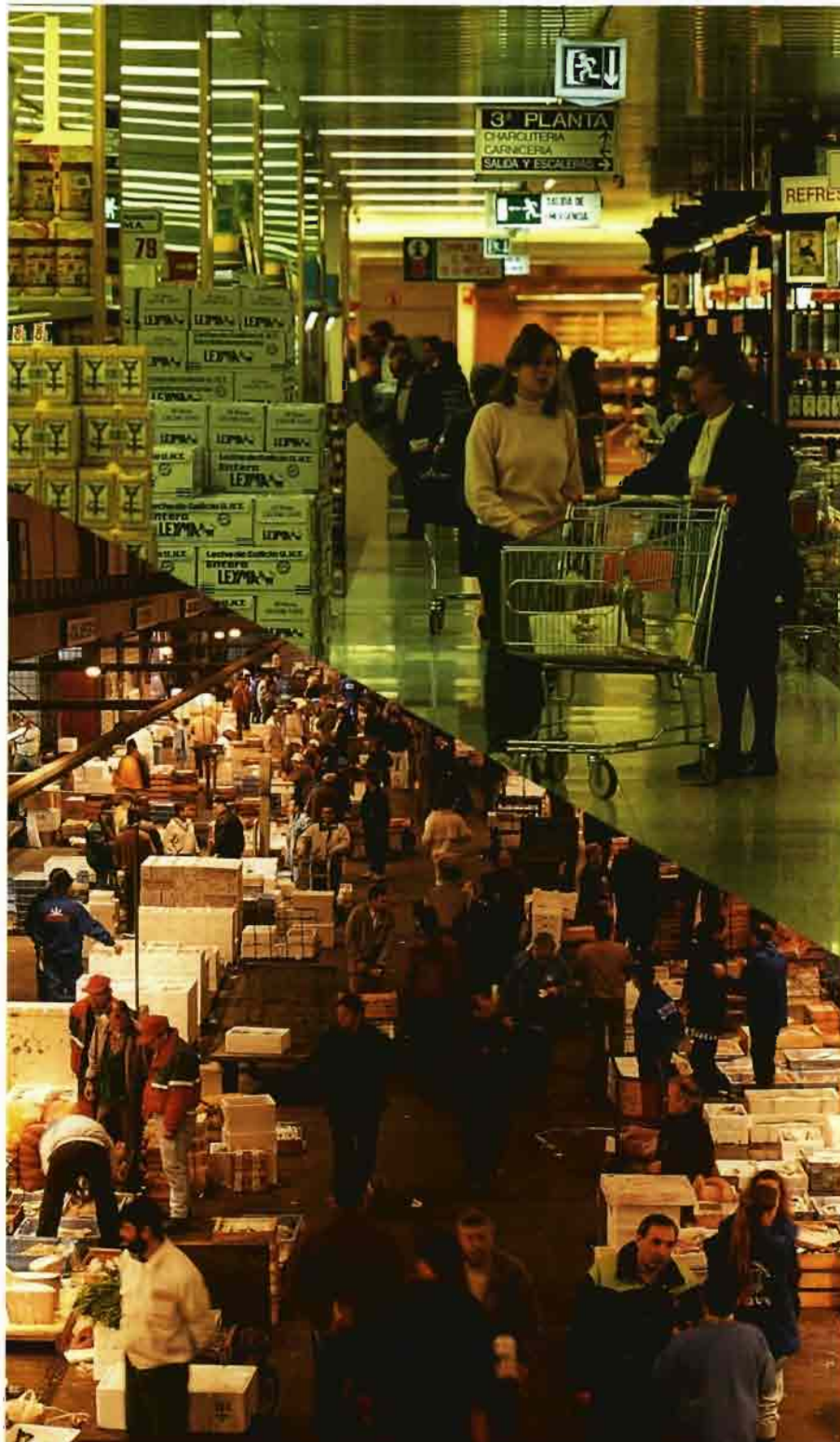


COMERCIALIZACIÓN AGRARIA



VI. COMERCIALIZACIÓN AGRARIA

VI.1. CONSIDERACIONES GENERALES

La comercialización agraria, como nexo de unión entre la producción y el consumo, mantiene en la actualidad deficiencias que dificultan su competitividad y tensionan los mercados de productos agrarios.

Por ello, es necesario mejorar la comercialización en origen y así se podrá elevar la renta del sector agrario. Asimismo, es necesario acercar a los productores y consumidores, siendo la concentración de la oferta y la normalización de los productos agrarios factores fundamentales que permiten una mayor transparencia del mercado.

