	111		Descascarillado	
DOMINGO		Maíz	27	COOP.	Blanqueado	
A		Hortícolas	20		Envasado	
1942		Piensos	30		Arroz	
A		TOTAL	1.256			
1954						
DIVOR	488 Ha	Arroz	146			
		Maíz	37	COOP.	Arroz	
					Tomate	Cerró
1963		TOTAL	183		Frutas	Cerró
A						
1965						
				PRIV.	Descascarillado	
					Arroz	

Si tenemos, pues, en cuenta lo que se ha indicado en relación con la comercialización de las frutas y productos hortícolas frescos, la valorización del regadío portugués se ha logrado a través de productos industriales —en este caso, tomate y arroz—, con situaciones de mercado bastante distintas. El primero, destinado esencialmente al mercado internacional, donde ha tenido que sufrir la competencia de otros países productores y los efectos de políticas proteccionistas y fenómenos agromonetarios, se introdujo y expandió en Portugal en la década de los cincuenta.

Por el contrario, el arroz, que ya era un producto tradicional de las zonas de regadío y que ha contado con condiciones favorables para su expansión, gracias al aumento de las zonas me-

Cuadro n.º 2

Zona de regadío	Area mejorada	Ocupación del área en 1978	Unidades de transformación	Productos trabajados	Observaciones
VALLE DEL SADO	6.171 Ha	Arroz	4.656		Tomate
		Tomate	69		Piñón
		Maíz	25	COOP.	Aceite
		Huerta	220		Secado
		Pomar	95		Cereales
1935					
A					
1949					
		TOTAL	5.102		
				PRIV.	Tomate
				PRIV.	Tomate
ALTO SADO		Arroz	245		
	3.816 Ha	Tomate	865		
1968		Maíz	107	SIN	
A		Girasol	56	INDUSTRIAS	
1972					
		TOTAL	1.322		
SORRAIA	15.365 Ha	Arroz	6.505		
		Tomate	2.330	PRIV.	Tomate
		Maíz	1.360		
1951		Piensos	1.040	PRIV.	Tomate
		Pomar	665		
A		Hortícolas	398	PRIV.	Tomate
		Tabaco	192		
1959		Viña	134	PRIV.	Tomate
		Melón/			Setas
		Sandía	126		Tomate
		Judías	100	PRIV.	Poco tomate
				PRIV.	Tabaco
		TOTAL	13.034		
				COOP.	Frutas
					Arroz
					Vino
					Tomate
					Melocotón
					Leche

juradas, sólo se destina al mercado interior, al que ni siquiera consigue abastecer íntegramente.

El desarrollo de la producción de tomate en los regadíos del Ribatejo y, posteriormente, en el Alentejo, ha sido, en nuestro país, uno de los casos interesantes de introducción de un nuevo cultivo con éxito. A nivel nacional, en el período 1971-79 la ex-

Cuadro n.º 3

Zona de regadío	Area mejorada	Ocupación del área en 1978	Unidades de transformación	Productos trabajados	Observaciones
MIRA	10.670 Ha	Arroz	523	COOP.	Leche Tomate Cereales
		Tomate	209		
		Maíz	1.734		
		Almendra	123		
1963 A 1973		TOTAL	3.552		No hace tomate
ODIVELAS	7.300 Ha	Arroz	248	SIN INDUS- TRIAS	
		Tomate	485		
		Maíz	40		
		Pimiento	41		
		Girasol	18		
		TOTAL	862		
ROXO	5.040 Ha	Arroz	15	COOP.	Tomate Garbanzo Guisante Pimiento
		Tomate	1.032		
		Maíz	41		
		Girasol	17		
1963 A 1968		TOTAL	1.168		
				PRIV. PRIV.	Tomate Tomate
					Cerró Cerró

tensión media ocupada era de 18.940 Ha, con una producción de 673.552 Ha. En el caso de las zonas de regadío a las que nos referimos, este éxito interesó de tal modo a los capitales privados que éstos poseen el 63% de las unidades, correspondiéndoles, aproximadamente, el 73% de la capacidad instalada en la región. A escala nacional, la participación de los capitales privados en las industrias del tomate es todavía mayor que en la región considerada, representando el 76% de las unidades y el 84% de la capacidad instalada.

