

## Cooperativas agroalimentarias: desarrollo, mantenimiento y preservación del medio rural

**A partir de 2010 van a convivir en España dos versiones diferentes de políticas en favor del desarrollo rural. La que se viene aplicando desde Bruselas, conocida como segundo pilar de la PAC y financiada a través del Fondo Europeo Agrario de Desarrollo Rural (FEADER); y una iniciativa de carácter estatal, derivada de la Ley 45/2007 para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural, que se aplicará con el Programa de Desarrollo Rural Sostenible durante el quinquenio 2010-2014**



La primera, cuenta con una larga trayectoria de aplicación en España, forma parte de la política agraria europea y es principalmente un instrumento de mejora de las estructuras y medios productivos de materias primas agrarias y alimentos. También es una herramienta de compensación a los agricultores y ganaderos por producir de una determinada forma más orientada a la protección medioambiental o por mantener la actividad en zonas con dificultades naturales o de población. Adicionalmente atiende a otros aspectos no estrictamente vinculados a la actividad agraria y sí a los territorios en que se desarrolla, intentando fomentar la diversificación de actividades económicas y la calidad de vida en los pueblos.

La segunda, responde al reto de asumir una política propia y específica para el medio rural. Tiene un enfoque territorial, ya que se aplicará a través de los Planes de zona en una serie de zonas rurales previamente delimitadas y calificadas; y vocación multisectorial, al menos en su diseño, porque engloba prácticamente todas las disciplinas que pudieran afectar a dichas zonas rurales (agricultura territorial, diversificación económica, agua, TICs, vivienda, seguridad ciudadana, educación, cultura, sanidad, etc.).

Por lo tanto, la apuesta española para el medio rural podría considerarse como un complemento –si bien con un enfoque más amplio– de lo que ya teníamos y, a la vez, una incógnita en la medida en que no existe una experiencia similar previa en aplicación de políticas que pretenden involucrar a una gran cantidad de actores y administraciones

coordinadamente. Nada más y nada menos que 15 Ministerios pilotados por el extinto de agricultura, las 17 CCAA y las administraciones locales; sin menoscabo de la imprescindible implicación de los destinatarios de estas políticas: los habitantes y visitantes del territorio rural.

Al mismo tiempo, el gasto público derivado de la política europea supone 16.293 millones de euros para un periodo de 7 años (2.327 M€/año) mientras que la política rural propia supondrá 2.580 millones de euros durante 5 años (516 M€/año). Más concretamente, en el caso de FEADER, el 62% del montante total se destinará a: realización de inversiones en instalaciones de la industria agroalimentaria (el 15%), compromisos agroambientales de los productores (el 13,5%), mejora y desarrollo de infraestructuras relacionadas con la actividad agraria (principalmente regadíos, el 11,5%), realización de inversiones para modernizar las explotaciones (el 10,5%), al pago compensatorio de indemnizaciones a los agricultores y ganaderos por tener sus explotaciones en zonas desfavorecidas y a la incorporación de jóvenes a la actividad productiva agraria. Es decir, la nada desdeñable cifra de 9.126 millones de euros de dinero público se reserva para apoyar la mejora y sostenimiento de las estructuras productivas agroalimentarias de nuestro país a través de una política de desarrollo rural con mayúsculas.

El apoyo a la realización de inversiones para la mejora de las condiciones de transformación y comercialización en las empresas del sector agroalimentario constituye uno de los



medios más adecuados para mejorar la competitividad de éstas y aumentar el valor añadido de la producción. Tanto es así que si analizamos los dos periodos de programación de la política de desarrollo rural de la UE, el 2000-2006 (16,8% del presupuesto total) y el 2007-2013 (12,1% del presupuesto total), se consolida en el actual periodo como la más importante en nuestro país.

Igualmente, la inversión es un elemento fundamental en el desarrollo agroindustrial, y el análisis de sus componentes y objetivos constituye un atractivo campo de estudio. En este sentido, se puede decir que de los 6.860 millones de euros invertidos en 2000-2006, de los que el 75% fue aportación privada, principalmente se hicieron esfuerzos en: mejorar los procedimientos de transformación (41%), orientar la producción según las tendencias del mercado (19%) y mejorar y controlar la calidad (15%).

Independientemente del instrumento político de desarrollo rural de que se trate, existe en España un colectivo que es parte importante del tejido productivo agroalimentario. Se trata de lo que habitualmente denominamos como Entidades Asociativas Agrarias, entre las que están Cooperativas Agrarias y SAT, entre otras. De acuerdo con el Observatorio Socioeconómico del Cooperativismo Agrario Español, hay 3.989 cooperativas en nuestro país que generan aproximadamente una cifra de negocio de 19.000 millones de euros. Respecto al empleo, las cooperativas agroalimentarias representan una cuarta parte de los empleos en el sector de la agroindustria española, con 94.156 empleados.

Sin duda, el colectivo de Entidades Asociativas Agrarias asociadas en **Cooperativas Agro-alimentarias** (2.840) se caracteriza por su amplia implantación en el territorio rural a lo largo de toda la geografía española. Según las nuevas definiciones de la ley para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural (municipios con densidades menores de 100 habitantes por km<sup>2</sup> y poblaciones menores de 30.000 habitantes), se puede afirmar que el 70,5% de las cooperativas de primer grado se encuentran en municipios rurales, estando localizadas más de la mitad de éstas (el 54,6%) en municipios menores de 5.000 habitantes y el 62,2% en municipios de menos de 10.000 habitantes.

La implicación de las Entidades Asociativas Agrarias en el medio rural tiene como origen fundamental su actividad económico-empresarial, a caballo entre el sector primario agrario y el secundario alimentario. Pero además, son empresas que tienen un marcado papel social por su propia naturaleza (no olvidemos que los productores son los propietarios de las mismas), que las convierten en instrumentos óptimos para el mantenimiento y desarrollo del medio rural, así como en estructuras de referencia en numerosos pueblos a los que están inevitablemente ligadas.

Igualmente, el movimiento cooperativo agroalimentario en España tiene una fuerte impronta de implicación con el socio que puede contribuir muy positivamente a generar la ampliación de la prestación de servicios, que inicialmente hace al socio, a su población y territorio de influencia. Como ejemplo de esto se puede mencionar el fenómeno de las tiendas coopera-

tivas, el de las estaciones de servicio, la prestación de servicios de asesoramiento técnico en las explotaciones de los socios o la intermediación en los servicios de sustitución en los sectores ganaderos.

El hecho de ser entidades fuertemente implantadas en las zonas rurales, con intereses económicos y sociales, las compromete irremediablemente con el progreso y mantenimiento de las zonas rurales. Por lo tanto, hablar de cooperativismo y desarrollo rural es hablar de: agroalimentación, concentración y ordenación de los medios de producción, aumento del valor añadido de las producciones, vinculación y apuesta por el territorio, y sobre todo unión de personas para acometer actividades conjuntamente.

Pero también, debido al peso de los factores humano y territorial, este colectivo puede jugar un papel importante como agente dinamizador, haciendo labores de sensibilización y formación, participación en acciones conjuntas con otros agentes y desarrollo local o comarcal e intercooperación.

Por último, merece la pena destacar el amplio recorrido que queda por hacer en el terreno de la terciarización de la actividad de las cooperativas. La introducción de servicios ambientales, como puede ser la gestión colectiva de las medidas agroambientales o la incorporación de servicios relacionados con las nuevas tecnologías, así como los relacionados con el sector de la dependencia, son buenos ejemplos de nuevas actividades económicas complementarias a su actividad principal, que adicionalmente cumplirían con otras necesidades de la población rural o las expectativas de ocio y disfrute de sus visitantes ■

# Las Cooperativas con “C” de calidad

Estos dos últimos años han estado marcados por la reflexión en materia de calidad. Aspectos como proliferación, carencia de valor, falta de protección internacional y, aún con más fuerza, deficiencias en promoción, comunicación y educación en relación con la calidad agroalimentaria, han salido a la palestra, en el análisis iniciado en 2008 con la publicación por la Comisión Europea del Libro Verde sobre la Calidad de los Productos Agrícolas y la Comunicación posterior

## Calidad agroalimentaria

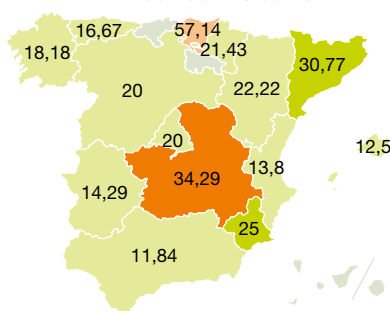


cooperativas agro-alimentarias

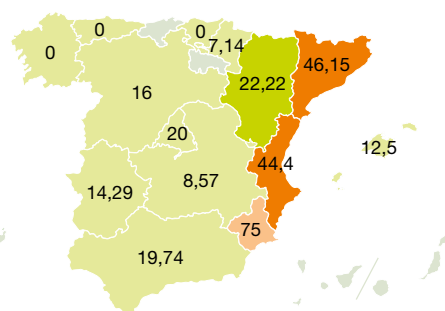
> somos futuro

El 20,33% de las cooperativas de 1º de Cooperativas Agro-alimentarias (>1M€) comercializan productos bajo lábel de calidad tipo DOP, IGP, ETG o Marcas. El 23% lo hacen bajo estándares privados internacionales o producción integrada.

Cooperativas de 1º (>1M€) que comercializan con lábel tipo DOP, IGP, ETG, Marca de Garantía, Marca Colectiva u otras



Cooperativas de 1º (>1M€) que comercializan bajo certificación BRC, IFS, Globalgap, P.I. u otros



Datos expresados en porcentaje de cooperativas sobre el total.  
Fuente: Cooperativas Agro-alimentarias, OSCAE.

El Libro Verde sobre la Calidad de los Productos Agrícolas de la Comisión europea ha dejado claro que la calidad es la clave del esfuerzo común para orientar el futuro del sector agrario de la UE. Contamos con un amplio patrimonio cultural agroalimentario de alta calidad pero que debe competir en el mercado con las importaciones, de modo que debe dotársele de la protección de que es merecedor, sobre todo en las negociaciones multilaterales.

Es preciso que el sector productor tome parte en el diálogo y colabore en el establecimiento de nuevas estrategias y criterios que marquen las propuestas del nuevo marco legislativo de calidad agroalimentaria europea, que está próximo a ser redactado.

Otro de los puntos importantes en el debate europeo ha sido el análisis de las principales amenazas y oportunidades a las que se ven sometidos los esquemas de calidad. No hay opción a que desaparezcan, dado que se trata de instrumentos de alto interés para el impulso de la política de calidad, pero es importante

que, para su supervivencia, se haga un profundo replanteamiento de los mismos o, al menos, que sean establecidos unos criterios básicos a nivel europeo de manera que se les dote de consistencia, credibilidad y las debidas garantías al consumidor.

Las organizaciones de productores son capaces de garantizar el éxito en la implantación de estos esquemas de calidad, ya que pueden controlar la producción a nivel global de todos sus socios garantizando de primera mano los principales aspectos de la calidad agroalimentaria de sus producciones con el soporte técnico que ello conlleva. Cuentan con profesionales que enriquecen el proceso con la experiencia del día a día en el asesoramiento directo al socio y, por ende, a la cooperativa.

La Unión Europea debe abogar por la promoción, información y educación de los consumidores acerca de los productos y los esquemas de calidad. Se trata de un punto crítico para el reconocimiento de los esfuerzos que realiza el productor en el

mantenimiento de sus producciones de calidad, eso sí, buscando el equilibrio entre los costes de los sistemas de calidad y el valor añadido aportado por los mismos.

Según palabras de la anterior Comisaria de Agricultura en la Conferencia celebrada en marzo de 2009 en Praga sobre el futuro de la Política de Calidad de los productos agroalimentarios, en los sistemas de calidad están envueltos todos los eslabones de la cadena alimentaria, pero existe el peligro de que el productor se vea marginado, por lo que debemos asegurarnos de que los productores pueden sacar el mayor beneficio de ellos y pueden trasladar el mensaje al consumidor final. El uso de estos esquemas debe servir para cosechar frutos de su trabajo.

## Las cooperativas agroalimentarias y las marcas de calidad

Las cooperativas agroalimentarias, a lo largo de su trayectoria, siempre han ido dando pasos en la mejora

de sus producciones y su posicionamiento en el mercado. Así, muchas de ellas han impulsado la creación de marcas de calidad reconocidas a nivel europeo como Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP), entre otras. Por no hablar de las que han optado por el etiquetado facultativo de carne de ternera o las que han querido profesionalizar su manera de producir con la implantación del Referencial de Leche de Vaca Certificada de Cooperativa o el Reglamento de Certificación del Etiquetado Facultativo de Carne de Cordero que está actualmente en sus últimas fases de redacción.

El pasado año celebrábamos el II Encuentro de Calidad Cooperativa, animados en esta ocasión por la necesidad de poner en conocimiento la realidad del sector en este ámbito y sus nuevas perspectivas. Así, aprovechamos la ocasión para poner sobre la mesa, y merece la pena resaltarlo en la reflexión que nos ocupa, un análisis del estado en las cooperativas agroalimentarias desde el punto de vista de la certificación en relación con la agroalimentación, ya se trate de esquemas del ámbito voluntario regulado como DOP, IGP o ETG, o del ámbito privado como BRC, IFS o GLOBALGAP, y desde los aspectos de calidad empresarial.

Según datos del Observatorio Socioeconómico del Cooperativismo Agrario Español (OSCAE), las cooperativas agroalimentarias gozan de una posición aventajada en cuanto a comercialización de productos bajo lábeles de calidad como las DOP's, IGP's y ETG's, contando en 2007 con un 20,33% sobre el total, y esquemas del tipo BRC, IFS, GLOBALGAP y Producción Integrada, con un 23%.

Si hablamos de calidad empresarial, en cuanto a sistemas de gestión, un 26,55% cuentan con certificación de su sistema de calidad bajo la norma de gestión de calidad ISO 9001 y un 5,82% ha apostado por certificar bajo ISO 14001 su sistema de gestión medioambiental. Si efectuamos además una comparación con los datos disponibles de certificación de estos sistemas en la industria ali-

mentaria, en 2005, sólo un 5,03% de industrias alimentarias disponían de certificado ISO 9001 y un 0,82% se habían certificado bajo ISO 14001. Concluyendo, por tanto que, a pesar de no tratarse en este caso de datos actualizados, las empresas cooperativas están convencidas de que la satisfacción de las demandas del consumidor pasa por producir bajo criterios de calidad y medioambientales, además de que ahora se ha añadido el concepto de "producidos de manera responsable".

Estamos bien posicionados, pero es preciso que abogemos por la armonización de los esquemas y, sobre todo, por la consecución del equilibrio en el peso de los eslabones de la cadena agroalimentaria y que no se destaque el de alguno de ellos, sino que exista una colaboración mutua.