La experiencia recogida a través de las acciones desarrolladas en este ámbito del sistema agroali-

mentario, tanto en nuestro país como en los demás países de la Unión Europea, pone de manifiesto la necesidad de la ordenación de la comercialización, para conseguir mejorar la renta de los productores y consumidores, manteniendo la estabilización de los mercados. Esto comporta el desarrollo de las siguientes actuaciones:

- a) Organización técnica y económica de los productores agrarios mediante la constitución de entidades asociativas de producción y comercialización en común.
- b) Formación comercial y gerencial de los productores agrarios.
- c) Mejora de la calidad de los productos agrarios mediante la introducción de técnicas de normalización y tipificación.

- d) Organización y desarrollo de centros de contratación, en mercados en origen, mercados de ganados, mercados de destino y otros centros de comercialización como lonjas y alhóndigas.
- e) Planificación y gestión de relaciones comerciales, organizando conciertos de comercialización como acuerdos interprofesionales, acuerdos colectivos y realización de contratos homologados.
- f) Organización y mejora de los sistemas de información de precios y mercados agrarios.
- g) Regulación y mejora de los mecanismos de intervención de los mercados de productos agrarios, con objeto de garantizar una mayor rentabilidad a los productores y el abastecimiento del mercado consumidor.

A continuación se describen las acciones desarrolladas por el Departamento en el ejercicio 1995 en el ámbito de la comercialización agraria y, en el marco de las empresas asociativas agrarias, como tejido empresarial básico del sector agroalimentario.

VI.2. AGRUPACIONES DE PRODUCTORES AGRARIOS

Con la Ley 29/1972, de 22 de julio, se establece en España el marco jurídico necesario para la constitución de Agrupaciones de Productores

Agrarios (APA) orientadas al fomento del asociacionismo agrario.

Los objetivos que se pretenden 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 aprobación de la Ley y su Reglamento General hasta el 31 de diciembre de 1995, están calificadas 317 Agrupaciones de Productores Agrarios (cuadro n.º 1).

A partir de la campaña 1983/84 se desarrolla, en colaboración con las Comunidades Autónomas, una intensa actividad de promoción en el sector agrario para la constitución y 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 CE, a través de la Organización Común del Mercado para las frutas y hortalizas frescas, publicándose el RD 1706/84, de 30 de agosto, sobre determinación de mínimos exigibles a los productores hortofrutícolas, estableciendo un solo grupo para «frutas varias», «frutas cítricas» y «hortalizas».

El total de Agrupaciones de Productores Agrarios calificadas según la Ley 29/1972 es de 317 e integran 169.023 empresas agrarias que operan en 8 sectores diferentes. El 58% de las APA pertenecen al sector hortofrutícola, el 17% al sector bovino y el 12% al sector de cereales, como más relevantes (cuadro n.º 2).

Cuadro n.º 1

EVOLUCIÓN DE LAS ENTIDADES POR GRUPOS DE PRODUCTOS Y POR APA CALIFICADAS SEGÚN LA LEY 29/1972 A 31 de diciembre de 1995

Grupos de productos	1974-86		1987		1988		1989		1990		1991		1992		1993		1994		1995	
	T	A	T	A	T	A	T	A	T	A	T	A	T	A	T	A	T	A	T	
Hortofrutícolas	141	34	175	6	181	4	185	2	187	-	187	-	187	-6	182	-2	180	0	180	
Frutos secos	6	1	7	-	7	-	7	-	7	-	7	-	7	-	7	-1	6	0	6	
Aceituna de mesa ...	3	2	5	-	5	-	5	1	6	-	6	-	6	-	6	0	6	0	6	
Aceituna almazara	-	2	2	4	6	1	7	1	8	-	8	-	8	-1	7	0	7	0	7	
P. ganado bovino ...	22	7	29	14	43	8	51	3	54	-	54	-	54	0	54	-1	53	0	53	
P. ganado ovino ...	7	3	10	5	15	5	20	1	21	-	21	-	21	-	21	0	20	0	20	
P. ganado caprino ...	1	3	4	-	4	1	5	1	6	-	6	-	6	-	6	-1	5	0	5	
Flores	3	-	3	-	3	1	4	-	4	-	4	-	4	-	4	0	4	0	4	
Cereales	-	15	15	17	32	5	37	2	39	-	39	-2	37	-	37	0	37	-1	36	
Totales	183	67	250	46	296	25	321	11	332	0	332	-2	330	-7	323	-5	318	-1	317	

A = Aumento anual.

T = Total acumulado.