El éxito de la introducción del cultivo del tomate en los regadíos se debe, en nuestra opinión, a la conjunción de una serie de factores:

- La existencia de un mercado concreto para la absorción de la producción en condiciones que hacían rentable la inversión industrial y la propia actividad agrícola.

- La posibilidad que se ofreció a los agricultores de practicar un cultivo con garantías de salida comercial y precios fijados previamente.
 - La existencia de condiciones pedoclimáticas propicias para el desarrollo en condiciones rentables del cultivo y la obtención de una materia prima de calidad. De este modo, las industrias, a través de procedimientos tecnológicos adecuados, podían ofrecer al mercado internacional un producto de alta calidad.
 - Una concertación a nivel técnico y económico entre los agricultores, industriales y el Estado, que permitió la puesta en práctica en estos dos ámbitos de acciones que eliminaron o redujeron substancialmente las barreras técnicas y económicas para la entrada en el sector y el desarrollo de la producción. En la práctica, esta colaboración interprofesional se tradujo en la creación de un organismo específico del sector, que promovía la concertación económica entre los diferentes intereses implicados y en una acción conjunta de apoyo técnico y de integración de los agricultores por parte de las industrias y el Estado. Hay que señalar que, en la fase inicial, las empresas proporcionaban los factores de producción, incluyendo las plantas, y el apoyo técnico.
 - Una interrelación que comprometió con el campo a tres tipos de agentes económicos interesados en este cultivo, del que obtenían beneficios. La industria, que necesitaba materia prima; el propietario de las zonas mejoradas que poseía tierra pero carecía de la tecnología y la mano de obra necesaria para este cultivo, atractivo a pesar de sus riesgos económicos; y, finalmente, el pequeño o mediano agricultor con cierta tradición hortícola —y, por tanto, con un mínimo de tecnología— y con mano de obra familiar disponible o conocimientos para organizarla. Este tipo de agente se interesó por el cultivo y, de hecho, asumió en el mismo su función de agricultor a través del arrendamiento temporal de las tierras.
 - La industria, interesada en el desarrollo del cultivo, arren-
-

daba las tierras de los propietarios y después las contrataba con los agricultores —mesegueros— interesados en la producción del tomate. El interés por el cultivo trajo como consecuencia los arrendamientos directos entre los agricultores y los propietarios, provocando un aumento del valor de las rentas y la desviación de algunas industrias a zonas más marginales. Por otro lado, los grandes propietarios vieron en este proceso una forma de valorización de sus terrenos e invirtieron directamente en algunas industrias o movilizaron a cooperativas para que lo hiciesen. Hoy, algunos propietarios empiezan a interesarse e incluso a asumir directamente la gestión del cultivo del tomate.

El desarrollo y el éxito de la instalación y transformación industrial del tomate en los regadíos, iniciada primero por las industrias privadas y posteriormente por las cooperativas, ha hecho que estas últimas hayan intentado extender la estrategia de aprovechamiento de los regadíos a otros productos agrícolas industrializados. Dado que el caso más significativo es el de las frutas, vamos a analizarlo muy brevemente, destacando tan sólo los aspectos más importantes que lo distinguen del tomate.

En realidad, hubo un intento de desarrollo de las zonas de regadío en una estrategia basada en la producción de melocotón para la industria. Como se ha visto, existen incluso tres unidades cooperativas con capacidades de transformación, dos de las cuales están cerradas, mientras que la tercera prácticamente no trabaja con esta materia prima.