### Nuestra apuesta por el Referencial de Leche de Vaca Certificada de Cooperativa

Este documento se comenzó a gestar en 2002 con la intención de dotar al sector de una herramienta de diferenciación por calidad de la producción láctea cooperativa. En el contexto normativo de los últimos años, ya tratándose a los productores como los primeros operadores de la cadena alimentaria y, en definitiva, como productores de alimentos, ha sido preciso establecer sistemas de autocontrol y habilitar medidas para garantizar aspectos como la seguridad alimentaria, el bienestar animal, y adecuadas prácticas higiénicas de producción, entre otros. Todo ello aderezado además con la realidad del mercado, en que las exigencias también han ido en aumento. Por ello, el sector cooperativo optó por la diferenciación de su modelo de producción a través de la certificación externa de este referencial.

La gestión cooperativa tiene claros elementos que las distinguen como para evidenciarlos en un documento normativo de Calidad, más aún, cuando elementos como la comercialización en común o la integración de los servicios de asesoramiento técnico y veterinario, característicos

de la organización cooperativa, son agentes facilitadores para implantar marchamos de Calidad.

Tras intensos años de trabajo en la implantación y adecuación del documento a la realidad del sector, a finales de 2006 se concedió el primer certificado a la cooperativa gallega Os Irmandiños y hoy son 9 las cooperativas que engloban a más de 200 explotaciones, las que están certificadas. Además de otras tantas que están trabajando para engrosar en breve esta lista, tanto en la comunidad gallega como en Andalucía, Cataluña y País Vasco.



**CERTIFOOD**

GARANTÍA DE CALIDAD PARA EL SECTOR AGROALIMENTARIO

### CERTIFOOD, garantía de calidad para el sector

En relación con la certificación, desde Cooperativas Agro-alimentarias y varias Federaciones, nos hicimos cargo de la entidad de certificación CERTIFOOD que, trabaja por y para el sector agroalimentario, y ayuda a dotar de transparencia al mercado reforzando las garantías de calidad y seguridad alimentaria a través de la certificación de empresas y productos del sector.

Desde sus inicios, tuvo claro, entre sus objetivos prioritarios, trabajar bajo esquemas acreditados. La acreditación es la herramienta establecida a escala internacional para generar confianza sobre la actuación de este tipo de entidades. Su objetivo principal es poder demostrar a la sociedad que los productos y servicios puestos a su disposición son conformes con ciertos requisitos relacionados generalmente con su Calidad y la Seguridad.

Así hoy, fruto de su esfuerzo y profesionalidad, CERTIFOOD cuenta con seis acreditaciones: E.T.G. "Jamón Serrano", Norma de Calidad de "Productos Ibéricos", Stándar "BRC", Protocolo "Global GAP", Protocolo "Naturane" de ANECOOP y la última conseguida,



## Calidad empresarial



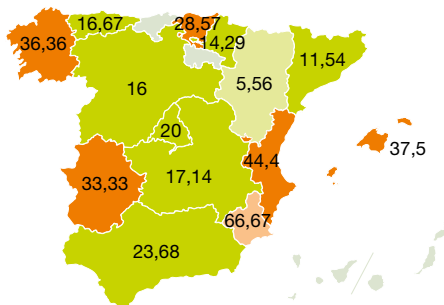
> somos futuro

Un 26,55% de las cooperativas de 1º de Cooperativas Agro-alimentarias (>1M€) disponen de certificación de sistemas de gestión tipo ISO 9001, y un 5,82 de sistema de gestión medioambiental tipo ISO 14000 o EMAs.

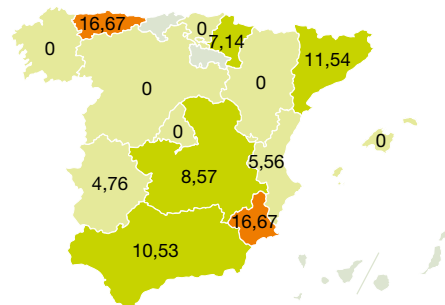
Datos expresados en porcentaje de cooperativas sobre el total.

Fuente: Cooperativas Agro-alimentarias, OSCAE.

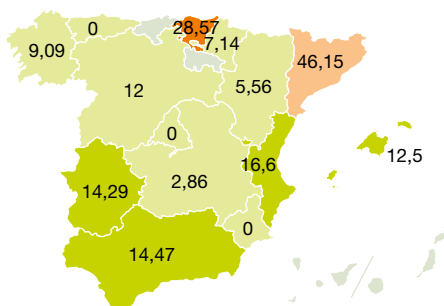
Certificación en calidad (ISO 9000, ISO 22000 o similar) en cooperativas de 1º (>1M€)



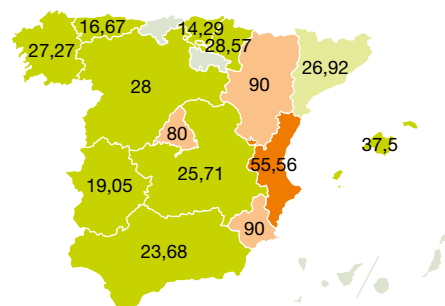
Certificación medioambiental (ISO 14001, EMAs, o similares) en cooperativas de 1º (>1M€)



Otras certificaciones (EFQM, OHSAS 18001, RSE u otras) en cooperativas de 1º (>1M€)



Cooperativas con trabajadores en calidad en cooperativas de 1º (>1M€)



Producción Integrada. Además, trabaja en otros alcances que, siguiendo la dinámica de los anteriores, optarán por su acreditación.

### La vista puesta en la calidad empresarial

Estamos convencidos de que es de vital importancia trabajar, tanto en la dimensión de calidad de producto como de empresa, a través de la Responsabilidad Social Empresarial, (RSE) y la excelencia empresarial, porque nuestra calidad "interna" también redundará en la de nuestros productos y en la satisfacción de nuestros clientes. Estos conceptos se han introducido en el lenguaje empresarial en los últimos años y las cooperativas lo han ido y lo van adoptando como puntos clave en su cultura empresarial.

Desde la visión de la RSE, dada la especial idiosincrasia de las cooperativas, su composición social, valores como la igualdad, la propiedad colectiva del capital y su arraigo en el territorio, entre otros, les confiere ventajas comparativas en éste ámbito, facilitan-

do así la creación de una cultura empresarial orientada a estos valores.

La RSE da un nuevo enfoque a la gestión empresarial, tanto desde el punto de vista metodológico como conceptual. Aspectos que hasta ahora no se consideraban relevantes y no se medían han salido al paso y ya se les está dando valor ya que, no hay que olvidar que la RSE contempla tres dimensiones bien diferenciadas pero integrables en su totalidad: medioambiental, social y económica.

En Cooperativas Agro-alimentarias estamos trabajando en posibilitar que las cooperativas desarrollen sus memorias de sostenibilidad y puedan plasmar en ellas los hitos conseguidos. Hemos puesto a su disposición la herramienta RSE.COOP desarrollada en el seno de la economía social, resaltando sus valores pero además de acuerdo a los indicadores de Global Reporting Iniciative, (GRI), internacionalmente reconocido.

En materia de excelencia empresarial, de igual forma se destaca la apuesta de las cooperativas. Destacable el esfuerzo llevado a cabo por

la cooperativa OVIARAGÓN-PASTORES, recompensado en 2007 por el Premio a la Excelencia Empresarial en Aragón, el modelo COROPORALIA de Gestión Excelente de Cooperativas de Castilla-La Mancha y el proyecto que ha puesto en marcha la cooperativa ANECOOP para realizar una autoevaluación en base al modelo EFQM ■

Debemos ser conscientes de que, como productores, formamos parte de una cadena que empieza en el consumidor, que nuestro objetivo debe ser entender las necesidades de los diferentes agentes de la cadena y que nuestra decisión estratégica es la de determinar en qué vamos a competir y saber renunciar a lo que no se adapte a nuestra misión. Estas premisas han de fundamentar el desarrollo de nuestras actividades en materia de calidad, en las que seguiremos trabajando, para incorporar en el lenguaje cooperativo conceptos que permitan orientar al mercado en mayor medida a las cooperativas agroalimentarias ■

# AgroCaixa

Domiciliación de la PAC



Lléveselos,  
de regalo\*

**Ahora es  
el momento**

Domicilie su PAC en "la Caixa" y empiece a beneficiarse de las interesantes ventajas de AgroCaixa. Podrá disponer del importe de su ayuda desde el primer día y,

además, se llevará un práctico set de afilador y cuchillo, de regalo\*. **AgroCaixa, impulso rural.**

**¿Hablamos?**



[www.lacaixa.es/agrocaixa](http://www.lacaixa.es/agrocaixa)

 **"la Caixa"**

## Formación en la empresa

En estos momentos de crisis mundial, hay un total acuerdo en que la formación es imprescindible ya que permitirá el desarrollo de los países, al mejorar y adecuar las competencias de los trabajadores para conseguir un cambio de modelo productivo que exige nuevas competencias profesionales y aprendizajes permanentes

Según los expertos, la tendencia es ir a un modelo productivo en el que el empleo cualificado en la Unión Europea crecerá (del 73 al 82%) y el poco cualificado disminuirá (del 27 al 18%), lo que exigirá un esfuerzo continuo de adecuación para garantizar la competencia profesional y la cohesión social.

El camino recorrido en España en los últimos años en materia de forma-

ción es positivo, pero hay que seguir avanzando para mejorar resultados.

Según datos de Eurostat 2007, España estaba en el puesto 33 en la relación entre los países más competitivos y el número de profesionales que realizaban actividades de aprendizaje que era del 32%. Es evidente que para avanzar en competitividad en nuestro país, tiene que aumentar el número de trabajadores formados. Por ejemplo Suecia

ocupaba el cuarto puesto y su porcentaje en formación alcanzaba el 78%.

En la era del conocimiento y la globalización las personas son los activos más importantes del sistema productivo y social. Hay que aumentar la empleabilidad y competitividad de los trabajadores y para ello es imprescindible la formación en todos los ámbitos de las cooperativas, desde los socios a los directivos, pasando por todo el personal técnico.

**Cooperativas Agro-alimentarias** considera imprescindible mejorar la formación, cualificación y profesionalidad de todos los agentes responsables de la gestión y decisión en las cooperativas, tal como lo ha establecido el plan estratégico.

### Jornadas sectoriales

En colaboración con las FUTs se realiza anualmente un plan formativo nacional en base al Convenio Específico de colaboración con el MARM para el desarrollo de actuaciones en materia de formación, dirigidas principalmente a rectores, gerentes y técnicos y socios de cooperativas agroalimentarias. Además de la realización de las jornadas de carácter sectorial, desde **Cooperativas Agro-alimentarias** se ha incidido en el fomento de la intercooperación, la innovación y la transferencia tecnológica, la competitividad y el funcionamiento de las cooperativas como sistemas empresariales eficientes.

### Formación para la alta gestión

Con el MARM también colaboramos con un Convenio Específico para el desarrollo de actuaciones formativas en materia de Alta Gestión para di-



rectivos y rectores de Cooperativas agrarias. Mediante este Convenio se subvencionan estudios especializados de Alta Gestión, realizados en Universidades y/o Escuelas de Negocios cuyos programas tengan como objetivo mejorar el funcionamiento de las sociedades cooperativas como sistemas empresariales competitivos, especialmente en los siguientes ámbitos: la mejora del redimensionamiento estructural y la intercooperación, internacionalización, marketing, distribución de productos agroalimentarios y mejora de la competitividad.

En base a este convenio, se realiza en Andalucía, a través de FAECA y en colaboración con la Escuela de negocios EOI, por tercer año consecutivo un programa de Alta dirección para empresas cooperativas agroalimentarias en el que participan 25 alumnos, entre técnicos y gerentes. En Zaragoza, Cooperativas Agro-alimentarias organizó un programa similar que finalizará el próximo 10 de marzo, en el que participan alumnos de Aragón, Cataluña y Madrid.

En ambos casos el programa se diseñó a medida de las necesidades formativas de las cooperativas agroalimentarias desarrollándose a lo largo de 132 horas lectivas. El programa está elaborado integrando una metodología mixta que abarca presentaciones y casos prácticos, desarrollo de contenidos a través de las exposiciones de los profesores, planteamiento de casos de negocio, exposición pública de conclusiones, participación de profesionales, foros y sesiones de debate. Esta metodología es impartida por profesionales de la empresa y del mundo académico, que combinan en sus explicaciones conocimientos teóricos, una amplia experiencia profesional y probadas dotes didácticas, enriqueciendo el aprendizaje del alumno al transmitirle no sólo las bases del conocimiento teórico empresarial, sino también sus propias experiencias profesionales.

Otros alumnos seleccionaron programas y escuelas de negocios diferentes. Para seleccionar el programa de estudios, además de los contenidos y prestigio de la escuela de negocios, se ha tenido en cuenta la cerca-



nía al lugar de trabajo o domicilio, ya que la mayoría de los estudios realizados requería la asistencia de 1 ó 2 días semanales al centro de estudios.

La realización de un máster o un postgrado, es indicativo de la motivación e interés que uno tiene por actualizar los conocimientos y profundizar en ámbitos determinados del sector. En definitiva, muestra una actitud activa hacia la planificación de la carrera profesional y la formación permanente necesaria a lo largo de toda la vida, ya que implica tanto una dedicación en horas de trabajo como una inversión económica importante.

Las ayudas que el MARM ofrece a los trabajadores y rectores de cooperativas son importantes para el reciclaje de nuestros directivos y consolidan la excelencia en la gestión empresarial. Es necesario cualificar a los cargos directivos para la toma de decisiones y optimizar la competitividad en un mercado cada día más globalizado y complejo.

### Formación a distancia

Las cooperativas agroalimentarias de menor tamaño, se encuentran en ocasiones con dificultad para disponer de tiempo para la formación, resistencia a invertir en formación por temor a perder al trabajador capacitado, falta de recursos para invertir en formación, poca familiarización con las TIC (tec-

nologías de la información y la comunicación). Por este motivo Cooperativas Agro-alimentarias realiza anualmente un plan formativo gratuito que ofrece acciones formativas a distancia dirigido a socios y trabajadores de cooperativas de todo el territorio nacional. De esta forma intentamos compatibilizar los distintos tipos de formación para acercar y facilitar la formación a todos los ámbitos de la cooperativa. Destacamos la realización de cursos que permiten obtener una titulación oficial a pesar de realizarlos a distancia. Los cursos se realizan a través del ordenador y cuentan con el apoyo de un profesor tutor. Se imparten cursos de idiomas, informática, recursos humanos, medio ambiente, calidad, prevención de riesgos laborales, dirección y gestión de empresas, comercial y marketing.

A lo largo del año 2010, desde Cooperativas Agro-alimentarias seguiremos apostando por la formación de socios, trabajadores y directivos. Medir la eficacia en un proceso de formación es fácil, lo complicado es medir el resultado económico, aunque no por ello debemos dejar de formarnos a lo largo de nuestra vida profesional.

Con la crisis algunas empresas ya no ven la formación como una inversión, sino como un gasto. “Las empresas que consideren que la formación es cara que prueben con la ignorancia” ■



## El sector de Aceite de Oliva

Las cooperativas tienen una gran importancia dentro del sector del Aceite de Oliva español ya que en sus instalaciones se elabora el 70% del Aceite de Oliva producido en España. En la campaña 2008/09 de las 1.030.000 toneladas producidas en España, 710.000 toneladas se elaboraron en cooperativas



El sector de Aceite de Oliva tiene una gran importancia económica, social y medioambiental dentro del contexto de la agricultura española. Representa, según campañas, entre el 7 y el 12% de la Producción Final Agrícola. Hay 2.200.000 hectáreas cultivadas de olivar en España con destino almazara y unos 500.000 olivereros, de los que 350.000 son socios de cooperativas.

