

4.1. LA FORMACION DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS

Las empresas agroexportadoras o comercializadoras de productos hortofrutícolas del Sureste peninsular, nacen y se desarrollan al amparo de la propia actividad agrícola especializada. Durante mucho tiempo este sector estuvo monopolizado tanto por Sociedades anónimas é individuales, como especialmente por firmas extranjeras. A este último hecho contribuyó la escasa presencia y endeblez de las casas comerciales regionales, en muchos casos de marcada tendencia hacia la comercialización local.

El progresivo desarrollo de las actividades productivas hortofrutícolas y su paulatina inserción en los circuitos comerciales internacionales, propició la incorporación al sector de numerosos empresarios agrícolas que en algunos casos fueron creando su propia red comercial, y que en la actualidad se erigen como grandes organizaciones comerciales presentes en los escenarios internacionales (Pascual Hermanos,S.A., Antonio Muñoz y Cia.S.A.).

En el año 1967 estaban censados un total de 379 exportadores de tomate². Una década más tarde éstos se habían reducido a 174³. Se trataba, en todo caso, de exportadores que tenían una escasa incidencia en el mercado externo por el bajo volumen de envíos realizados, por lo que muchos de ellos fueron desapareciendo progresivamente del escenario comercial. La aproximación al marco de la organización comunitaria europea, y por extensión la entrada plena en un mercado altamente competitivo, provocó sustanciales cambios tanto en la organización empresarial española como en el sector exportador. La estrategia hasta entonces fundamentada en las ventajas comparativas (costos productivos reducidos, excelente climatología, calendarios productivos prolongados) dio paso a una mayor eficacia en el proceso comercial, proceso ampliamente desarrollado por las firmas comerciales de otros países comunitarios europeos.

Es evidente que a esta nueva adaptación, sólamente podrían

² MINISTERIO DE COMERCIO, *Censo Oficial de Exportadores 1967*, Ministerio de Comercio, Madrid, 1967.

³ MINISTERIO DE COMERCIO, *Censo Oficial de Exportadores 1977*, Ministerio de Comercio, Madrid, 1977.

acceder aquellas empresas exportadoras dotadas de una sólida infraestructura comercial, principalmente en los mercados europeos. Para las demás el aislamiento, la marginación o la exclusión del mercado era el destino a que se enfrentaban y enfrentan en un futuro inmediato, de no desarrollar programas comerciales que permitan mejorar su posición dentro del extraordinario y competitivo mercado europeo.

La empresa española de nuestros días se caracteriza frente a sus competidores de la Comunidad Económica Europea, por su baja competitividad, escasa dimensión, poca presencia en los mercados internacionales, debilidad exportadora, insuficiente calidad de los productos, innovación insuficiente, escasas inversiones en investigación y desarrollo (I+D) e insuficiente capitalización (Diario *El País*, 19-08-1990).

Esta situación a grandes rasgos mantenida hasta el presente, ha imposibilitado que los productos españoles penetren con vigor y compitan en igualdad de condiciones con sus homólogas comunitarias en el Mercado Unico Europeo. Asimismo en el mercado interno, la debilidad de este sector queda reflejado en el escaso éxito que hasta este momento ha tenido la creación de una eficiente red de distribución, que por su eficacia permita ajustar plenamente la producción a las necesidades del mercado.

Como consecuencia de esta grave distorsión, últimamente se está asistiendo a un hecho impensable hasta hace poco tiempo atrás: la comercialización de productos hortofrutícolas de origen comunitario europeo (Holanda, Francia), en el mercado nacional, especialmente en períodos donde la producción del país, por falta de previsión en los calendarios productivos y comerciales, no puede atender suficientemente a la propia demanda interna.

Si la Adhesión de España a la C.E.E. significó en su primera fase una dura experiencia para el sector exportador hortícola nacional, la integración en el Mercado Unico Europeo está creando serias distorsiones y excesiva confusión en el sector de la distribución de productos hortofrutícolas. En este sentido, progresivamente se está caminando hacia el proceso de pérdida de control de la propia red comercial interna.

El fortalecimiento de la presencia del producto hortofrutícola nacional tanto en el mercado interno como externo, exige el

aprovechamiento integral de todas aquellas ventajas que se derivan del propio entorno donde generalmente se desarrolla el proceso productivo, ofreciendo además de un producto de calidad, precios competitivos. Asimismo es indispensable, frente a la competencia procedente del exterior, la inversión en programas de investigación que permitan desarrollar e innovar eficazmente los modelos productivos, como también los métodos de comercialización hasta este momento empleados.

4.2. EVOLUCION DEL SECTOR EXPORTADOR

La exportación de productos agrícolas y especialmente de hortalizas y frutas, ha ocupado tradicionalmente un lugar destacado en el conjunto de los intercambios realizados por España. Este hecho ha tenido como consecuencia más inmediata, el aumento de las firmas comerciales dedicadas a esta actividad, lo que desató una férrea competencia entre éstas, por monopolizar el mercado externo.

El tomate constituye un claro ejemplo de atomización exportadora, ya que hasta muy recientemente la mayor parte de las firmas tenía una marcada tendencia familiar. El Censo Oficial de Exportadores de España del año 1967 registraba un total de 329 exportadores de tomate fresco, además de 4 dedicados al tomate de invierno y 46 al denominado tomate de verano. En total estaban censados 379 exportadores, que una década más tarde (1977) se habían reducido a 75. Esta disminución en el número de exportadores también ocurriría en otros productos hortícolas exportados (pimientos, judías verdes). Se trataba a todas luces de una lenta pero progresiva concentración de los envíos por un número reducido de casas comerciales, las cuales generalmente también se dedicaban a labores de producción (cosechero-exportadores).

Esta situación permaneció inalterada hasta las postrimerías de la década de los setenta, cuando debido a la perspectiva de que España ingrese en la C.E.E., comienza un período de adaptación del sector exportador español al contexto empresarial y comercial europeo. La etapa posterior a la Adhesión de España