

cultura intensiva de Almería, Alicante y Murcia, depende en gran medida de cómo se organice y coordine en un futuro próximo la venta en origen.

Los primeros canales de comercialización hortofrutícolas establecidos en la provincia de Almería se deben a comerciantes de origen levantino, primeramente valencianos, posteriormente alicantinos y más recientemente murcianos. Se trataba de casas comerciales o comerciantes individuales que compraban el producto al agricultor "en campo" o a "pie de árbol", para después venderlo en los mercados tanto nacionales como extranjeros. El desarrollo de esta actividad mercantil aunque actualmente continúa presente en ciertas zonas, ha perdido su protagonismo ante la aparición de nuevos canales comerciales implantados en origen, que además de ofrecer mayores garantías al agricultor en cuanto al precio y cobro del producto, también ha permitido operativizar más rápidamente la producción local.

La aparición de nuevos sistemas productivos (enarenados, invernaderos) ha tenido como consecuencia más inmediata el aumento vertiginoso de los volúmenes hortícolas cosechados, y con ellos el nacimiento y desarrollo de nuevos canales de comercialización, como también de nuevas figuras comerciales tanto en origen como en destino.

4.6. EL SECTOR EMPRESARIAL ALMERIENSE

Las cooperativas y Sociedades Agrarias de Transformación, constituyen conjuntamente la primera organización comercial más importante de Almería en cuanto al volumen de productos hortofrutícolas comercializados (Coexphal,1990). Su evolución no ha estado exenta de dificultades, especialmente por la propia singularidad del agricultor, poco proclive a integrarse en sistemas de carácter asociativo. Sin embargo la aproximación de los productos hortícolas de primor al mercado consumidor europeo, ha propiciado la necesidad de agruparse para comercializar en común.

El sector empresarial asociativo surge con vigor en Almería a partir de la segunda mitad de la década de los setenta, y experimenta un importante impulso a partir de los primeros años de la

década de los ochenta, coincidiendo con la mayor penetración de las hortalizas almerienses en el mercado comunitario europeo. Esta nueva perspectiva comercial, anima a un sector de agricultores dedicados a cultivos intensivos, a crear empresas asociativas como medio más eficaz de rentabilizar sus elevadas inversiones.

Los excelentes resultados económicos alcanzados por las primeras experiencias de comercializar en común, anima a otros agricultores a crear nuevas entidades asociativas, que en muchos casos pasaron a nutrirse además de las aportaciones de los propios socios, de otros agricultores que sin estar asociados, comercializaban su producción -previo pago de una comisión- a través de la cooperativa.

El sistema de Cooperativas, A.P.A.S. y otras entidades que funcionan en la región, fundamentan su comercialización en base a las aportaciones de productos que realizan sus propios socios y colaboradores. En los almacenes éstos son debidamente preparados y una vez realizada la manipulación, son remitidos los productos a los distintos mercados de destino. Las liquidaciones al agricultor se realizan con arreglo a las ventas efectuadas y a la clasificación por calidades. Esto sirve de incentivo al agricultor para seleccionar, cada vez más, la calidad de su producto⁸.

La irrupción del sistema empresarial asociativo en Almería y el papel determinante del mismo como innovador, tanto en el empleo de técnicas de cultivo como en la comercialización, supuso un serio revés para el sistema tradicional de subasta (alhóndiga). El período inmediatamente anterior y posterior a la Adhesión de España a la C.E.E. supuso un fuerte estímulo para la fundación de nuevas empresas de carácter asociativo, inclusive privadas, ante la perspectiva de ampliación del mercado consumidor y la exención de trabas arancelarias. Esta prematura expectativa de un rápido crecimiento de la demanda introdujo factores de desestabilización importantes, desorden de la oferta, oscilaciones en los precios, baja calidad del producto, y lo que es más importante, recelos por parte del agricultor a integrarse en este tipo de empresa, ante el amplio espectro de Cooperativas

⁸ PETIT MOYA, J. A., "Tipificación y comercialización de la producción", *Horticultura mediterránea de invernadero*, Escuela Superior Ing. Agrónomos, Córdoba, 1984, pp. 217-224.

que tuvieron que cerrar por los pésimos resultados fruto de una mala gerencia.

4.6.1. Las exportaciones hortícolas a través del sector empresarial

Por iniciativa de las primeras Agrupaciones de Productores Agrarios y de Mercoalmería surge en el año 1977 la Asociación de Cosecheros-Exportadores de Hortalizas de Almería, al objeto de establecer una mínima organización exportadora, como también representar los intereses provinciales en las duras negociaciones llevadas a cabo en los Comités Nacionales de tomate y pepino, productos hasta ese momento sujetos a regulación especial⁹. La creciente importancia del sector exportador provincial en el contexto tanto nacional como internacional, y el riguroso trabajo realizado por esta Asociación a lo largo de los últimos años, han hecho que la Coexphal represente actualmente a la casi totalidad de los exportadores de la provincia de Almería, y fundamentalmente del Campo de Dalías.

Las cifras registradas por esta Asociación en sus “Memorias”, se refieren únicamente a las exportaciones realizadas por sus asociados. Las exportaciones indirectas, esto es, realizadas por empresas afincadas en Almería pero que su sede social se encuentra en otras provincias, no están contabilizadas, si bien en productos como el tomate alcanzan cifras significativas.