España es líder mundial en producción y comercialización de este producto.

En número, de las 1.744 almazaras españolas con actividad, 744 son cooperativas lo que representa el 55% del total. La producción media de aceite de oliva en almazaras cooperativas en la campaña 2008/09 ha sido de 750 t/almazara, mientras que para las almazaras no cooperativas

ha sido de 405 t/almazara. Por tanto la elaboración media de aceite de oliva es un 85% mayor en almazaras cooperativas que en las industriales, lo que permite en su conjunto una reducción de costes de elaboración ganando en competitividad.

Las almazaras cooperativas españolas han sufrido una gran transformación tras la entrada de España en la Comunidad Económica Europea en el año 1986 gracias a las ayudas establecidas por la PAC. Se han renovado totalmente las instalaciones de las almazaras y podemos presumir de disponer de la tecnología más avanzada del mundo que permite elaborar unos aceites de oliva de excelente calidad. En estos años, fruto de esta transformación se cerraron numerosas pequeñas almazaras constituyéndose almazaras de mayor dimensión y con nuevas instalaciones.

No sólo en cuanto a instalaciones, también en cuanto servicio prestado a los socios las cooperativas han dado un importante paso para producir calidad. Hay que destacar en este esfuerzo dinamizador de las cooperativas los servicios que prestan a sus asociados en asesoramiento técnico.

PRODUCCIÓN DE ACEITE DE OLIVA EN LA CAMPAÑA 2008/2009

	ALMAZARAS COOPERATIVAS	ALMAZARAS NO COOPERATIVAS	TOTAL ALMAZARAS	% COOPERATIVAS / TOTAL
Andalucía	582.066,7	249.326,9	831.393,6	70%
C. La Mancha	48.486,1	24.898,1	73.384,2	66%
Cataluña	25.118,1	11.738,8	36.856,9	68%
C. Valenciana	18.328,9	3.697,4	22.026,3	83%
Extremadura	25.643,2	18.971,8	44.615,0	57%
Aragón	4.248,7	3.570,9	7.819,6	54%
La Rioja	549,9	370,0	919,9	60%
Madrid	1.179,8	565,6	1.745,4	68%
Castilla y León	467,4	412,0	879,4	53%
Navarra	1.905,0	1.017,3	2.922,3	65%
Murcia	1.554,7	4.741,2	6.295,9	25%
Baleares	215,0	130,7	345,7	62%
País Vasco	35,9	45,4	81,3	44%
<b>ESPAÑA</b>	<b>709.799,4</b>	<b>319.486,1</b>	<b>1.029.285,5</b>	<b>69%</b>

### NÚMERO DE ALMAZARAS EN LA CAMPAÑA 2008/2009

	Nº ALMAZARAS COOPERATIVAS	Nº ALMAZARAS NO COOP.	TOTAL ALMAZARAS	% COOPERATIVAS / TOTAL
Andalucía	431	391	822	52%
C. La Mancha	128	115	243	53%
Cataluña	113	90	203	56%
C. Valenciana	109	23	132	83%
Extremadura	57	59	116	49%
Aragón	53	50	103	51%
La Rioja	13	9	22	59%
Madrid	12	7	19	63%
Castilla y León	11	5	16	69%
Navarra	9	6	15	60%
Murcia	8	29	37	22%
Baleares	5	7	12	42%
País Vasco	2	2	4	50%
<b>ESPAÑA</b>	<b>951</b>	<b>793</b>	<b>1.744</b>	<b>55%</b>

### NÚMERO DE ENVASADORAS EN LA CAMPAÑA 2008/2009

	Nº ENVASADORAS COOPERATIVAS	Nº ENVASADORAS NO COOP.	TOTAL ENVASADORAS	% COOPERATIVAS / TOTAL
Andalucía	276	321	597	46%
C. La Mancha	105	120	225	47%
Cataluña	106	116	222	48%
C. Valenciana	85	35	120	71%
Extremadura	45	63	108	42%
Aragón	52	51	103	50%
La Rioja	13	11	24	54%
Madrid	12	10	22	55%
Castilla y León	11	5	16	69%
Navarra	8	8	16	50%
Murcia	10	29	39	26%
Baleares	5	11	16	31%
País Vasco	2	3	5	40%
<b>ESPAÑA</b>	<b>730</b>	<b>783</b>	<b>1.513</b>	<b>48%</b>

## Envasado de aceite de oliva

La ayuda al consumo establecida por la CEE y la prohibición de venta a granel al consumidor final, sirvieron de revulsivo a muchas cooperativas para implantar instalaciones de envasado.

Sin embargo, la mayor parte de las cooperativas se limitan a envasar producto destinado al consumo de sus socios, y a abastecer mercados locales. El hecho de disponer de una envasadora no necesariamente quiere decir una apuesta por el mercado de envasado.

## La comercialización

La entrada en la CEE supuso un revulsivo para mejorar las estructuras comerciales de las cooperativas por las ayudas a la constitución de Agrupación de Productores (APAs), al amparo de la cual se llegaron a constituir hasta 55 cooperativas de segundo grado (APAs) en el sector del Aceite de Oliva.

Sin embargo, no todas ellas han mantenido la actividad comercial con la que fueron creadas, derivando sus cometidos hacia otras acti-

vidades como gestión de ayudas, servicios diversos... Otras, directamente han desaparecido.

Son pocas las cooperativas que tienen relevancia a nivel nacional. Según datos de la revista Alimarket, entre los 30 principales envasadores de aceite de oliva en España, que representan el 90% del aceite de oliva envasado, tan sólo aparecen 3 cooperativas, Hojiblanca (en 5º lugar), Olivar de Segura (19º) y Oleoestepa (24º), las 3 situadas en Andalucía.

Las cooperativas han mejorado mucho en cuanto a presentación de producto ofertando en el mercado aceites de alta calidad (las cooperativas sólo envasan Aceite de Oliva Virgen y Virgen Extra), y se han orientado a introducirse en nuevos mercados tanto en el mercado interior como exterior, buscar nuevos nichos de negocio (aceites ecológicos, varietales...), y buscar otras utilidades al aceite de oliva (elaboración de productos cosméticos y dermatológicos, etc). Sin embargo, la mayor parte de los proyectos están centrados en pequeños volúmenes que permiten mejorar las liquidaciones de los socios de sus cooperativas, pero su incidencia en el mercado es más bien testimonial.

Si analizamos la realidad actual del mercado del Aceite de Oliva en España, nos encontramos con que, al por menor, más del 86% del Aceite de Oliva se vende en los canales modernos (hipermercados, supermercados y tiendas discount) y que además, en estos canales el 65% del Aceite de Oliva que se vende es marca de la distribución (MDD). Dado que la tendencia del mercado apunta claramente en ese sentido, mayor poder de los canales modernos y de la marca blanca (MDD), vemos lo difícil que puede resultar introducirse en el mercado al margen de estos canales. El grueso de la comercialización de Aceite de Oliva por cooperativas se realiza a granel, perdiendo por tanto la oportunidad de ganar para sus so-



cios el valor añadido del envasado y la venta al por menor.

En la última campaña de comercialización 2008/09, se pudo ver las consecuencias que esta situación está teniendo para el sector productor. El precio del aceite de oliva en origen bajó hasta unos niveles casi desconocidos (hasta 1,52 €/kg para el lampante), sin que esta bajada se explicase por razones de oferta/demanda. La distribución organizada, (5 empresas controlan más del 90% del mercado y además tienen el aceite de oliva como producto reclamo para captar clientes), somete a una gran presión el sector envasador que a su vez la traslada al sector productor de aceite de oliva que, al ser el peor estructurado, es quien soporta toda la carga.

Este hecho ha puesto en evidencia la política de muchas cooperativas más preocupadas por mantener su propia identidad que la de hacer frente a la situación que permita mejores liquidaciones para los productores en su conjunto y para los de su cooperativa en particular.

### Concentración de la oferta

Una conclusión clara que se sacó en el sector cooperativo ante esta situación es la necesidad de concentrar la oferta por parte de la producción a través de grandes grupos que permita hacer frente a esa posición dominante del sector envasador/distribuidor. Sólo logran incrementar cuota de mercado aquellos envasadores que están apostando por grandes volúmenes, lo que les permite acceder a las exigencias de la gran distribución, o aquellos operadores que ya tienen bien posicionadas en el mercado sus marcas.

En estos momentos hay un objetivo prioritario en el sector, seguir integrando cooperativas en los grupos ya estructurados y constituir nuevos grupos con capacidad para influir en el mercado ■



## Rafael Sánchez de Puerta

Presidente del CS de Aceite de Oliva

### ¿Cómo ve el futuro del sector del Aceite de Oliva? ¿Hacia dónde deben encaminarse las cooperativas?

No hay duda de que el sector del Aceite de Oliva tiene mucho futuro por delante. Es verdad que en estos momentos atraviesa una situación delicada, con un mercado con precios muy bajos y que ha puesto en evidencia algunas de las debilidades del sector productor en el que las cooperativas, que elaboramos el 70% de la producción española, tenemos mucho que decir.

El olivar español tiene que mejorar su competitividad para hacer frente a las nuevas plantaciones de otros países con menores costes de producción. Para ello, habrá que impulsar planes de reestructuración de olivar con el fin de mejorar los rendimientos, mejorar las estructuras de riego y fomentar la agricultura asociativa para conseguir explotaciones de mayor dimensión, más competitivas.

Hay que mejorar las estructuras comerciales de las cooperativas integrando las cooperativas de primer grado en estructuras potentes que permitan relaciones de igualdad en las negociaciones con las grandes envasadoras y la distribución moderna.

Necesitamos hacer una defensa de la calidad, fundamentalmente del Aceite de Oliva Virgen Extra diferenciándolo del resto de Aceites, para potenciar la imagen de calidad del Aceite de Oliva español, que permita ganar mayor valor añadido a quienes apuestan por la calidad. No olvidemos que las cooperativas envasamos fundamentalmente Aceite de Oliva Virgen Extra.

Tenemos que conquistar nuevos mercados exteriores, lo que requiere potenciar proyectos de Internacionalización, y disponer de estructuras bien dimensionadas. Asimismo, las campañas de promoción de la Interprofesional deberán servir a este objetivo.

A nivel Institucional, las Administraciones españolas y europeas deben modificar el mecanismo de almacenamiento privado para hacerlo más flexible e incrementar los precios de referencia adaptándolos a la realidad del sector. Asimismo, deben permitir al sector establecer algún mecanismo de regulación de mercado, como puede ser stocks estratégicos, que permita amortiguar las grandes variaciones de producción características del olivar y así dar mayor estabilidad a los mercados ■



# NUESTRA FUERZA

**25** AÑOS  
CRECIENDO  
CON EL CAMPO

En AGROMUTUA el tiempo nos ha dado la razón. Cada año dedicado al mundo del campo, nos ha hecho crecer en Experiencia, Especialización y en Recursos, convirtiéndonos en la Mutua Líder en Seguros Agropecuarios.

C A M P A Ñ A D E C O N T R A T A C I Ó N 2 0 1 0



**AGROMUTUA**

*Nuestro Seguro del Campo*

**SEDE SOCIAL**

C/ Pérez Pujol, 5 - 1º  
46002 Valencia  
Tel.: 963 530 342  
Fax: 963 531 196

**OFICINA MURCIA**

C/ Matadero Viejo, 6  
Edif. Segura 1º D  
30002 Murcia  
Tel.: 968 901 410  
Fax: 968 901 510

[agromutua@agromutua.es](mailto:agromutua@agromutua.es)  
[www.agromutua.es](http://www.agromutua.es)

## El sector de Aceituna de Mesa

Las cooperativas han ido creciendo en cuanto a volumen producido en los últimos años. En estos momentos, en sus instalaciones se elabora prácticamente el 50% de la aceituna de mesa producida en España. En la campaña 2008/09, de 485.000 toneladas producidas en España, 225.000 toneladas se elaboraron en cooperativas

El sector de Aceituna de Mesa tiene una gran importancia económica, social y medioambiental. Su cultivo está fundamentalmente implantado en Andalucía y Extremadura. Hay en torno a 200.000 hectáreas cultivadas de olivar en España con destino entamado. España es el país de mayor producción del mundo y lidera el comercio mundial de este producto.

Cooperativas de 5 Comunidades Autónomas producen aceituna de mesa: Andalucía, Extremadura, Aragón, Cataluña y Baleares. La producción de Andalucía y Extremadura supone el 95.5% de la aceituna de mesa de las cooperativas españolas.

En número, de las 410 entamadoras españolas con actividad, 120 son cooperativas lo que representa el 29% del total. La producción media de aceituna de mesa en entamadoras cooperativas en la campaña 2008/09 fue de 1.875 t mientras que en las entamadoras no



cooperativas fue de 900 t. Por tanto, la media de aceituna de mesa producida en entamadoras cooperativas es el doble de la de las industriales.

Las entamadoras cooperativas son muy dinámicas en cuanto a adaptación de sus instalaciones a las nuevas tecnologías, obteniendo por ello un producto de muy elevada calidad.

El sector de aceituna de mesa ha vivido buenos años impulsado por el

crecimiento de los mercados internacionales. Ante esta situación las cooperativas del sector supieron reaccionar y a finales de los años 70 se constituyeron 2 grandes grupos cooperativos con el objetivo de exportar su producción: AgroSevilla en Sevilla y ACORSA (que en 2004 se integró en el grupo Hojiblanca) en Córdoba. A finales de los 80 se constituyó ACENORCA en Cáceres. Además de estos grupos, también hubo cooperativas de primer grado que supieron aprovechar la situación y se posicionaron en mercados exteriores.

A partir de entonces los grupos y las principales cooperativas de primer grado fueron ganando dimensión y en estos momentos en que, debido a la crisis económica, la situación es más complicada, estos grupos y cooperativas se defienden mucho mejor que aquellas que no apostaron por el mercado y basaron su política en la venta de graneles.

Actualmente, el mercado internacional se caracteriza por la fuerte competencia de países como Egipto, Marruecos, Turquía... que producen con costes sensiblemente inferiores a los españoles, lo que repercute en el nivel de precios.

En el mercado interior, tal como ocurre en la mayor parte de los productos agroalimentarios, la distribución moderna está muy concentrada y representa en este sector el 70% de las ventas de este producto ganando cada vez más terreno al resto del comercio al por menor. Además, en este canal, la marca blanca también se va incrementando, de manera que ya se sitúa en el 70%.

