
VI. COMERCIALIZACION AGRARIA

VI.1. CONSIDERACIONES GENERALES

El proceso de comercialización agraria es el engarce entre la producción y el consumo.

La gran proporción del presupuesto que las familias destinan a la adquisición de productos alimenticios —proporción que alcanza sus niveles máximos en los países en vías de desarrollo— indica hasta qué punto la alimentación incide sobre la vida socioeconómica del país.

Por ello el asegurar un abastecimiento adecuado de alimentos a un precio razonable es un objetivo prioritario en todos los países.

El acceso del sector productor a los crecientes valores añadidos que la comercialización lleva consigo constituye uno de los objetivos en la búsqueda de mayores y más regulares rentas de los agricultores, y, por otra parte, el sostenimiento de los niveles de precios a los consumidores de los productos agrarios por minoración de los costes de comercialización es, a su vez, objeto de primer orden para el consumo.

En nuestro país existen graves deficiencias de comercialización de productos agropecuarios, siendo una de las más destacadas la insuficiente programación de las producciones agrarias, tanto en cantidad como en calidad. Al no ajustarse las producciones a la demanda del mercado surgen los excedentes (algunas veces coyunturales y otras estructurales), que coexisten con otras situaciones de desabastecimiento y tensiones de precios en los mercados de destino.

En la ordenación del proceso de comercialización agraria destacan los siguientes aspectos:

- a) Organización económica de los productores agrarios mediante entidades asociativas de comercialización en común.
- b) Capacitación comercial y gerencial de los productores agrarios.
- c) Mejora de la calidad de los productos agrarios a través de la normalización, marcas de calidad y denominaciones.
- d) Organización de centros de contratación median-

te mercados en origen, mercados de ganados, mercados de destino y otros centros de comercialización como lonjas y alhóndigas.

e) Promoción y gestión de relaciones comerciales organizando conciertos de comercialización a través de acuerdos interprofesionales, acuerdos colectivos y realización de contratos.

La correcta comercialización de las producciones agrarias puede rescatar rentas para el sector productor mediante su incorporación a los procesos comerciales, acortando los circuitos y con clara ventaja para el consumidor, habida cuenta de que el factor multiplicador de precios en origen de los productos agrarios, hasta su puesta en mercado, está entre dos y cuatro.

En España las entidades asociativas agrarias de comercialización en común, a pesar de los avances conseguidos, controlan un porcentaje del valor de la producción agraria inferior al de la mayoría de los países comunitarios.

VI.2. AGRUPACIONES DE PRODUCTORES AGRARIOS

2.1. Objetivos. Actividades generales

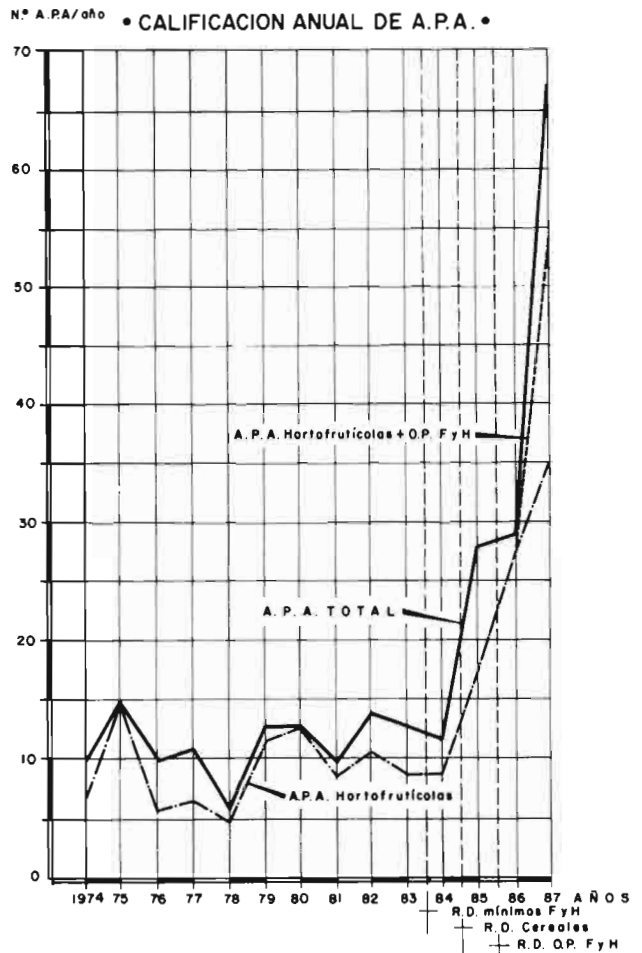
Con la Ley 29/1972, de 22 de julio, se establece en España el marco jurídico para la existencia de Agrupaciones de Productores Agrarios (APA), orientadas al fomento del asociacionismo comercial agrario. Los objetivos que se pretende alcanzar son: concentrar la oferta agraria, conseguir dimensiones comerciales suficientes, tipificar los productos e incidir con eficacia en el mercado mediante una ordenación de la oferta en origen de los productos agrarios.

Desde la publicación de la Ley y su Reglamento General y, por tanto, desde la puesta en marcha del Programa de APA, se han calificado 250 Agrupaciones de Productores Agrarios. El número anual de entidades calificadas aparece en el gráfico.

A partir de la campaña 1983/84 se desarrolla una intensa actividad de promoción en el sector agrario, tanto por la Administración Central como por las Comunidades Autónomas, para la constitución y/o calificación de APA. Esta actividad promocional se orienta particularmente al sector hortofrutícola, habida cuenta de la importancia que a estas entidades se concede en la CEE en la Organización Común del Mercado para las frutas y hortalizas frescas, publicán-

dose el Real Decreto número 1.706/84, de 30 de agosto, sobre determinación de mínimos exigibles a los productores hortofrutícolas, uniéndose en uno sólo los siguientes grupos: «frutas variadas», «frutos cítricos» y «hortalizas».

Como consecuencia de esta acción se ha acelerado el ritmo de calificación de APA, como puede observarse en el gráfico.



2.2. Entidades calificadas y su distribución

Las actividades de la Administración Central han sido complementadas y coordinadas con las desarrolladas por las unidades correspondientes de las Comunidades Autónomas, habiéndose calificado 64 nuevas APA que tienen la siguiente distribución por sectores y por Comunidades Autónomas.