

VI. COMERCIALIZACIÓN AGRARIA

VI.1. CONSIDERACIONES GENERALES

La comercialización agraria, como engarce 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.

A continuación se describen las acciones desarrolladas por el Departamento en el ejercicio 1996

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.

El total de Agrupaciones de Productores Agrarios calificadas según la Ley 29/1972 es de 317 en la actualidad e integran 169.023 empresas agrarias