Por otra parte, la crisis económica mundial está afectando a este sector

PRODUCCIÓN DE ACEITE DE OLIVA EN LA CAMPAÑA 2008/2009

	ENTAMADORAS COOPERATIVAS	ENTAMADORAS NO COOPERATIVAS	TOTAL ALMAZARAS	% COOPERATIVAS / TOTAL
Andalucía	186.301,1	209.491,1	395.792,2	47%
C. La Mancha	0,0	885,1	885,1	0%
Cataluña	151,1	484,5	635,6	24%
C. Valenciana	0,0	159,4	159,4	0%
Extremadura	37.242,6	45.034,5	82.277,1	45%
Aragón	1.009,8	2.420,8	3.430,6	29%
Madrid	0,0	135,1	135,1	0%
Castilla y León	0,0	841,4	841,4	0%
Murcia	0,0	759,8	759,8	0%
Baleares	18,7	0,0	18,7	100%
<b>ESPAÑA</b>	<b>224.723,3</b>	<b>260.211,7</b>	<b>484.935,0</b>	<b>46%</b>

Datos en Toneladas de Aceituna cruda

ya que, al no tratarse de un producto de primera necesidad, el consumo se está resintiéndose. La relación de cambio dólar/euro no está favoreciendo precisamente las exportaciones, lo que finalmente se traduce en una menor competitividad de la aceituna española, lo que implica que para mantener los mercados, al final el precio se resiente. De ahí que en el sector cooperativo se apueste por ganar dimensión para ser más competitivos y poder hacer frente a las necesidades de la distribución moderna ■

#### NÚMERO DE ENTAMADORAS EN LA CAMPAÑA 2008/2009

	Nº ENTAMADORAS COOPERATIVAS	Nº ENTAMADORAS NO COOP.	TOTAL ALMAZARAS	% COOPERATIVAS / TOTAL
Andalucía	64	163	227	28%
C. La Mancha	0	7	7	0%
Cataluña	8	8	16	50%
C. Valenciana	0	5	5	0%
Extremadura	35	54	89	39%
Aragón	12	26	38	32%
Madrid	0	9	9	0%
Castilla y León	0	2	2	0%
Navarra	0	1	1	0%
Murcia	0	14	14	0%
Baleares	1	1	2	50%
ESPAÑA	120	290	410	29%

## Emilio Pabón

Presidente del CS de Aceituna

### ¿Cómo ve el futuro del sector de Aceituna de Mesa? ¿Hacia dónde deben encaminarse las cooperativas?

El sector de Aceituna de mesa en España ha experimentado en los últimos años una gran expansión. España es líder mundial en producción y en comercialización. El 60% de la producción española se destina a exportación.

Las cooperativas españolas, que concentran el 50% de la producción española, estuvieron a la altura de las circunstancias y se sitúan entre las mayores empresas de comercialización y exportación de aceituna de mesa. Esta situación permite encarar el futuro con optimismo. Sin embargo, las dos últimas campañas se están caracterizando por un estancamiento del consumo mundial, tras un proceso de crecimiento continuo que ha permitido multiplicar el consumo por 2 en un período de 15 años. Debido a la crisis económica que ha hecho mella en la liquidez de las empresas, se han tenido que aparcar proyectos de inversión y se han visto dificultadas las operaciones de exportación. Y a ello hay que añadir la fuerte competencia en los mercados exteriores de países como Egipto, Turquía o Marruecos que, con menores costes de producción, desarrollan una política muy agresiva de precios.

Ante esta situación, el sector no tiene que ser complaciente y para ello tendrá que poner en marcha medidas que le permitan mantener su liderazgo mundial.

Así, hay que reestructurar buena parte del olivar español adaptándolo a las nuevas técnicas de cultivo y seguir avanzando en la investigación que está desarrollando el sector sobre recolección mecanizada que le permitirá ser más competitivo. Hay que seguir



potenciando la dimensión de las cooperativas para mejorar su posición en los mercados mundiales y poder hacer frente a nuevos proyectos de I+D+i que le permitan ser más competitivos, adaptar la producción a las exigencias del consumidor y cumplir con los requisitos de las cadenas de distribución.

Hay que seguir potenciando las Campañas de promoción tanto en el mercado interior como en los mercados exteriores reforzando la calidad de las aceitunas españolas ante sus competidores.

A través de la Interprofesional del sector hay que potenciar políticas de calidad estableciendo normas que sean de obligado cumplimiento para el conjunto del sector para mantener y ampliar el prestigio de calidad de la aceituna española.

La PAC no contempla en este sector ninguna medida de regulación de mercado. Las Administraciones deben estudiar la posibilidad de introducir el mecanismo de almacenamiento privado, como ya existe para otros sectores, como método para gestionar los desequilibrios derivados de las variaciones de cosecha propias de este sector ■





**Jesús Valencia**  
Presidente CS Algodón

### ¿Cómo ve el futuro del sector del Algodón? ¿Hacia dónde debe encaminarse?

Tras la reforma de la OCM en el año 2004, que entró en vigor en la campaña 2006/07, la producción española de algodón ha quedado reducida al 20% de la producción que se obtenía antes de la reforma. El cultivo prácticamente ha quedado localizado a la Comunidad autónoma de Andalucía.

Consecuencia de ello, el sector desmotador, con ayuda económica de la UE, se ha visto obligado a realizar una gran reestructuración para adecuar la capacidad de sus instalaciones a la realidad productiva actual de este cultivo en España cerrando 18 instalaciones de las 26 existentes.

En estas circunstancias, las cooperativas hemos dejado de lado los localismos y hemos llegado a un acuerdo por el que se mantienen abiertas las instalaciones de una única cooperativa a la que llevarán a desmotar el algodón de sus socios el resto de cooperativas.

Con esta reestructuración, el sector ha quedado muy reducido pero entiendo que en unas condiciones que le permitirá sobrevivir y mantener un nivel de renta digno tanto para productores como para la industria. Eso sí, somos conscientes de que esto será así mientras se mantengan las actuales ayudas y fundamentalmente mientras se mantenga la ayuda acoplada a la superficie sembrada de algodón.

Si las circunstancias cambian, vemos que será difícil mantener este sector, como está siendo difícil en estos momentos encontrar cultivos alternativos para aquellos productores que ya han abandonado la actividad ■

## El sector de Algodón

La superficie destinada al cultivo de algodón en España en la década de los 90 se situaba en torno a las 90.000 hectáreas, concentrada principalmente en dos Comunidades Autónomas, Andalucía con 87.000 y Murcia con 3.000 hectáreas.

Antes de la reforma de la OCM, el algodón era un sector muy dinámico, con unas explotaciones con un alto grado de especialización tecnológica, muy mecanizado con un alto rendimiento por hectárea y obteniendo un algodón de muy alta calidad.

Las cooperativas han jugado un papel muy importante en la modernización del cultivo de algodón, fundamentalmente en su mecanización, así como en mejorar el impacto medioambiental de la producción algodona al constituir hasta 37 Asociaciones de Producción Integrada, (APIs), de algodón.

En España, el sector industrial estaba compuesto por 26 desmotadoras de las que 7 eran cooperativas, 6 en Andalucía y 1 en Murcia. La cantidad de algodón bruto desmotado con derecho a ayuda en la campaña 2005/06 fue de 350.000 toneladas, de ellas 331.000 en Andalucía (95%) y 19.000 en Murcia. En cooperativas se desmotaron 100.000 toneladas, (29% del total), de las cuales 98.000 en Andalucía y 2.000 en Murcia.

Cooperativas desmotadoras de algodón hasta la campaña 2006/07 algodón bruto desmotado en dicha campaña.

La reforma de la OCM del año 2004, supuso pasar de una ayuda a la producción a una ayuda desacoplada (pago único), aunque se mantuvo un 35% de la ayuda acoplada, no ya a la producción sino a la superficie y para una superficie máxima de 48.000 hectáreas. Los efectos de esta reforma no se han hecho espe-

rar, tal como se ve en la evolución de superficies y producciones en las últimas campañas.

La Comunidad Autónoma de Andalucía ha establecido una ayuda agroambiental para sustituir las técnicas de cultivo, que requerían un alto grado de exigencias técnicas con fuerte demanda de uso de fitosanitarios, para pasar a otras técnicas menos exigentes con menor aplicación de fitosanitarios. Ello ha supuesto una fuerte reducción en los rendimientos. De un cultivo con alta tecnología, hemos pasado a un cultivo con bajos rendimientos, y cuya supervivencia está ligada al mantenimiento de la ayuda acoplada.

En la última campaña (2009/10), se sembraron en España, con derecho a ayuda, 56.481,04 hectáreas, 56.421,52 en Andalucía (99,9%), 32,14 en Murcia, 17,5 en Extremadura y 9,88 en Castilla-La Mancha (datos FEAGA).

Por su parte, las desmotadoras, ante la reducción de cosecha y, al amparo de las ayudas de la UE, está en plena fase de reestructuración. De las 26 desmotadoras con actividad en la campaña de comercialización anterior a la reforma (la 2005/06) hemos pasado en la campaña 2009/10 a 8 desmotadoras, todas ellas en Andalucía. El resto de empresas han cesado en su actividad por lo que recibirán una ayuda compensatoria de la Unión Europea.

De estas empresas tan sólo una es de base cooperativa: COALSA, S.L., nacida del acuerdo de asociación de todas las cooperativas desmotadoras de Andalucía, por el que se mantiene la actividad de la planta de la Cooperativa de Las Marismas de Lebrija que desmotará todo el algodón producido por los socios de las 6 cooperativas ■



# SÉ LEGAL...

trae tus envases

# SIGFITO



La ley puede sancionarte gravemente con multas de hasta 120.000 euros si entierras, quemas o mezclas tu envases con otros residuos.





## El sector de Frutas y Hortalizas

### Principales datos del sector

El sector de la producción, la transformación y la comercialización de frutas y hortalizas (FH) español es el segundo en producción de Europa, el primero en exportación del mundo: cumple la función de suministrar productos sanos, variados y de calidad reconocida a los consumidores.

Por otra parte, juega un papel fundamental en el conjunto de la agricultura y de la economía española: concentra un tercio de la Producción Final Agraria (y más del 60% de la Producción Final Vegetal), contribuye en casi el 50% a la exportación agroalimentaria de nuestro país, ocupa un 10% de la superficie nacional cultivada y genera la mitad del trabajo demandado en el sector agrario español. Es un actor protagonista, por lo tanto, en el equilibrio de la balanza comercial agroalimentaria, en la creación de empleo en el medio rural y en el desarrollo económico y sostenible del mismo.

Otra de las características más significativas de este sector es su escasa dependencia en los apoyos públicos (las ayudas comunitarias representan sólo el 3% del valor de la producción), la capacidad de orientación de las empresas al mercado y su vocación exportadora, absorbiendo los mercados exteriores más del 50% de muchos productos.

### Sector cooperativo hortofrutícola

La empresa cooperativa constituye el modelo societario de agrupación de agricultores de frutas y hortalizas de cara a los desafíos del mercado más difundido en el seno de la UE. No se entendería el crecimiento del sector hortofrutícola en España sin la participación de las cooperativas.



Así, la preponderancia del sector hortofrutícola se produce también en el colectivo de cooperativas hortofrutícolas con respecto al conjunto de empresas asociativas agrarias españolas. Las 712 cooperativas que operan en este sector en España facturan 3.466 M€ cifras que les sitúan como primer grupo en importancia dentro del conjunto de las cooperativas agroalimentarias, con un 29% de su facturación total.

Por productos, cabe destacar la importancia de la producción de hortalizas –radicada principalmente en Andalucía– que supone prácticamente la mitad del sector frutas y hortalizas cooperativo, tanto en número de cooperativas como en facturación total. Es seguido por el subsector de los cítricos que pesa alrededor de un 20% sobre la actividad hortofrutícola global y que se encuentra concentrado principalmente en Valencia. El Sector de los Frutos Secos es menos relevante en términos económicos, pero, ocupando más de 750.000 Has, y estando mayoritariamente organizado en torno a cooperativas, juega un papel fundamental desde el punto de vista del mantenimiento del medio.

Aunque el índice de asociacionismo en este sector no supere aún el 50% las cooperativas juegan un papel fundamental dentro del mismo. No solo en la concentración de la oferta sino en la mejora de la competitividad de las producciones de sus socios y su adaptación a las demandas del mercado, o en la aplicación de las normas de producción que –ya sea por parte de las administraciones o por el comercio– se imponen a la producción. Por otra parte, son las cooperativas, reconocidas como organizaciones de productores los actores de la gestión y la aplicación

de la Organización Común de Mercado de Frutas y Hortalizas, OCM, que tiene la particularidad de estar financiada al 50% por las OP.

Más allá de su importancia económica y del papel fundamental que las cooperativas juegan dentro del sector hortofrutícola, hay que destacar las peculiaridades de estas empresas “humanas” que reposan en una forma jurídica particular: su arraigo intrínseco, incondicional y permanente al medio rural; la participación democrática y solidaria de sus agricultores; su posición estratégica en el seno del sector agroalimentario. Estos atributos se encuentran en la base del desarrollo sostenible del medio rural de nuestras regiones, la fijación de población, la oferta de empleo y de servicios, la protección del medio natural y cultural.

### Actividad sectorial

La cantidad de producciones que se agrupan en este sector y la diversidad y multitud de agentes que

actúan en su cadena de comercialización explican la complejidad del mercado hortofrutícola, caracterizado, además por la estacionalidad, la inestabilidad, la perennidad y las crecientes exigencias en calidad de la oferta.

En los últimos tiempos, las cooperativas hortofrutícolas han intensificado sus esfuerzos para concentrar la oferta y reforzar su posición ante las empresas de distribución. El papel de las cooperativas en la comercialización y particularmente en la exportación de los productos es clave en este sector, en el que los productores, socios de nuestras empresas, sólo obtienen su renta del mercado. Además, las cooperativas están contribuyendo a disminuir los costes de producción y a formar y asesorar técnicamente a los agricultores en sus explotaciones, en función de los criterios comerciales de las centrales hortofrutícolas y así adaptar la producción a los nuevos condicionantes en materia de criterios medioambientales, de seguridad



alimentaria y trazabilidad o de implantación de sistemas de calidad controlada y certificada.

La apuesta por aumentar el valor añadido del producto ofertado ha permitido que las cooperativas cubran las fases de acondicionamiento, normalización y confección de las frutas y hortalizas en sus centrales y almacenes. Además, se ha acrecentado la participación de estas empresas asociativas en la producción de cuarta y quinta gama y en los procesos de transformación, particularmente, en el sector del tomate transformado, de las conservas o de los zumos.

Este sector ha hecho grandes esfuerzos en innovación e introducción de nuevas tecnologías. Las coopera-

tivas figuran a la cabeza de este tipo de proyectos en materia de mejora de variedades, a través de sus fincas piloto y laboratorios de control de la producción, para la reducción de costes, modernización de invernaderos, sus-

titución de riegos a goteo e hidropónico, ahorro energético y optimización de fertilizantes y fitosanitarios, control fitosanitario biológico, técnicas de producción integrada y biológica, incorporación de tecnología electró-



## Cirilo Arnandis

Presidente Consejo Sectorial  
de Frutas y Hortalizas

### ¿Cómo ve el futuro de las cooperativas de frutas y hortalizas? ¿Hacia dónde deben encaminarse?

Recordaré 2009 como el año más negativo de los que han transcurrido desde que ocupó la presidencia del Consejo Sectorial de Frutas y Hortalizas de Cooperativas Agro-alimentarias y van casi diez años. Hoy más que nunca es nuestra obligación defender los intereses de nuestras cooperativas y de sus socios, a corto plazo, tanto a través de actuaciones de nuestras propias empresas y estructuras representativas como a través del apoyo de las administraciones. Pero debemos también reflexionar sobre los motivos que nos han llevado a la situación que hemos vivido –que estamos en muchos casos aún viviendo- y sentar las bases para evitar que este tipo de situaciones se sucedan. Y es factible evitarlo.

