

# Comercialización



# Comercialización

## MERCADOS EN ORIGEN DE PRODUCTOS AGRARIOS

### Política general

El año 1978 ha supuesto en ciertos aspectos una total reorientación de la actividad de los Mercados de Origen de la Red Mercorsa, respecto de la actividad realizada hasta el año 1977. Al margen de la consideración del volumen de transacciones totales, que se ha visto incrementado, aproximadamente, en un 6 por 100 respecto al año anterior 1977, pueden resumirse como acciones fundamentales las siguientes: el intento de incrementar el protagonismo del empresario agrario en la dirección, gestión y orientación de las actividades de la Red Mercorsa, dándoles entrada en los mismos a través de los Consejos de Administración de los Mercos, en los cargos de presidente y en la mayor parte de las vocalías correspondientes a la representación del capital social de Mercorsa, en la actualidad y de los 247 Consejeros de las 15 Sociedades filiales, son empresarios agrarios 151, pertenecen a la Administración del Estado 47 y a los accionistas privados 49; potenciación como red comercial mediante la promoción de las marcas propias, de uso general, para toda la red; potenciación de los servicios de comercialización en destino con la creación de dos al-

macenes reguladores en Galicia y País Vasco para la venta en estas regiones y la creación de dos puestos de venta en Mercalicante y Mercasevilla; ampliación de la Red de Mercos, creándose y poniendo en funcionamiento un nuevo Mercado en Origen, Mercosalamanca.

Se pretende intensificar la prestación de los servicios comerciales de la Red, con preferencia en las asociaciones de agricultores en general; incluso promover la creación de grupos de agricultores para la comercialización en común por ellos mismos, con la ayuda técnica de los servicios de la Red.

En un intento de incrementar la ayuda a los agricultores y sus asociaciones, para que ellos mismos comercialicen sus productos, también se proyecta la formación de personal técnico comercial entre los mismos, adquiriendo la experiencia y conocimientos adecuados, al mismo tiempo que prestan sus servicios dentro de la organización de la Red.

Asimismo y en la línea de incrementar la participación de los empresarios individuales o asociados, en la dirección, gestión y orientación de las actividades de la Red, se proyecta intensificar la creación y funcionamiento de los Comités Consultivos de Comercialización por productos, en todos los Mercados en Origen de la Red, con la participación de agricultores individuales o asociados.

## REALIZACIONES

### Comercio interior

Las transacciones totales en 1978 han experimentado un aumento aproximado de un 6 por 100 respecto a 1977. Este aumento ha sido mayor para casi todos los productos considerados. Debido a una disminución considerable del volumen comercializado de patata, en este año respecto al anterior, el porcentaje de incremento global, no ha sido superior en su conjunto, al mencionado.

### VOLUMEN DE LOS PRODUCTOS MAS IMPORTANTES COMERCIALIZADOS POR LA RED DE MERCADOS EN ORIGEN DE MERCORSA.

PRODUCTOS	1977 (TM.)	1978 (TM.)
Cebada .....	106.192	133.033
Maíz .....	50.414	76.355
Patata .....	147.150	100.571
Alcachofa .....	6.906	6.907
Cebolla .....	3.781	16.200
Judía verde .....	3.260	2.999
Pimiento .....	7.128	5.708
Tomate .....	16.956	11.750
Mandarina .....	4.930	4.278
Manzana .....	17.641	13.100
Melocotón .....	937	2.141
Melón .....	2.880	2.903
Naranja .....	70.209	79.127
Pera .....	10.971	13.481
Sandía .....	2.736	4.020
Uva de mesa .....	2.075	2.164
Otros .....	18.734	25.102
<i>Total</i> .....	<b>472.900</b>	<b>499.839</b>

Las cifras totales se descomponen, según el grado de actividad de cada mercado, de la siguiente manera:

### VOLUMEN COMERCIALIZADO POR LOS MERCOS

	1977 (TM.)	1978 (TM.)
Mercolérica .....	110.973	126.624
Mercoguardiana .....	60.131	70.773
Mercomedina .....	32.849	27.438
Mercocentro .....	36.036	25.035
Mercoalicante .....	14.661	13.576
Mercoalmería .....	25.324	29.417
Mercovélez/Málaga .....	10.420	9.099
Mercoturcia .....	11.281	14.603
Mercogranada/Motril .....	8.235	11.603
Mercoplasencia/Cáceres .....	13.303	11.545
Mercoleón .....	38.197	20.371
Mercorioja .....	43.377	51.384
Mercocastellón .....	28.782	24.482
Mercovalencia .....	14.542	26.756
Mercogualquivir .....	24.789	34.628
Mercosalamanca .....	-	2.102
<i>Total</i> .....	<b>472.900</b>	<b>499.839</b>

De las 499.839 toneladas comercializadas, 283.634 toneladas corresponden a productos de mercado libre, 133.033 toneladas a productos regulados y 83.172 toneladas a intervenciones del FORPPA.

El valor total de los productos comercializados por la Red ha sido de 5.945,5 millones de pesetas.

### Comercio exterior

Ha mantenido la Red en 1978, el esfuerzo hacia el mercado exterior que ya había realizado en el año anterior, exportando 33.597 toneladas de patata, hortalizas y frutas. Las exportaciones más significativas se reflejan en el cuadro adjunto.

---

## EXPORTACIONES MAS SIGNIFICATIVAS

PRODUCTOS	T.M.
Cebolla .....	14.573
Patata .....	9.872
Pera .....	1.450
Mandarina .....	1.003
Calabacín .....	812
Naranja .....	809
Pepino .....	735
Castaña .....	706
Otros .....	3.637
<i>Total</i> .....	33.597

---

---

## Seguimiento y evaluación

---

La entrada en los órganos de dirección de los mercados de representantes de los agricultores, al permitir un mayor conocimiento por parte de éstos de los fines buscados, ha favorecido una mayor integración de los productores en las actividades de los Mercos.

---

## Ayudas concedidas

---

Se han concedido subvenciones por gastos de constitución, primer establecimiento y puesta en marcha de las Entidades Gestoras de Mercados en Origen, promovidas por la Empresa Nacional MERCORSA, por un total de 17.927.289 pesetas.

---

## MERCADOS DE GANADOS

---

---

### Política general

---

Durante 1978, se ha pretendido con este programa mejorar y potenciar la comercialización del ganado vivo.

Para conseguir este objetivo se han seguido las siguientes líneas de acción:

- Comercialización con presencia física.
- Subvencionar la adecuación de los Mercados de Ganados que por su importancia comercial requieren instalaciones acordes con el momento actual.
- Potenciar mediante la ayuda a las Corporaciones Locales la creación de nuevos Mercados en aquellos lugares seleccionados por su importancia actual y futura.
- Implantación de nuevos centros mediante la inversión directa en aquellos sitios donde falte la iniciativa de otras entidades.
- Introducción de nuevas formas de contratación, experimentándose la venta de animales en pública subasta, sistema que ofrece las mayores garantías en la clarificación de precios.
- Comercialización sin presencia física.
- Se ha pretendido potenciar las Lonjas de Contratación con la organización de las correspondientes Juntas de Precios, una para cada especie de ganado o producto agrario, que se comercialice a través de la Lonja. Dichas Juntas están encargadas de recoger el precio medio de las operaciones de compra-venta realizadas y difundirlo lo más ampliamente posible.

---

### Ayudas concedidas

---

Durante 1978, se han concedido subvenciones a las Corporaciones Locales para la construcción de Mercados de