En nuestra opinión, el claro fracaso de esta iniciativa se debe a los siguientes aspectos:

- El mercado nacional de melocotón fresco no estaba todavía suficientemente abastecido, habiéndose registrado incluso una expansión del mismo, con lo que no podía generar excedentes para la industria a precios que hiciesen competitiva la transformación de cara al mercado internacional.
 - El mercado nacional de melocotón en almíbar era relativamente limitado y el mercado internacional estaba sometido a fuerte competencia, por lo que el coste de abasteci-
-

miento de las industrias en materia prima era un factor determinante de la competitividad exterior.

- Mientras que las barreras técnicas para la entrada en el cultivo se pueden considerar menores que en el caso del tomate —más posibilidades de mecanización y de gestión de mano de obra, por ser más simple la recolección— las barreras económicas son considerablemente más altas, dado el coste de las plantaciones y el período de espera hasta que se alcanza la producción plena. Esta situación, que no dio origen a una acción concertada por parte de los diferentes sectores interesados, en el sentido de una disminución de las barreras económicas para la entrada en la producción, hizo que esta última no tuviese el desarrollo necesario para el abastecimiento de las industrias y del mercado del producto fresco, y llevó a la canalización hacia este último mercado de la misma producción destinada al consumo fresco. Por otro lado, el compromiso industrial de apoyo al desarrollo de la producción no podía ser tan intenso como en el caso del tomate, ya que ello tendría y, en algunos casos tuvo, consecuencias financieras para las empresas.
- El papel de las instituciones públicas no fue debido, seguramente, al decisivo esfuerzo financiero que eso le exigiría, tan decisivo como en el caso del tomate.
- La aparición de nuevas variedades con objeto de prolongar lo más posible el período de abastecimiento del mercado para consumo fresco, y de nuevos procedimientos de acondicionamiento y transporte, permitieron el desarrollo del comercio internacional del melocotón, con el consiguiente aumento de las ventas, y de situaciones de mercado más favorables.

Con una industria agraria especializada como la que se da en las zonas de regadío, el desarrollo de la misma y de la producción correspondiente depende básicamente de la evolución del mercado al que se oriente, en este caso el internacional, y de las políticas de apoyo que se le presten en los momentos de crisis, especialmente la política de mantenimiento de las rentas de los productores, de mantenimiento de los stocks y de apoyo a la moder-

nización tecnológica. Por eso, no es de extrañar que la crisis sufrida por el sector durante la década de los setenta haya impedido la aparición y diversificación de nuevas industrias agrarias y se haya reflejado en la situación financiera de las ya existentes, motivando el cierre de algunas de ellas.

IV. CONCLUSIONES

La situación actual de la comercialización y transformación de los productos de regadío en Portugal presenta aspectos distintos en función de la naturaleza del regadío, la estructura de la propiedad y el origen de la iniciativa de mejora de las tierras.

En la comercialización de los productos frescos, tanto hortícolas como frutas, e incluso carnes, no se han registrado grandes cambios por lo que se refiere a nuevas formas de organización.

Por el contrario, todo parece indicar que la estrategia predominante ha sido la de industrialización. En unos casos, como ocurre con la leche en el Norte, se ha debido a la misma naturaleza del producto y a la propia situación del mercado, limitado tan sólo al consumo interno; en otros, a la acción deliberada de los agentes implicados, como ha ocurrido con el tomate en el Ribatejo y el Alentejo.

La evolución de las empresas de transformación en el regadío y su éxito o fracaso permiten destacar algunos aspectos que condicionan su instalación y expansión, especialmente en el regadío:

- La importancia de la naturaleza, dimensión y comportamiento de los mercados de las actividades que se quieren desarrollar. Estas pueden determinar reorientaciones de los destinos finales, como en el caso del melocotón, o acciones de mayor apoyo por parte de la Administración pública, cuando, debido a su dependencia del mercado internacional, se producen en éste crisis que tienen graves repercusiones interas, como en el caso del tomate. Esta situación es tanto más grave cuando, como en el caso estudiado, existe una gran especialización de las industrias agrarias.
-

rias que no permite rápidas reorientaciones de la producción.