Creo que es realista pensar que un futuro próspero es posible para las cooperativas de frutas y hortalizas. Es posible y es necesario: para nuestros socios, para su entorno, para el conjunto de la economía, la sociedad y medio rural español.

¿De qué depende? Por una parte, de que nuestras administraciones tomen conciencia de la importancia de este sector –estratégico-: no lo desprotejan y lo apoyen.

Me vienen a la cabeza contraejemplos, como la liberalización de las importaciones sin compensaciones para los que salimos perdiendo en los acuerdos comerciales negociados por la UE y sin el respeto de los principios básicos de prefe-

rencia comunitaria y reciprocidad. Recuerdo y me sigue indignando la iniciativa comunitaria por la cual se han derogado las normas de comercialización de este sector. Tampoco creo que el desacoplamiento de las ayudas comunitarias vaya a servir para avanzar en la dirección adecuada.

Pienso, por el contrario, que la acción de los poderes públicos debería dirigirse hacia la estimulación del consumo por medio de una política de promoción institucional, continuada y efectiva que ponga en valor los atributos de las frutas y hortalizas españolas y su efecto beneficioso sobre la salud. Pienso que las ayudas comunitarias y estatales deben mantener un perfil finalista y ser orientadas hacia los productores que mayores esfuerzos hacen para adaptarse al mercado y para concentrar la oferta, es decir, para los asociados a Organizaciones de Productores. Pienso en la necesidad de mantener y reforzar un sistema de seguros fuerte que palle las crisis climáticas y llegue a abordar también el riesgo del crédito a la exportación o en la necesidad de aplicar el derecho de competencia poniendo a cada uno en su sitio y sin maniar a los sectores agrarios que intentan autorregularse. Pienso en el establecimiento de unas mínimas normas que regulen las relaciones comerciales, den transparencia y eviten abusos que se derivan de la aplicación de la “ley del más fuerte”. Creo finalmente, que es imprescindible establecer medidas de gestión de mercado y de gestión de crisis graves eficaces, que proporcionen una red de seguridad para

nica, mejora de las técnicas de almacenamiento y de acondicionamiento del producto en fresco, mejora de la calidad y de la seguridad alimentaria y gestión de la trazabilidad. También han invertido en procesos de transformación y nuevas presentaciones de los productos.

Finalmente, y fundamentalmente debido a que la OCM implantó el criterio de condicionalidad en este sector antes que en cualquier otro, las cooperativas contribuyen con sus propios fondos a la instauración de prácticas respetuosas con el medioambiente que van más allá de lo legalmente obligatorio: tanto en sus propias instalaciones como en las de sus socios.

### Esfuerzo integrador

En éste como en otros sectores, el recorrido de la concentración de la oferta como fórmula para reequilibrar el poder en la cadena agroalimentaria está incompleto. Sin embargo en el sector de las frutas y hortalizas, se han registrado grandes esfuerzos en el redimensionamiento de la oferta. ANECOOP, con una facturación de 450M€ y 87 cooperativas en su seno y 35 años de historia es la primera empresa comercializadora de Frutas y Hortalizas del Mediterráneo y constituye el buque insignia del cooperativismo en este sector, representando un referente para el conjunto de la agricultura española.

Pero existen otras cooperativas destacables que, a través ya sea del modelo de cooperativa de primer o de segundo grado, han avanzado en el proceso de integración. Es el caso de las cooperativas AN (con una facturación de 410 M€), ACOEX (245 M€), ACTEL (115 M€), o ALIMEX (130M€) las cuales tienen una actividad plurisectorial y protagonizan la gestión y el mantenimiento de actividad agropecuaria respectivamente en Navarra, Extremadura, Cataluña y Murcia. Con otro modelo, las cooperativas muy especializadas, también han avanzado en su objetivo de integración, es el caso de las almerienses, CASI, VI-CASOL o MURGIVERDE o la recientemente constituida Unica Group ■

atender caídas de precios de las producciones y que aseguren un nivel mínimo de ingresos a los agricultores. Esta última medida es tanto más necesaria debido a que nuestras producciones son perecederas y están sometidas a rápidas e imprevisibles fluctuaciones de la oferta y la demanda.

El pasado más reciente nos ha demostrado los peligros de abandonar sectores estratégicos a su suerte ante las leyes del mercado. Considero que el esfuerzo que le pedimos a la administración se justifica: se trata de garantizar en Europa una oferta alimentaria autóctona, suficiente, amplia, asequible y de máxima calidad sin depender del exterior, al tiempo que de preservar una actividad económica, la agraria, a quien se debe el mantenimiento del medioambiente, el equilibrio de la balanza comercial del país y la creación de empleo en regiones con pocas alternativas de desarrollo. No se trata de “pedir para los agricultores” sino de que se reconozca el carácter estratégico y trascendente de la actividad agroalimentaria en general y de la hortofrutícola en particular y los servicios a la sociedad que el colectivo de agricultores y cooperativas está prestando a consumidores y contribuyentes.

Evidentemente, un sector como el que represento, cuyas rentas provienen en un 97% del mercado no puede contar con que su futuro lo vaya a garantizar ninguna institución pública. El futuro, sobre todo, depende de nosotros mismos.

He comprobado, que gracias a las cooperativas los episodios de crisis en el mercado no son más dramáticos. Las turbulencias se viven mejor bajo el paraguas de una cooperativa. Es a través de la concentración de la oferta como llegaremos a reequilibrar la cadena y mejorar el poder de negociación del sector productor ante la distribución. Es la cooperativa la fórmula más directa de derivar una parte mayor del valor añadido a los primeros eslabones. Por todo ello, veo el futuro con cierto optimismo.

Uno de los principales retos que afronta este sector, como el resto de la agricultura, es la concentración de la oferta,

la dimensión empresarial, la integración. Este es el motivo esencial por el que los principios de las cooperativas están plenamente vigentes hoy en día. Las cooperativas debemos acabar de recorrer el camino que nos queda para llegar a una posición que nos permita codearnos con la estructura comercial a la que nos enfrentamos que está, a su vez, muy concentrada e internacionalizada. Dimensión y concentración de volúmenes debe ir acompañado de homogeneización de criterios, unificación de decisiones y coordinación en la gestión.

Las cooperativas que tendrán mayor proyección son también las que más mejoren la competitividad de la actividad de sus socios, la rentabilidad de su trabajo y valorización de sus productos. Esa competitividad se está ganando a través de la profesionalización de los cargos y el personal de la empresa, a través de la innovación y la introducción de nuevas tecnologías, a través de la adaptación continua de productos y procesos, de la mejora de la calidad y los servicios y a través de la orientación hacia los mercados exteriores, particularmente en el caso de nuestro sector.

Me niego a pensar que la falta de rentabilidad de nuestras producciones en determinados momentos para determinadas producciones vaya a desilusionar a nuestros socios y dirigentes de cooperativas hasta el punto de paralizar sus iniciativas o adoptar equivocadas decisiones cortoplacistas e individualistas. Todo lo contrario. Confío en que, entre todos, sabremos reaccionar para revertir las tendencias poco propicias y vislumbrar un porvenir mejor.

De cara al futuro, por lo hasta aquí dicho, el objetivo de las cooperativas de este sector y de quienes las representamos debe ser seguir siendo trabajar con ilusión y entusiasmo para implicar a todos en la aplicación de unos procesos que todos tenemos claros, pero que no siempre están interiorizados ni puestos en práctica ■



## Principales datos del sector

El Sector de los Frutos Secos tiene una importancia económica relativa si se compara con el grupo general de las Frutas y Hortalizas pero juega un papel fundamental desde el punto de vista del mantenimiento del medio rural. En efecto, el cultivo de los Frutos Secos, típico de la agricultura mediterránea, desempeña un papel fundamental en la lucha contra la erosión y la desertización, contribuyendo a la conservación de un paisaje característico y evitando los incendios forestales.

El cultivo de las diferentes especies de frutos secos –almendro, avellano y nogal, pistacho y algarrobo– ocupa en España, una extensión de medio millón de hectáreas. España es el primer productor mundial en superficie (con un tercio de las hectáreas cultivadas en el mundo) y el segundo en producción. Por su extensión y por el volumen de producción, el almendro destaca con diferencia sobre el resto de productos, seguido por el algarrobo, el avellano, el pistacho y por último, el nogal. El cultivo del almendro produce en España, una cosecha media de algo menos 160.000 Tm. en cáscara –equivalentes a unas 40.000 Tm. de almendra grano– si bien esta producción conoce fuertes fluctuaciones anuales.



**Ignacio Sánchez**

Presidente del CS  
de Frutos Secos

### ¿Cómo ve el futuro de las cooperativas de frutos secos? ¿Hacia dónde deben encaminarse?

Por las condiciones de producción españolas y por el diferencial de compe-

## Sector de Frutos Secos

El sector de la producción, la transformación y la comercialización de Frutos Secos español es el primero en producción de Europa. La producción española de almendra y de avellana se caracteriza por una óptima calidad, la cual está reconocida en los mercados exteriores.

### Sector Cooperativo - Actividad Sectorial

El sector de los Frutos Secos se caracteriza por ser uno de los sectores agrícolas españoles más estructurado. Globalmente se puede afirmar que un 95% de la producción se encuentra concentrada en torno a entidades asociativas, Cooperativas o Sociedades Agrarias de Transformación.

Dentro de Cooperativas Agro-alimentarias se cuentan 229 cooperativas y SATs asociadas que facturan globalmente 108 millones de euros y concentran el 45% de la producción española. Estas cooperativas se distribuyen en varias Comunidades Autónomas: Aragón, Andalucía, Cataluña, Murcia, Valencia, Baleares y Castilla-La Mancha. Entre todas ellas, destacan, en base a su capacidad de concentración e integración de la oferta e influencia en el ámbito de la comercialización: La Unión Agraria de

Reus en Cataluña, Frutos Secos Alcañiz en Aragón, Intercoop en la Comunidad Valenciana y Almensur en Andalucía.

Las cooperativas, en su mayoría calificadas como Organizaciones de Productores, en el marco de la ejecución de los Planes de Mejora amparado por ayudas comunitarias y de los Programas Operativos, han contribuido decisivamente, en la última década, a la modernización del sector de los frutos secos: de las estructuras de producción y de comercialización. El sector ha pasado así, con el tiempo, de ser una actividad residual a constituir una actividad con alto grado de especialización que gana competitividad para enfrentarse a sus competidores directos que tienen ratios de costes y productividad muy superiores.

Las cooperativas están contribuyendo a disminuir los costes de producción y a formar y asesorar técnicamente a los agricultores en sus explotaciones; a adaptar sus plantaciones a los requerimientos del mercado e implantar técnicas de producción ecológica e integrada o puesta en riego; a participar en los procesos de transformación y valorización de los productos; a desarrollar nuevas tecnologías para la mejora de la calidad ■

titividad en comparación con las de los países competidores, hay que reconocer que el futuro del sector es incierto. Por una parte, los productores europeos, españoles, siguen dependiendo de las ayudas comunitarias para ajustar sus cuentas. Por otra, los mercados están fuertemente condicionados por el comportamiento de los Estados Unidos (para la almendra) y Turquía (para Avellana), quienes marcan precio.

Tenemos que confiar, yo confío personalmente, en que, por una parte, el propio sector, organizado en torno a sus Cooperativas conseguirá mantener sus esfuerzos para progresar en la concentración e integración de la oferta y la adaptación de la producción a las exigencias del mercado. En este camino varios objetivos básicos deben marcar nuestros pasos: primero la mejora y la promoción de

la calidad de nuestros productos y la diferenciación de los mismos con respecto al producto de importación. Segundo, el esfuerzo aumento de la productividad tanto mediante la mejora varietal (óptima aclimatación de las variedades a cada territorio) como a través de la puesta en riego del cultivo. Tercero, el control de los costes de producción y la máxima valorización de nuestros productos. Finalmente y en relación con los tres anteriores, el reto fundamental: mejorar la dimensión, cohesión e integración de nuestros agricultores.

Por otra parte, necesitamos que nuestras administraciones tomen conciencia de la importancia estratégica de sector, desde el punto de vista social y medioambiental y le provean de un apoyo público suficiente para garantizar su mantenimiento ■

# Sector de Patata

## Principales datos del sector

El sector de la patata en España aglutina a la producción de patata para consumo en fresco, la patata para uso industrial y la patata con destino a siembra, con características diferentes.

Por regiones geográficas, se distingue la producción de patata temprana y temprana de Andalucía y el resto de zonas mediterráneo y la patata de media estación, cultivada en Castilla y León, País Vasco, La Rioja y Galicia, cuyas superficies representan el 50% de la superficie total española, que asciende en total a 85.000 Has.

Todos estos segmentos deben hacer frente a un mercado interior especulativo y muy inestable y condicionado por atomización de los primeros eslabones de la cadena agroalimentaria y la concentración y segmentación de la demanda. El sector se enfrenta en solitario a estas circunstancias pues se trata de una actividad históricamente excluida de la política agraria común y, por lo tanto, no recibe ninguna ayuda comunitaria ni tiene derecho a Pago Único.

La producción alcanza rendimientos considerablemente inferiores a los de sus países vecinos. A nivel comercial, todavía no se ha logrado situar a la patata española en el lugar que le correspondería en base a su calidad culinaria lo que permitiría una mayor valorización. Ambos factores explican el carácter netamente deficitario de esta producción en nuestro país.

## Sector Cooperativo - Actividad Sectorial

Las Entidades Asociativas Agrarias de patata concentran el 15% de la producción nacional, aunque llegan al 20% en Castilla y León -principal región productora- y superan el 70% en el caso de la patata de siembra. Cooperativas Agro-alimentarias aglutina actualmente a 15 empresas comercializadoras de patata las cuales facturan 63 Millones de Euros. Se distribuyen por todo el territorio, pero actúan principalmente en Castilla León, comunidad que alberga la mitad de las entidades y de la facturación.

Las cooperativas productoras y comercializadoras de patata españolas están haciendo frente actualmente a un claro proceso de reestructuración:

en los últimos cinco años, la cifra de facturación por cooperativa se ha más que duplicado. Esta evolución está encaminando, además, poco a poco, a las empresas hacia la especialización y la concentración de las estructuras productivas y comerciales y está permitiendo su avance en la cadena agroalimentaria a través de la valorización de los productos de los socios y estabilizando las rentas de los agricultores.

La contribución de las cooperativas a la adaptación de la demanda española se está llevando a la práctica



**Jesús F. Carrión**

Presidente del CS de Patata

## ¿Cómo ve el futuro de las cooperativas de Patata? ¿Hacia dónde deben encaminarse?

El de la patata es un sector enfrentado periódicamente a graves crisis de precios. En 2009 hemos atravesado una situación particularmente difícil en un contexto de crisis que ha afectado especialmente al subsector de la patata de industria e indirectamente al fresco.

