
- *Divulgación de normas*

Otra faceta de la normalización abordada en el año 1989, continuando la labor emprendida en etapas anteriores, fue la divulgación de las Normas entre profesionales y personas interesadas en los sectores productor y comercial de frutas y hortalizas.

Como en años anteriores se procedió a la edición de publicaciones y su distribución a través de las Comunidades Autónomas, quienes las difunden entre las agrupaciones de productores, mercados en origen, centrales hortofrutícolas, minoristas y, en general, todos los implicados en el proceso de comercialización.

Estas publicaciones están compuestas principalmente de una serie sencillas denominadas trípticos y otras más detalladas y explicativas conocidas como folletos. De los primeros, durante 1989, se han editado 100.000 ejemplares, repartidos entre los productos: espárrago, aguacate, melocotón y pepino. El número de ejemplares de folletos asciende a 10.000 repartidos entre los productos: espárrago, aguacate, fresón y pepino.

Como complemento de divulgación de la normalización se ha confeccionado un video, con carácter general, sobre normalización hortofrutícola y se continúa con los trabajos casi finalizados, de otro video con carácter monográfico sobre la normalización de pera y manzana.

El papel fundamental de estos videos es su exhibición en Ferias Nacionales e Internacionales y en los cursos que se organizan sobre la calidad de alimentos.

El video sobre normalización hortofrutícola se ha distribuido a las Comunidades Autónomas de Cataluña, Valencia y Andalucía, a los Ministerio de Sanidad y Consumo (CIOA. Instituto Nacional de Consumo) y al de Economía y Hacienda; a diversas Centrales Hortofrutícolas ubicadas en las provincias de Lérida, Alicante, Huelva y Almería, así como a grandes centros comerciales de Madrid, TVE y a diversos Organismos Oficiales.

VI.5. ORGANIZACION DE CENTROS DE CONTRATACION: MERCADOS EN ORIGEN (GRUPO MERCO)

La actividad de la Empresa Pública, Mercados en Origen, S. A. (MERCO) y las sociedades integradas en el grupo en 1989, han mantenido la línea de

actuación seguida en los últimos años, lo que le ha permitido convertirse en una de las empresas más importantes del sector agroalimentario español.

En 1989 el Grupo MERCO ha alcanzado una facturación superior a los 60.000 millones de pesetas, manteniendo un volumen de comercialización de productos próximo a 1.250.000 tm., continuando así su trayectoria de buenos resultados y competitividad en el mercado.

La División Hortofrutícola ha continuado su línea de desarrollo, con un volumen de 180.000 tm. de frutas y hortalizas transaccionadas y casi 8.000 millones de pesetas de facturación. A nivel de volúmenes mantiene una cierta estabilidad, si bien cualitativamente ha avanzado notablemente, adecuándose a las nuevas tendencias de los mercados consumidores.

La División de Aceites ocupa el primer lugar por facturación dentro de la actividad general del grupo con 20.000 millones de pesetas y un volumen de productos que supera las 100.000 toneladas. La política de calidad seguida, la importante presencia de la compañía en origen y su estrecha vinculación comercial e institucional con las cooperativas productoras, ha permitido ampliar la presencia de los productos de la división en las más importantes cadenas de distribución y centrales de compra de España, manteniendo por consiguiente una significativa cuota de mercado, tanto en el segmento de aceites de oliva como en el de girasol.

La División de Cereales y Leguminosas sigue siendo la primera en volumen de productos transaccionados, con más de 700.000 tm. y una facturación aproximada de 18.000 millones de pesetas. Por su importancia merece destacarse la actuación de MERCO en el sector del maíz extremeño, ya que en la última campaña alcanzó un volumen de 300.000 tm., convirtiéndose en la primera empresa cerealista de esta Comunidad Autónoma.

La División de Oleaginosas y Algodón sigue experimentando un desarrollo creciente, ocupando el tercer lugar en la actividad del grupo, con una facturación de 10.000 millones de pesetas aproximadamente, y un volumen de productos de 120.000 tm. En el sector del algodón MERCO alcanzó una producción de 30.000 tm. de producto desmotado, manteniéndose como uno de los primeros operadores nacionales, con una cuota de 16%.