- La importancia de una buena evaluación de las barreras técnicas y económicas para el desarrollo de cada actividad y su confrontación con los medios disponibles y movilizables para atenuar esas barreras de entrada en el sector, tanto a nivel de la producción como de la transformación. El éxito de la fase inicial del tomate y el relativo fracaso de una segunda fase de expansión de esta actividad, en la que se crearon industrias que dependían en gran medida de capitales bancarios, así como el fracaso de la transformación industrial del melocotón, pueden encontrar aquí su explicación fundamental.
- La propia naturaleza y actitud de los propietarios de las tierras mejoradas ante unos cultivos que presentan mayores riesgos y exigen más mano de obra y capital es un aspecto fundamental que se ha de considerar y que, en el caso del tomate, fue posible superar a través de una fórmula que no comprometía la propiedad formal de la tierra. En este caso, la industria y los pequeños y medianos agricultores arrendadores pudieron superar la falta de interés directo de los propietarios por este tipo de cultivo.
- La importancia de una buena gestión comercial en las unidades, a la que corresponde promover la salida de los productos agrícolas, y su autonomía o forma de relacionarse con los centros de decisión de las empresas, es otro de los aspectos que pueden explicar algunos fracasos. Las dificultades existentes en las formas de organización de cooperativas pueden encontrar aquí su origen, ya que al adoptar los socios-propietarios estrategias de maximización de beneficios, predominantemente a través del aumento de precios, las direcciones de las cooperativas acaban tomando decisiones que favorecen exclusivamente este elemento, poniendo así en peligro el desarrollo futuro de la organización.

Por último, nos parece oportuno destacar la importancia que las instituciones de carácter interprofesional desempeñan en la

coordinación y difusión de información y de las tecnologías y en la misma concertación económica de intereses opuestos a corto plazo. En Portugal, como se ha visto, esta concertación ha existido en el caso del tomate a través de una institución formal que desempeñó parte de esas funciones y a la que se debe, en gran parte, el mismo éxito del proceso de desarrollo registrado.

RESUMEN

El análisis se centra en los regadíos del Sur de Portugal, concretamente del Alentejo, que se han desarrollado a través de la acción del Estado, exponiendo, de manera exhaustiva, la situación de la comercialización y transformación, para identificar las principales formas de organización comercial o industrial existentes y los problemas que se plantean para el desarrollo de la producción y de su comercialización y transformación. A este fin, se contemplan las principales producciones agrícolas de regadío y la situación de aquellas actividades en la región, para concluir que la situación actual de la comercialización y transformación de los productos de regadío en Portugal presenta aspectos distintos en función de la naturaleza del regadío.

RESUME

L'analyse est centrée sur l'irrigation du Sud du Portugal, tout spécialement de l'Alentejo, provenant de l'action de l'Etat. Il y est étudié de façon exhaustive la situation de la commercialisation et de la transformation, afin de cerner les principales formes d'organisation commerciale ou industrielle existantes et les problèmes qui se posent en ce qui concerne le développement de la production ainsi que la commercialisation et la transformation. A cet effet, il est examiné les principales productions agricoles redevables de l'irrigation et la situation de ces activités dans la région, pour en conclure que la situation actuelle de la commercialisation et de la transformation des produits des terres irriguées au Portugal présente des aspects différents dépendant de la nature de l'irrigation.

SUMMARY

This analysis is centered on the irrigation land in Southern Portugal, specifically, the Alentejo, that has developed by State action, describing the marketing and processing situation in detail, to identify the main forms of com-

mercial or industrial organisation in existence and the problems faced by production development, as well as product marketing and processing. To this end, the main agricultural products from irrigated land are contemplated as well as the situation of activities in the region, to conclude that today's situation in marketing and processing products from irrigated land in Portugal varies according to the type of irrigation.