Podríamos ser optimistas si nos atenemos a datos objetivos como: la calidad de nuestro producto, el nicho de mercado que podemos aún conquistar dentro de nuestras fronteras y la tendencia positiva de nuestras empresas en cuanto a modernización y redimensionamiento. Pero para aprovechar realmente estas oportunidades hace falta una reacción del sector definitiva y conjunta. No nos podemos conformar con ir saliendo -año sí año no- de los ciclos de subida y caída de precios que se suceden. Después de cada fase de caída de precios, la recuperación no es total, es decir, a largo plazo podríamos estar asis-

mediante el asesoramiento técnico ofrecido al agricultor, la adaptación de su producto a las nuevas tendencias comerciales de presentación o diferenciación por aptitudes culinarias y la mejora de las instalaciones de almacenamiento y manipulación. Es especialmente destacable el avance y los logros de estos procesos en el caso del sector cooperativo de Canarias que se ha basado en las particularidades del cultivo en esta región. Por empresas, destacan los logros y la consolidación de empresas como APP, La Carpeña, Prodeleco y Aranjino en Castilla y León, UDAPA y GARLAN en el País Vasco y la Cooperativa de Benijos en Tenerife ■

tiendo a un desmantelamiento paulatino y silencioso de este sector en España (en general en los países mediterráneos) a favor de los países del norte de Europa.

Para revertir esta tendencia tenemos la tarea de sensibilizar a la Administración, por ejemplo, para que se relance y adapte el Real Decreto de APAs a las necesidades actuales, para que mejore la política contractual o la norma de calidad.

Pero la responsabilidad es fundamentalmente nuestra: debemos aunar las fuerzas y las iniciativas del conjunto del sector español. Quedan graves problemas estructurales por abordar; camino por andar en materia de mejora de la competitividad, calidad y orientación al mercado de nuestras producciones; valorización y diferenciación de la patata temprana; de conocimiento y autorregulación de la oferta; en materia de profesionalización y especialización de nuestros cuadros directivos; en la mejora de las relaciones proveedores-clientes creando alianzas y estrategias conjuntas.

Soy optimista en cuanto a la capacidad de reacción de nuestras cooperativas y del conjunto del sector. Confío, por ejemplo, en que cuaje el proyecto de constitución de la Mesa Sectorial de la Patata y que dé frutos en todos los sentidos apuntados: que entre todos, analicemos nuestra situación presente y diseñemos una estrategia conjunta para empezar a trabajar ■



## Sector de Flores

### Principales datos del sector

El cultivo y la comercialización de Flores y Plantas, es un sector relativamente pequeño, en comparación con el conjunto de la producción agraria, pero que interviene de una manera decisiva en el desarrollo económico y social de las zonas productoras, que están muy localizadas en el territorio español.

La producción de flor cortada en España se concentra en Andalucía, con el 72% de la producción nacional, seguida de la Galicia con el 11% y Murcia con el 7%. En el caso de la planta ornamental la producción española se encuentra muy repartida entre las comunidades autónomas de Andalucía y Cataluña con un 30% del total de la producción cada una, seguida de la Comunidad Valenciana con un 28%.

La producción de flor cortada y planta ornamental se encuentra concentrada en gran medida en explotaciones familiares de pequeña dimensión, volcadas hacia este cultivo como actividad principal y cuya economía depende y está condicionada por unos costes de producción elevados, derivados de prácticas de cultivo intensivas –que mayoritariamente se realizan en invernadero- y por la necesidad de adaptación constante a los cambios tecnológicos.

La producción de flor y planta española se dirige fundamentalmente a los mercados exteriores (principalmente Holanda, Alemania, Reino Unido y Francia), en los que deben competir

-sin recibir ningún apoyo público- con las importaciones de países terceros producidas a menor coste.

### Sector Cooperativo - Actividad Sectorial

Aunque el sector de las flores y plantas está muy atomizado, las empresas asociativas (cooperativas o SATs) agrupan una parte importante de la producción española. Reúnen en torno al 15% de la producción nacional, aunque en las principales regiones productoras, como Andalucía, este porcentaje llega al 30%. **Cooperativas Agro-alimentarias** aglutina a 13 empresas que facturan 49 millones de euros y que se distribuyen entre Cataluña, Andalucía, Murcia y Galicia.

Las cooperativas españolas productoras y comercializadoras de flores y plantas apoyan a sus socios en cada una de las fases de la producción con el fin de gestionar óptimamente sus explotaciones y adaptarlas a los requerimientos del mercado. La diversificación de la producción de flor hacia especies de mayor valor añadido, la modernización de la red de invernaderos, la ampliación de la red comercial y la implantación de protocolos de calidad certificada y de trazabilidad, para satisfacer las exigencias crecientes de los clientes, son los objetivos básicos que persiguen las empresas cooperativas. Gracias su intervención en el asesoramiento técnico y a la concentración y adaptación de la oferta el agricultor logra mejorar su posición en la cadena comercial ■



**Miguel Ángel Galán**

**Presidente del CS de Flores**

### **¿Cómo ve el futuro de las cooperativas de flores y plantas? ¿Hacia dónde deben encaminarse?**

El futuro de nuestro sector está bastante complicado. Desde el punto de vista de la producción nos encontramos con serios problemas que afectan a nuestra capacidad de defendernos en el mercado. De una parte, nos encontramos en franca desventaja frente a nuestros competidores de terceros países quienes, por ejemplo, todavía pueden utilizar el Bromuro de Metilo para desinfectar el terreno. Por otra, sus costes de mano de obra son claramente menores. A pesar de esas diferencias, que se traducen en pérdida de competitividad para nosotros, todos acudimos a los mismos mercados, pero con diferentes posibilidades...

Desde el punto de vista comercial también encontramos desigualdades. La fortaleza del euro frente al dólar motiva que el mercado europeo resulte más atractivo que el norteamericano como destino de las flores de Colombia, Costa Rica,

Ecuador... Otro factor que nos amenaza: el aumento de producción en algunos países del Continente Africano y otras zonas a nivel mundial como Egipto, Turquía, China, etc. que complica día a día el futuro de nuestras exportaciones.

Por todo ello, en los últimos años, las cooperativas de este sector y, en general, la producción y comercialización de flores y plantas ha ido cediendo terreno en España. Este retroceso es particularmente notorio en el caso de la flor cortada en Andalucía. Se ha llegado a una situación crítica y ante nosotros está pasando, seguramente, el último tren.

No todo son amenazas, también encontramos oportunidades. En lo que se refiere al mercado interior encontramos una de ellas: el consumo de flores y plantas en España está creciendo –y ello, a pesar de la difícil situación económica por la que estamos atravesando-. Incluso, cabe esperar que la tendencia continúe, puesto que nos encontramos aún muy por debajo de nuestros vecinos comunitarios en cuanto a consumo de flores y plantas naturales en términos de gasto por habitante y año. Tenemos que ser capaces de satisfacer esa demanda. Para ello, el reto es diversificar aún más las variedades que producimos y mejorar la calidad de las mismas. Para alcanzar este objetivo y ganar cuota en nuestro mercado interior, necesitamos el apoyo de nuestras administraciones, ya sean estatales o autonómicas. Esperamos de ellas

que ayuden a revitalizar este sector que, si bien es pequeño en cuanto a superficie de producción, tiene una importancia vital en términos de generación de empleo tanto directa como indirectamente.

No podemos esperar más para adaptar nuestra estructura y sistema de producción y comercialización a las crecientes exigencias del mercado. De lo contrario, las cooperativas seguirán desapareciendo como lo han hecho en los últimos años, cuando hemos perdido un 15% de nuestra cifra de negocios. Insisto en que, para ello, necesitamos el apoyo de nuestras administraciones: es necesario un “Plan de Choque”.

Por eso, hemos trabajado concienzudamente con el MARM y las CCAA de las regiones productoras, hasta lograr un sistema de apoyo público a este colectivo de empresas. Así, a partir de 2010, entrará en vigor el Real Decreto de Ayudas a las Agrupaciones de Productores (APAs), que ayudará a financiar las fuertes inversiones que nuestras estructuras productivas y de comercialización necesitan acometer de manera urgente.

Tengo la esperanza de que no sea demasiado tarde, de que nuestras cooperativas tengan aún la capacidad de financiar este proceso de adaptación... De que este impulso sirva para revertir la tendencia al desmantelamiento de este sector en los últimos años: que podamos ganar la competitividad que actualmente nos separa de nuestros competidores ■





## El sector de Cereales

Los cereales representan algo más del 11% de la Producción Final Agraria (PFA) y casi el 20% de la Producción Final Vegetal (PFAV), según los datos del Ministerio de Agricultura de 2008. Este sector con una producción poco estable, muy dependiente de los efectos del clima, ha visto como en los últimos años, además de tener una importante reducción de superficie, está teniendo una importante caída de los niveles de precios. Además, el valor de la producción de cereales en € constantes viene cayendo año tras año.

El número de cooperativas de cereales asociadas a las diferentes federaciones

territoriales son 447, que representan aproximadamente el 50% del cereal que se comercializa en España. Las cooperativas comercializadoras de cereales se distribuyen por todo el territorio nacional, pero fundamentalmente destaca su presencia en 8 Comunidades Autónomas, donde la producción de cereales es vital, tanto por la ocupación del territorio, como por su importancia económica y por su participación en la cadena de transformación. La producción de cereales representa en estas Comunidades Autónomas el 97% del total producido en España.

Las campañas de comercialización 08/09 estuvieron marcadas por la continua variación alcista de los datos de producción mundial, que acompañados de un incremento menor de la demanda, dio lugar a una recuperación de las existencias mundiales y a colocarlas



**Lucas Ferreras**

**Presidente CS Cultivos Herbáceos**

### ¿Cómo ve el futuro del sector cerealista? ¿Hacia dónde deben encaminarse las cooperativas?

Lo primero que tenemos que destacar para hablar de cómo vemos el futuro del sector de los cereales, es analizar la problemática del desarrollo y crecimiento de la población mundial. Salvo en Europa, la tendencia de la población es creciente y se calcula que en 2050 rondaremos los 10.000 millones de habitantes.

Este importante crecimiento de la población es todavía más llamativo cuando analizamos la densidad en las diferentes regiones del mundo y vemos que sobre todo seguiremos teniendo una enorme concentración en el este asiático, manteniendo enormes concentraciones en Europa y algunas regiones del continente americano.

Con todo esto la demanda de cereales en los próximos años pasará a ser de una importancia fundamental para el abastecimiento de alimentos de la población mundial, ya sea en alimentos directos de cereales o transformados, como en abastecimiento para alimentar a los animales.

En este sentido el sector de los cereales tendrá que hacer frente a retos muy importantes en cuanto a la adaptación a las nuevas tecnologías, tanto en la maquinaria utilizada para todos los procesos del ciclo produc-

tivo y transformador, como en asumir la eficiencia de la genética para solventar los problemas de rendimiento que en la actualidad presentan los ciclos productivos.

Una vez hecha una rápida visión del futuro inmediato, tenemos a corto y medio plazo una serie de retos a los que tenemos que enfrentarnos. Lo primero es organizar la oferta de manera que satisfaga las necesidades, de nuestros productores y de nuestros clientes. Las cooperativas debemos utilizar la calidad como herramienta de comercialización y de presencia en el mercado. La calidad debe ser el principal objetivo que nos sirva para ordenar y adecuar la oferta a nuestra demanda.

Otro elemento muy ligado con todo lo anterior es el fomento en la utilización de semilla certificada en todos los cereales a través de cooperativas, con el objetivo de mejorar la obtención de valor añadido de algunas variedades que, con los modelos actuales de producción no se consiguen. Y una vez conseguido poner orden en la producción deberemos llevar a cabo la clasificación de variedades de cereales para la ordenación de la oferta, incentivándola a través de las cooperativas.

Planificar la producción no sólo pasa por obtener mejores variedades, las cooperativas deberemos ser las empresas que garanticen la adecuada utilización de las explotaciones de los socios, de los agricultores, evitando el abandono de la superficie y logrando el mejor aprovechamiento de la superficie útil en cada región.

Para facilitar nuestra interacción con el mercado hemos creado en **Cooperativas Agro-alimentarias** un grupo de comercialización con cooperativas pertenecientes a todas las federaciones, que analizan e intercambian puntos de vista sobre el desarrollo de la campaña de comercialización. Este grupo ha provocado un mayor dinamismo en el funcionamiento y tratamiento de la información y en el desarrollo de la actividad sectorial de nuestra organización ■

en niveles de seguridad que sirvieron para tranquilizar a los mercados. Otro dato que hizo peculiar esa campaña fue la continua variación de los datos de consumo mundial, con un descenso en los últimos meses de campaña, que hizo mantenerse estables los crecimientos de los stocks mundiales.

En la UE el comportamiento fue similar, una cifra récord de producción de cereales que llevó a recuperar el mecanismo de almacenamiento público de cereales, con importantes ofertas a la intervención, sobre todo en los países del este. En España el comportamiento no fue diferente, un inicio de campaña, la 09/10 marcada por unos precios que continuaban la inercia alcista del final de la anterior campaña y con una producción de cereales, que paso de una cosecha récord en 2008 a una mala cosecha en 2009, pero que contó con un importante exceso de existencias de la campaña anterior.

A nuestro sector le rodeó la crisis, ya sea la económica, ya sea de madurez comercial ya sea de confianza en los elementos de mercado. Para las cooperativas ha sido

un momento muy importante. Durante las dos campañas precedentes se demostró, una vez más el importante papel de las cooperativas en el suministro continuado de cereales, dada la importante cantidad de cereal retenido por los agricultores.

La campaña de comercialización 08/09 y la 09/10 se caracterizan por la tendencia bajista, por la elevada volatilidad, y por una demanda que trabaja al día, nadie se atreve con futuro. En este sentido, y a pesar de las dificultades que entraña una situación así, las cooperativas han llevado la comercialización mes a mes repartiéndolo sus volúmenes para cubrir toda la campaña con oferta interior.

España es un país netamente deficitario en el consumo de cereales. La situación de oferta y demanda hace que el balance sea muy dinámico, por lo que a medida que transcurre la campaña las cifras pueden variar en función de la variación de la demanda. Además, el acceso a la oferta mundial de cereales está siendo tremendamente competitivo debido a la elevada oferta mundial y europea y al abaratamiento de los transportes.

En resumen, en las campañas precedentes el papel de las cooperativas

	COOPERATIVAS ASOCIADAS	FACTURACIÓN TOTAL €
<b>Aragón</b>	74	178.008.843,45
<b>C. La Mancha</b>	66	104.185.678,00
<b>Castilla y León</b>	40	250.000.000,00
<b>Extremadura</b>	84	99.102.431,69
<b>Navarra</b>	48	60.400.000,00
<b>Andalucía</b>	96	142.150.788,00
<b>Cataluña</b>	34	42.984.970,71
<b>País Vasco</b>	4	120.570.428,00
<b>Rioja</b>	1	6.445.627,27
<b>TOTAL</b>	<b>447</b>	<b>1.003.848.767,12</b>

ha sido fundamental para la regulación de la oferta y la demanda en España. A pesar de sufrir las consecuencias de la volatilidad, de la falta de liquidez, de los cambios de orientación del mercado de futuros, de la crisis financiera, de sequías, de incertidumbre en las siembras, de los problemas de costes de los insumos agrícolas, de tormentas y condiciones atmosféricas y un interminable rosario de circunstancias, que están volviendo loco a todos los intervinientes en este sector en las últimas campañas ■

# Tecnología para la post-cosecha



**Limpieza y gestión de almacenaje: La base para la calidad**

## Transportar, almacenar, limpiar, clasificar, secar, refrigerar

**Instalaciones de alto rendimiento** con tecnología probada y avanzada. Schmidt-Seeeger ofrece un amplio abanico de sistemas de acondicionamiento para cereales, malta, maíz, arroz, semillas oleaginosas, legumbres etcétera:

Transportadores de cinta, transportadores de cadena, transportadores sinfin, elevadores, limpiadoras aspiradoras y cribadoras de la serie TAS, secaderos, refrigeradores, triarbojones.