La División de Suministros continúa incrementando su actividad en la línea de ascenso seguida en los últimos años. En 1989 el volumen de productos suministrados a las cooperativas colaboradoras superó

las 140.000 tm., mientras que la facturación alcanzó los 5.000 millones de pesetas.

VI.6. ORGANIZACION DE CENTROS DE CONTRATACION: MERCADOS EN DESTINO (RED MERCASA)

Los volúmenes comercializados por el conjunto de la Red de los Mercas aparecen, por grupos de productos y expresados en toneladas, en el cuadro 8.

CUADRO 8
VOLUMENES COMERCIALIZADOS POR LA RED MERCASA

Grupos de productos	Tm. comercializ. por MERCASA, en 1989	Δ 89/88
Frutas y hortalizas	3.421.468	105
Frutas	1.823.901	105
Hortalizas	1.251.401	104
Patatas	345.666	105
Pescados	438.397	106
Pescado fresco	229.533	105
Marisco fresco	86.564	103
Congelados	122.500	112
Carnes	83.487	112
Vacuno	39.338	110
Ovino	12.169	103
Porcino	31.428	119
Equino	552	74

En el grupo de frutas y hortalizas destaca el aumento del 4% en hortalizas, aumentando también las frutas un 5% y patatas en un 5%.

En cuanto al grupo de pescados es interesante observar que continúan las tendencias al aumento de las ventas del congelado (12%) y de pescado fresco y marisco fresco.

En el grupo de carnes el balance que presentan los mataderos de la Red ha resultado muy positivo, al haberse obtenido un crecimiento en conjunto del 12%.

El incremento de 1989 se debió fundamentalmente a la favorable evolución de los sacrificios de porcino que se incrementaron en un 19%, de vacuno, que sube un 10%, y de ovino, que aumenta un 3%, habiendo descendido los sacrificios de equino, en un 26%, respecto a 1989.

En el año 1989 la actividad de los productores dentro de la Red Mercasa se caracterizó por:

— Un leve descenso del 3,6% de los volúmenes comercializados.

— Una cuota de participación del 10,3% en el total de hortalizas, incluido patatas, comercializadas en la Red, mientras que en los dos años anteriores dicha cuota fue del 11,2% en 1988, y del 10,3% en 1987.

— Una cuota del 18,7% en el total de las operaciones comerciales que se realizaron dentro de los mercados en los que efectúan sus ventas, frente a las cuotas del 20,3% en 1988 y del 19% en 1987.

VI.7. PROMOCION Y GESTION DE RELACIONES COMERCIALES: APLICACION DEL REGIMEN CONTRACTUAL A LOS PRODUCTOS AGRARIOS

7.1. Introducción

La evolución del régimen contractual desde el año 1985, en el que surgió el primer Acuerdo Colectivo de mandarina Satsuma para industria, hasta el momento actual, ha sido notable. Esto ha generado un movimiento económico importante, iniciándose con aquellos productos para los que la CEE exige la existencia previa de un contrato para la concesión de ayudas a la transformación de los mismos, trascendiendo más tarde a otros sectores para los que se ha demostrado que el sistema de contratos es eficaz a la hora de estabilizar mercados, asegurar la renta de los agricultores y garantizar el suministro de materia prima en cantidad y calidad a la industria agroalimentaria.

En efecto, durante el año 1989 se consolida la tendencia apuntada ya en años anteriores, ampliándose tanto el número de sectores como, lógicamente, el de productos integrados en el sistema de contratación; integrándose además sectores totalmente nuevos, tales como productos con Denominación de Origen, sector vitivinícola, aceites, etc., en un camino que abre perspectivas de cara a una apuesta clara por la calidad agroalimentaria (gráfico 2, cuadros 9 y 10).

Esta progresión ha alcanzado tanto al número de productos como al ámbito geográfico ya que en la actualidad el sistema de contratación agraria se encuentra asentado en 12 comunidades autónomas y 36 provincias.