La composición jurídica de los asociados a Coexphal en la campaña 1991-92, responde a grandes rasgos a la propia estructura del sector exportador provincial. Así en esta campaña el 28 por ciento del sector empresarial exportador asociado a Coexphal, estaba representado por Cooperativas (9%) y SATs (19%). Las restantes empresas que componían el cuadro de afiliados eran Sociedades Anónimas (43%), Sociedades Limitadas (15%), y empresas de carácter individual (14%).

Es importante señalar que en la campaña 1986-87 las empre-

⁹ GARCIA SOLA, A., “Situación y análisis de los cultivos forzados en Almería”, *I Jornadas Nacionales sobre cultivos protegidos*, Almería, 1986, pp. 41-92.

sas asociativas representaban el 45 por ciento: Cooperativas (20%) y SATs (25%). Sin embargo en la campaña 1987-88 algunas de estas empresas se separan de Coexphal y fundan la Asociación Provincial de Agrupaciones Agrarias de Almería (APAL). Se trata de las cooperativas Arysol, Hortamar, Cabasc, Cohorsan, Parafruts y Camposol.

Atendiendo a la exportación por tipo de empresa, en la campaña 1989-90 el sector empresarial asociativo (cooperativas y SATs) representaba el 51,5 por ciento del volumen total exportado por Coexphal, mientras que en la campaña 1991-92 este sector había aumentado ligeramente su representatividad (vid. cuadro VII). En cualquier caso tanto las cooperativas como las SATs, constituyen las unidades económicas con mayor dimensión media por volumen exportado (11.489 toneladas/campaña), frente a las 4.118 toneladas/campaña del sector empresarial privado.

Las exportaciones hortofrutícolas de Coexphal en el transcurso del período (1980/81-1991/92), han experimentado un crecimiento porcentual del 412 por ciento (vid. cuadro VIII). Las variedades más ampliamente exportadas por la Asociación Provincial, son aquellas que demandan para su cultivo importantes aportes tanto de capital como de mano de obra, así como un esmerado tratamiento pos-cosecha (pre-enfriamiento e instalaciones adecuadas en las Centrales Hortofrutícolas).

Los productos exportados por la Coexphal se dirigen fundamentalmente hacia los mercados comunitarios europeos (vid. cuadro IX). En la campaña 1986-87 los envíos hacia la C.E.E. representaban el 82 por ciento del total, mientras que en la campaña 1991-92, este porcentaje se situó en torno al 85 por ciento. Así las exportaciones de Almería se dirigen mayoritariamente hacia la Comunidad Económica Europea aunque no alcanzan los valores extremos (91%) de las exportaciones hortofrutícolas españolas (Dirección General de Aduanas, 1990).

La principal variedad exportada por la Coexphal en la campaña 1991-92 fue el pimiento. Este fruto representaba el 25 por ciento de la exportación hortofrutícola total de la Asociación, y el 50 por ciento de los envíos totales de pimiento español, tomando como base la Estadística de Comercio Exterior del año 1991 (Dirección General de Aduanas, 1991) (vid. cuadro X). Por

orden de importancia le seguía la sandía que representaba el 18 por ciento de los envíos de Coexphal y el 47 por ciento del total nacional (vid. cuadro XI). El pepino y el tomate ocupaban el tercer y cuarto puesto por orden de importancia. Estas dos variedades hortícolas representaban el 15 y 12 por ciento respectivamente de las exportaciones de Coexphal. Sin embargo en el total nacional, su participación ascendía al 43 y 14 por ciento respectivamente (vid. cuadros XII y XIII).

La exportación de tomate desde siempre ha estado marcada por su extrema irregularidad debido entre otros factores, a la fuerte competencia desde otras producciones regionales y a los envíos "indirectos". En la campaña 1991-92 el melón ocupaba la quinta posición entre los productos exportados por Coexphal, su participación ascendía al 8 por ciento y representaba aproximadamente el 20 por ciento de las exportaciones nacionales. Por último el calabacín representaba el 8 por ciento de los envíos de Coexphal y el 32 por ciento del total nacional (vid. cuadros XIV y XV).

En cuanto a la exportación de flor cortada, hasta hace poco tiempo uno de los sectores con más futuro en las exportaciones almerienses, prácticamente ha sido irrelevante en la campaña 1990-91 (24 toneladas) e inexistente en 1991-92. La producción y comercialización de flor cortada en la provincia de Almería desde hace varios años, está atravesando una grave crisis de difícil solución, debido principalmente a la competencia de otras regiones tanto nacionales (Cádiz) como internacionales (Colombia). Asimismo ha influido en la reducción de este producto, los bajos precios obtenidos en el mercado mundial, monopolizado en casi su totalidad por los Países Bajos, principal centro comercializador mundial.

4.7. LAS EMPRESAS EXPORTADORAS HORTOFRUTICOLAS DE ALICANTE

La tradición exportadora de la provincia de Alicante en el sector hortofrutícola se remonta al siglo XIX, aunque su protagonismo en el contexto internacional se acrecentará a partir de la segunda mitad del siglo XIX. El Catálogo de Exportadores Espa-