### Control de calidad permanente

Maquinaria para la permanente toma-muestras y para el control de calidad de productos granulados y que fluyen.



## El sector de Arroz

La producción de arroz en España está muy ligada a las disponibilidades de agua, lo que ha provocado una importante reducción de superficie en los últimos años en algunas Comunidades Autónomas. Pese a tener un rendimiento estable, en las últimas campañas además, se ha producido una importantísima volatilidad con estancamiento final a la baja de los precios.

El número de cooperativas arroceras asociadas a las diferentes federaciones territoriales es de 78, lo que representa aproximadamente más del 60% del arroz que se comercializa en España. Las cooperativas comercializadoras y transformadoras de arroz se distribuyen por todo el territorio nacional, pero fundamentalmente destaca su presencia en 7 Comunidades, donde la producción de arroz tiene una vital importancia tanto desde el punto de vista de la ocupación del territorio, como por su importancia económica

y por su participación en la cadena de transformación.

El sector arrocerero está trabajando de manera muy eficaz en la concentración de la oferta en las diferentes regiones productoras, con el objetivo de analizar los mercados nacionales, europeos e internacionales, de los diferentes productos que se comercializan, para llevar a cabo una regulación de la oferta cooperativa. Concentración de la oferta para impulsar el valor añadido del arroz elaborado, introduciendo marcas regionales, concentrando la compra semilla y participando de las redes de experimentación de las diferentes Comunidades Autónomas. Hay que destacar que las cooperativas transforman y comercializan arroz en todas las Comunidades Autónomas, la totalidad en el caso de Cataluña y Murcia, y un porcentaje cada vez más ligado a la demanda en el resto.

Hay que destacar la importancia que tienen las cooperativas arroceras en aspectos como el desarrollo de regiones desfavorecidas evitando la desertización y recuperando tierras de cultivo en zonas marginales de difícil reconversión al sistema agrícola-productivo; manteniendo aceptables niveles de renta que ralentizan el éxodo rural y un alto grado de compromiso por la conservación del medio rural como fuente de riqueza ■

	COOPERATIVAS ASOCIADAS	FACTURACIÓN TOTAL €
Aragón	12	7.384.480,80
Extremadura	36	72.532.710,88
Navarra	10	1.728.120,00
Andalucía	6	43.616.030,00
Cataluña	2	44.565.979,00
Murcia	1	2.306.152,84
Valencia	11	13.250.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>78</b>	<b>185.383.473,52</b>

### Manuel Rodríguez

Presidente CS de Arroz



#### ¿Cómo ve el futuro del sector arrocerero?

#### ¿Y el futuro de las cooperativas?

El arroz es el alimento básico más importante en el mundo. Más de las cuatro quintas partes del arroz mundial se produce y se consume por pequeños agricultores de los países más desfavorecidos y en vías de desarrollo. Más de la mitad de la población mundial depende del arroz como principal fuente diaria de calorías y proteínas. Cada una de estas personas consume de 100 a 240 kilos de arroz por año, según la FAO.

Para las cooperativas españolas seguir invirtiendo en el sector es un objetivo a medio y largo plazo. Las cooperativas arroceras estamos contribuyendo de manera decisiva al desarrollo económico y al mantenimiento de la población rural y de la agricultura en nuestras zonas, peculiares por el cultivo que desarrollamos, pero de gran importancia para el desempeño del importante papel que la agricultura tiene para evitar por un lado, el abandono de la población y por otro, la erosión y la pérdida de superficie. El crecimiento de nuestra agricultura no se sostendrá a largo plazo, si no se invierte en ella.

Nuestro objetivo es ser motor de crecimiento y contribuir de la mejor manera posible a la reducción del abandono, y favorecer con nuestra pequeña aportación, las necesidades de la demanda impidiendo que el consumo y la falta de desarrollo de cultivos, en las zonas económicamente más avanzadas, sea el freno del desarrollo de los cultivos y de la alimentación

en los países con menor desarrollo. Con nuestras inversiones podemos reducir la inseguridad alimentaria en el mundo.

Desde Cooperativas Agro-alimentarias tenemos un claro objetivo, de manera inmediata y fácil de comprender, la ordenación de la oferta y la adecuación de la misma a las nuevas tecnologías, ya que nuestro buen hacer será la mejor red de seguridad para la producción española de arroz. Concentrar las diferentes ofertas de tipos de arroces que producimos y transformamos, es el objetivo por el que en la actualidad estamos trabajando. La demanda de arroz es cada día más exigente respecto a las calidades y variedades que compra, no sólo el rendimiento, y la uniformidad y homogeneidad de la oferta, además, cada vez empleamos procesos industriales más automatizados y más específicos.

Otro reto inmediato es saber aprovechar el valor añadido de nuestras variedades, mediante la ordenación de nuestra oferta y la intercooperación entre las diferentes cooperativas de las Comunidades Autónomas. Etiquetar los paquetes de arroz para que el consumidor esté informado y aprecie y valore la calidad y los esfuerzos que los arroceros hacemos, es sin duda el reto que hará posible todos los demás ■

La industria cooperativa produce la tercera parte de la alfalfa deshidratada en España, este año se calcula una producción de 1,7 millones de toneladas, lo que demuestra la importancia de esta producción para el sector y las zonas rurales. La alfalfa es el principal cultivo que se deshidrata y su importancia radica en que sirve para compensar el déficit de materias primas provocado por la mala climatología. La necesidad de suministrar alimentación del ganado durante el invierno, da un valor añadido a la deshidratación, por la conservación de las producciones estivales, y ha motivado la importante evolución de la producción de forrajes deshidratados en España, liderando la producción europea.

La superficie española dedicada a la transformación de alfalfa está muy definida. Principalmente situada en el Valle del Ebro, con más del 77% de la superficie total, Aragón con el 54%,



**Ángel Miguel**  
Presidente CS Forrajes

### ¿Cuál es el futuro de las cooperativas transformadoras?

El sector de los forrajes cuenta con un futuro abierto, no sólo en España y en la UE. El mundo entero está trabajando por la recuperación y el respeto por el medio ambiente, la lucha contra el cambio climático, la biodiversidad, la protección del agua, el ahorro y la adecuada uti-

lización de la energía en todas sus variantes, la diversidad y seguridad de los abastecimientos energéticos, la promoción de las fuentes de energía renovables, la eficacia energética, etc. En este sentido, no podemos ver el futuro de la agricultura sin nuestro sector, creemos en el gran futuro de la alfalfa en el seno de la agricultura de la UE, teniendo en cuenta sus ventajas para el medio ambiente. Es por ello que las cooperativas transformadoras de alfalfa deberán aumentar su protagonismo en el desarrollo y futuro de la agricultura europea.

Lleida con el 20% y Navarra con el 3,5%. También se está desarrollando, por el valor de la deshidratación para la ganadería, en Castilla y León y Andalucía. La importancia de este cultivo para la alimentación animal está haciendo que esté presente prácticamente en todo el territorio nacional. Su crecimiento es un claro síntoma de que la producción de alfalfa con destino a su transformación es una gran alternativa a los nuevos regadíos. Aragón sigue siendo la fuente principal de suministro de alfalfa deshidratada, con casi un millón de toneladas, lo que representa el 56%, seguida de Cataluña con el 25%. La alfalfa transformada, se comercializa en dos formatos principalmente, en forma de granulado de alfalfa, el 17 % del total, utilizado fundamentalmente por las fábricas de piensos compuestos, y la bala (paca) de forraje deshidratado, el 83%, que es un forraje de fibra larga cuyo destino principal es el vacuno de

del sector de la alimentación animal. Un futuro de equilibrio entre la producción de los socios que participan con la alfalfa en el mantenimiento de la biodiversidad. A ello hay que añadir el carácter perenne de nuestros campos de alfalfa, y su importancia para nuestra fauna como parcelas de referencia en un paisaje que se transforma cada año.

La transformación de alfalfa tiene un futuro optimista por la necesidad que tiene la alimentación animal de abastecerse con productos de calidad, y la alfalfa deshidratada que hacemos las cooperativas, la tiene. A corto plazo, debemos potenciar la imagen comercial del producto terminado con la garantía de asegurar la oferta de alfalfa deshidratada con unos criterios de calidad basados en aplicación amplia de los criterios desarrollados por el sector en nuestras normas de calidad ■

## El sector de Forrajes

leche al que proporciona mayor contenido en grasa y proteína.

No podemos pasar por encima la importancia de este cultivo en lo que se refiere a seguridad alimentaria, ya que tiene una transparente y fácil trazabilidad, lo que hace de su cultivo y transformación una garantía fiable a quien lo utiliza. A esta garantía hay que añadirle que el sector deshidratador español ha desarrollado una Norma de Calidad Certificada.

Para las cooperativas este sector transformador de forrajes dispone de

	COOP. ASOCIADAS	FACTURACIÓN TOTAL €
<b>Aragón</b>	30	43.871.438,53
<b>Navarra</b>	6	1.171.643,00
<b>Andalucía</b>	3	1.564.019,00
<b>Cataluña</b>	12	17.599.839,17
<b>C. La Mancha</b>	1	2.120.897,00
<b>C. León</b>	4	35.000.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>101.327.836,70</b>

muchos y sólidos argumentos para defender su importancia, asegura la trazabilidad, la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente, que son las principales condiciones que nuestra moderna sociedad urbana le exige a la agricultura

europea. No debemos olvidar la estrecha relación existente entre el cultivo de forrajes y el mantenimiento de la agricultura sostenible, mediante prácticas culturales beneficiosas para el medio ambiente. Durante los años del ciclo

de vida de los forrajes, se mantiene una tupida cubierta vegetal, que no exige la utilización intensiva de herbicidas, entre otros, contribuyendo a la disminución de la contaminación del agua, y a la erosión de la tierra cultivable ■

## El sector de Tabaco

La producción de tabaco en España está muy ligada a dos Comunidades Autónomas, Extremadura, que concentra el 85% de la producción y Andalucía con el 11%. Es un cultivo intensivo en mano de obra, que además en España, se cultiva de manera muy testimonial en otras CCAA. España es el tercer país productor de tabaco de la Unión Europea, con un umbral de garantía de 40.672 toneladas. La producción de tabaco se ajusta a este umbral de garantía por lo que la producción de tabaco por encima, no se beneficia de ayuda alguna, por lo que se hace inviable el cultivo ■



**José María Ramos**  
Presidente CS Tabaco



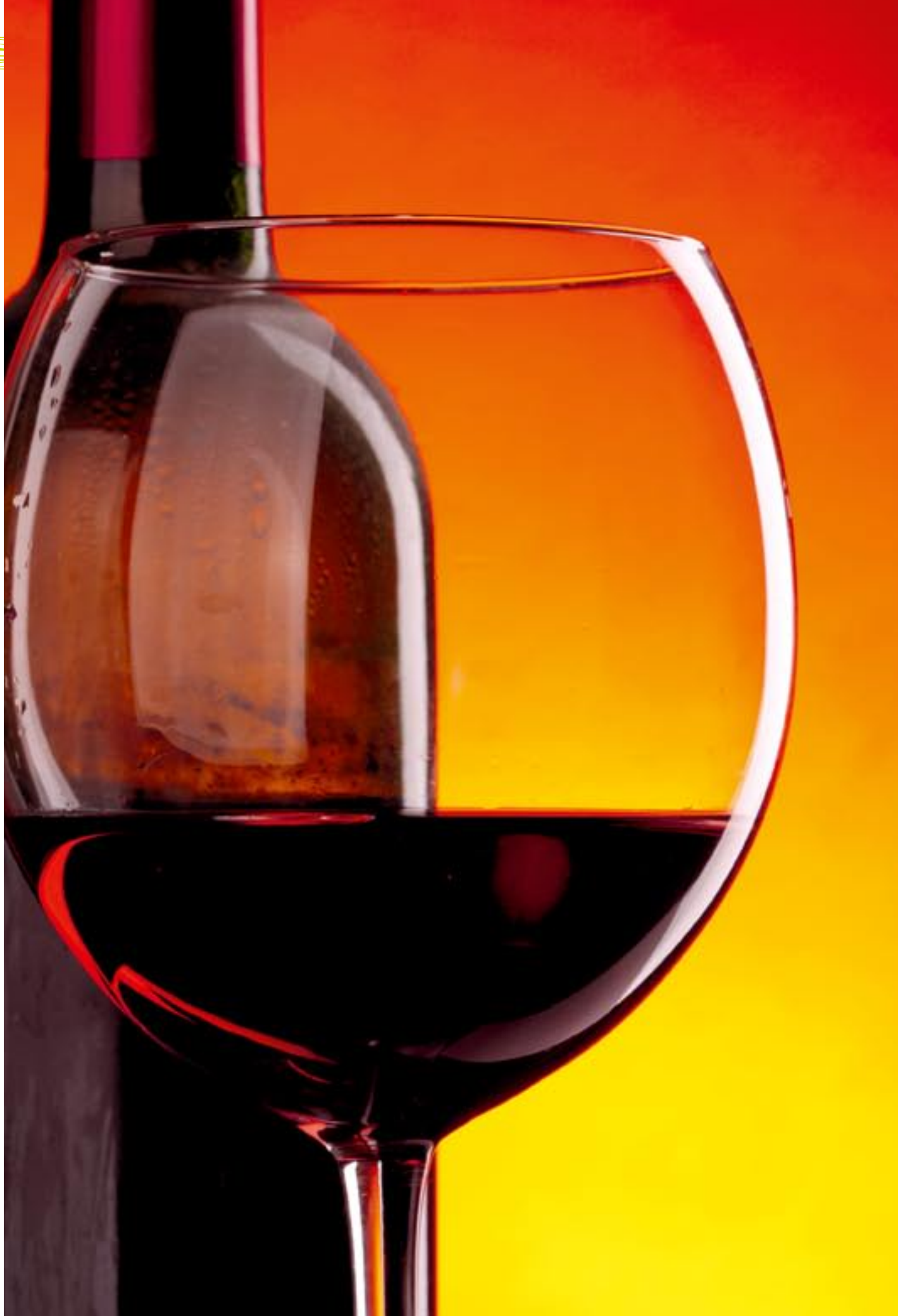
### ¿Cuál es el futuro de las cooperativas de tabaco?

En un momento en los que las señales ajenas a la agricultura marcan el camino que los sectores deben seguir, quizás sea el sector del tabaco quien más va contra la corriente que indican esas señales. En los últimos años la producción de tabaco y las cooperativas tabaqueras viven una constante incertidumbre y preocupación. La UE, con sus reformas, la OMC con su liberalización del comercio mundial, la OMS y su lucha contra el tabaquismo, nos advierten del escaso futuro que tiene la producción de tabaco en un mundo "sostenible" y por tanto libre de tabaco.

Sin embargo, las cooperativas productoras de tabaco vemos otro tipo de señal, vemos la realidad del mercado, vemos las señales que el mercado mundial nos emite, vemos que nos demandan tabaco producido en España, por cierto, muy apreciado por su calidad. Por eso las cooperativas vamos a tener un papel determinante en el futuro de este sector, concentrando la producción y abaratando sus costes con importantes inversiones colectivas. Tenemos por delante el trabajo de establecer un marco estable que satisfaga todas las necesidades del sector, un marco de integración que cuente con las industrias transformadoras para planificar y desarrollar juntos el nuevo modelo que tenemos por delante, una vez suprimidas las ayudas.

Si queremos seguir haciendo tabaco de manera rentable y con futuro sólo nos queda una salida, seguir asociados en cooperativas, integrarnos en modelos profesionales a fin de responder con rapidez los cambios y complejos requerimientos del mercado en el que nos desenvolvemos. La integración se convierte, así, en la única salida a esta difícil situación.

Las cooperativas tenemos como objetivo la orientación de la producción hacia variedades y calidades poco nocivas para la salud, y que respeten la biodiversidad y el medio ambiente y que permitan optimizar la rentabilidad del sector en el marco del desarrollo sostenible ■



## El sector de Vino

El sector vitivinícola es uno de los más relevantes de la agricultura española, ya que además de su importancia económica en la generación de riqueza y empleos directos e indirectos, tiene también unas connotaciones sociales, medioambientales y culturales, como ningún otro sector agrario ni agroalimentario. Todo ello conlleva unas implicaciones, difíciles de igualar, en la ocupación y ordenación del territorio y, en general, en el ámbito rural donde el viñedo está radicado. Su extensión abarca actualmente en torno a 1 millón de hectáreas y se sitúa por superficie en el tercer lugar de la agricultura española, detrás de los cereales y del olivar. El número de explotaciones agrícolas que incluyen el viñedo entre sus cultivos se aproxima a las cuatrocientas mil y, de éstas, algo más del 50% pertenecen a productores asociados a alguna bodega cooperativa.

Según los datos de las declaraciones anuales, la producción media española de vino y mosto en las cinco últimas campañas se sitúa en torno a 40 millones de hectolitros y las cooperativas vitivinícolas aglutinan más del 60% de este volumen, superando este porcentaje en algunas de las Comunidades autónomas. Lo mismo ocurre cuando se trata sólo de mostos sin vinificar. Sin embargo, en el segmento de los vinos con denominación de origen protegida, la tasa de participación de las bodegas cooperativas es algo más moderada, alcanzando alrededor del 40%.

La facturación global del sector vitivinícola español en los últimos años de aplicación de la OCM anterior ha alcanzado, e incluso superado, los 3.000 millones de euros, de los cuales más del 50% procede de los reembolsos generados por la exportación de los diversos productos del sector. En 2008 el volumen de vinos exportados en las diversas categorías se aproximó a 17 millones de hls, cifra que

incluyendo el mosto no vinificado y el vinagre superó los 19 millones de hls. En dicho ejercicio, la factura del vino exportado casi alcanzó los 2.000 M€, cantidad que quedó superada (2.163 M€), sumando la factura generada por los mostos y vinagres.

De esta facturación, las cooperativas obtienen cerca de 1.000 millones de euros (casi el 30% del total). Este desfase entre la posición que ocupan en la producción y en la facturación es debido a que una buena parte de ellas operan principalmente con productos a granel, de poco valor añadido (vinos de mesa, mostos e incluso vinos con denominación de origen) y, salvo estimables y honrosas excepciones, ocupan todavía un lugar discreto en la exportación.

Las bodegas cooperativas contribuyen de una forma decidida a la vertebración del sector vitivinícola en las zonas rurales donde se ubican. En muchos municipios españoles son la principal, y en ocasiones la única, empresa local generadora de empleo y riqueza.

Existen en España unas 650 entidades asociativas (cooperativas y SATs) productoras de vino.

Según el estudio interno sobre vinos embotellados por las cooperativas vitivinícolas, se han detectado tres segmentos bien diferenciados, conforme al grado de desarrollo empresarial y comercial de las bodegas cooperativas:

- Algo más de un 15% de las bodegas cooperativas han alcanzado un nivel organizativo empresarial y comercial aceptable, comparable a cualquier otra bodega de carácter mercantil. Este grupo, que incluye unas 65 entidades asociativas, acapara en torno al 80% de los vinos cooperativos embotellados, cuyo volumen se aproxima a unos 200 millones de botellas.
- Alrededor de otro 25% (unas 130 bodegas), se encuentran en una situación intermedia, caracterizada por una estructura empresarial aún en desarrollo. Realizan aún gran parte de la comercialización de sus productos a granel, pero han iniciado ya experiencias serias con embotellados y,

FUT	Nº de Bodegas Cooperativas Asociadas	FACTURACIÓN (M€)
Galicia	9	25,15
Aragón	33	63,24
Andalucía	42	54,42
Cataluña	70	72,32
País Vasco	7	15,81
Murcia	3	11,06
La Rioja	26	116,48
C. Valenciana	84	53,3
Baleares	3	0,1
Madrid	13	5,07
Castilla-La Mancha	159	417,94
Navarra	32	31,18
Extremadura	29	36,95
Castilla y León	28	80,05
<b>TOTAL</b>	<b>524</b>	<b>985,95</b>

Datos FUTs. 2009





en algunos casos, han comenzado a explorar la faceta exportadora.

► El 60% restante es el segmento menos avanzado de los tres, en cuanto a su dotación y estructura organizativa, así como en la comercialización de sus productos, que en buena medida se expenden a granel, con poco valor añadido, siendo por ello muy dependientes de otras empresas comercializadoras del sector, para las que actúan como proveedoras de materia prima.

Estos dos últimos grupos de bodegas cooperativas disponen, por tanto, de un amplio margen para el crecimiento, tanto en el mercado interior como en la exportación, si se dotan convenientemente de la estructura necesaria para adicionar valor a sus producciones, incrementando sus volúmenes de embotellado y fortaleciendo el área comercial.

El cooperativismo vitivinícola ha hecho un gran esfuerzo en mejorar sus instalaciones y equipamientos en bodega, así como su tecnología de elaboración, pero no es ajeno a la atomización empresarial que caracteriza al conjunto del sector vitivinícola español y carece, en general, de la dimensión suficiente para afrontar con éxito el gran reto de la comercialización, su asignatura pendiente. No en vano, según datos de Alimarket 2008, entre las 70 primeras empresas o grupos bodegueros del ranking español que facturan más de 9 M€, tan sólo 7 (10%) son cooperativas o grupos formados por bodegas cooperativas.

La nueva OCM vitivinícola ha propiciado la desaparición de los mecanismos de intervención y regulación del mercado, que suponía en parte la base de funcionamiento y financiación de un buen número de bodegas cooperativas, que en la situación actual se verán abocadas a integrarse en cualquiera de las formas establecidas para incrementar su dimensión empresarial para situarse en mejores condiciones de competir en los mercados. Es un imperativo que no puede esperar mucho tiempo, bajo el riesgo de desaparición de aquellas que no se lo propongan y lo intenten con agilidad y decisión.

Dada la creciente competitividad que existe en el sector a nivel mundial, las bodegas cooperativas deberán dedicar,

en un futuro inmediato, sus mayores esfuerzos a esta tarea, concentrando y diversificando la oferta, aumentando el valor de sus producciones y potenciando sus estructuras comerciales para aprovechar al máximo sus fortalezas ante los consumidores, y haciendo valer sus óptimas condiciones para garantizar la trazabilidad y la seguridad alimentaria de sus productos y poner en valor otros aspectos cualitativos como la naturalidad, el respeto al medio ambiente, la cultura, el origen, etc., tan apreciados por la sociedad actual.

### Promoción de los vinos

Durante cuatro años consecutivos se ha celebrado un salón exclusivo de los vinos de las bodegas cooperativas, participando en dicha manifestación las bodegas y los vinos premiados en los Premios Manojó, referencia principal

de selección, o en algún otro concurso nacional o internacional. En la actualidad Cooperativas Agro-alimentarias ha encargado el estudio de una nueva modalidad de promoción de los vinos de las bodegas cooperativas que básicamente consistirá en un marchamo o sello de calidad contrastada que podrán utilizar en manifestaciones individuales o colectivas aquellas bodegas que voluntariamente decidan pertenecer al "club" con sus vinos, siempre y cuando se comprometan a cumplir con rigor los requisitos que se determinen en materia de calidad de producto y de servicios. Se constituirá así un grupo puntero de bodegas cooperativas que será el referente de la excelencia de los vinos cooperativos ■

## Joaquín Hernández

### Presidente CS Vino

#### ¿Cómo ve el futuro de las bodegas cooperativas? ¿Hacia dónde deben encaminarse?

El futuro del sector lo veo esperanzador, pues confío que se tomen las medidas adecuadas para ello. Por una parte, las Administraciones tienen que adaptar la legislación, con el fin de apoyar a las Bodegas Cooperativas en su desarrollo comercial y por otra, las Bodegas Cooperativas tenemos que hacer un gran esfuerzo comercial y de concentración, mediante fusiones, o como mínimo, acuerdos de colaboración comercial. Debemos valorar más y mejor la gran importancia que tenemos dentro del sector, no solo por el volumen que elaboramos, sino por nuestra base social y la capacidad que tenemos de elaborar vinos de gran calidad para que el consumidor disfrute de ellos a un precio asequible.

Es urgente que se tomen medidas que ayuden al sostenimiento de este sector, pues además de



producir alimentos, como la uva y el vino, contribuye a la preservación del medioambiente para las generaciones presentes y futuras.

Hay que tener presente que cuando pase la difícil coyuntura económica actual, es muy probable que se incremente el consumo y debemos estar preparados y ser capaces de responder a esta oportunidad, con vinos apetecibles a los nuevos consumidores, nuevas formas de consumo, nuevos gustos, etc.

Las bodegas cooperativas tenemos uva de calidad, instalaciones con la última tecnología, conocimiento, y lo que es más importante, ganas de rentabilizar el trabajo de nuestros socios, pero necesitamos un marco adecuado para poder trabajar y dar respuesta a estos retos ■



# Pase lo que pase, tú seguro

En 30 años:

Más de 138 millones de hectáreas aseguradas.

Más de 1.000 millones de animales asegurados.

Más de 10 millones de pólizas contratadas.

Más de 5.900 millones de euros pagados en indemnizaciones.

Agroseguro, una empresa eficaz, solvente e innovadora,  
que permite que cada año más agricultores y ganaderos  
estén tranquilos, asegurándose hoy el mañana.



*Pase lo que pase, tú seguro*

*30 años  
Estando seguros*

PARA SUSCRIBIR TU SEGURO DIRÍGETE A:

MAPFRE SEGUROS DE EMPRESAS • SEGUROS GENERALES RURAL, S.A. • AGROMUTUA • CAJA DE SEGUROS REUNIDOS, S.A.-CASER • MUTRAL, MUTUA RURAL DE SEGUROS A PRIMA FIJA • GROUPAMA, SEGUROS Y REASEGUROS, S.A. • UNIÓN DEL DUERO, CÍA. DE SEGUROS GENERALES, S.A. • ALLIANZ, CÍA. DE SEGUROS Y REASEGUROS, S.A. • CAIXA PENEDÈS GRUP ASSEGUADOR • MUTUALIDAD ARROCCERA DE SEGUROS A P/F • BBVASEGUROS S.A., DE SEGUROS Y REASEGUROS • HELVETIA CÍA. SUIZA, S.A. DE SEGUROS Y REASEGUROS • AXA SEGUROS GENERALES, S.A. • ASEFA GRUPO SMABTP SEGUROS • BANCO VITALICIO DE ESPAÑA, CÍA. ANIMA. DE SEGUROS Y REASEGUROS • SEGUROS CATALANA OCCIDENTE, S.A. • MUTUA GENERAL DE SEGUROS - EUROMUTUA • FIATC, MUTUA DE SEGUROS Y REASEGUROS A P/F • CAHISPA, S.A. DE SEGUROS GENERALES • GES, SEGUROS Y REASEGUROS, S.A. • METRÓPOLIS, S.A. CÍA. NACIONAL DE SEGUROS Y REASEGUROS • MURIMAR • MUSSAP, MUTUALIDAD DE SEGUROS GENERALES A P/F • OCASO, S.A., CÍA. DE SEGUROS Y REASEGUROS • REALE SEGUROS GENERALES, S.A. • SANTA LUCIA, S.A. CÍA. DE SEGUROS • SANTANDER SEGUROS Y REASEGUROS, S.A. • CONSORCIO DE COMPENSACIÓN DE SEGUROS



## El sector Lácteo

Las cooperativas comercializadoras y transformadoras de leche de vaca constituyen uno de los sectores más activos con una gran implantación territorial. La leche de vaca representa un 15,9% de la Producción Final Ganadera y un 5,6% de la Producción Final Agraria

FUTS	Nº COOP ASOCIADAS	FACTURACIÓN
Galicia	56	263.870,29
Aragón	1	496,50
Andalucía	17	103.322,09
Cataluña	13	100.176,81
Euskadi	7	64.923,43
Illes Balears	2	17.757,71
Castilla - La Mancha	9	11.434,99
Madrid	1	5.000,00
Navarra	2	9.000,00
Principado de Asturias	5	119.520,86
Extremadura	2	7.268,63
Castilla y León	20	95.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>135</b>	<b>797.771,30</b>

Es el sector ganadero con mayor número de cooperativas y volumen de facturación global. Actualmente hay 135 cooperativas lácteas, entre las que destacan por volumen de facturación y número de cooperativas las de Galicia, Cataluña, Principado de Asturias, Castilla y León y Andalucía, aunque encontramos cooperativas asociadas a en casi todas las Federaciones y Uniones Territoriales.

Con el objetivo de mejorar la comercialización de leche existen tres cooperativas de segundo grado. Las cooperativas lácteas comercializan, bajo la figura de compradores autorizados un 41% de la leche producida en España, esta cifra

desciende hasta un 21% si hablamos de leche transformada. La comercialización de la leche de vaca da como resultado una facturación superior a los 700 millones de Euros, lo que supone casi un tercio de la facturación del vacuno lechero español.

Durante los últimos años, las cooperativas han concentrado y ampliado sus servicios con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los ganaderos. Los servicios prestados por las cooperativas incluyen la gestión integral de la explotación, el uso de maquinaria en común, la gestión de forrajes, distribución de zoosanitarios, sustituciones, etc.

Dentro de las actuaciones que han llevado a cabo las cooperativas para



**Javier Taboada**

Presidente CS Leche y Productos Lácteos

### ¿Cómo ve el futuro de las cooperativas de vacuno de leche?

En estos momentos el futuro, no sólo de las cooperativas de vacuno de leche sino de la producción de leche en España está atravesando una situación delicada. Las cooperativas estamos "luchando" por resolver esta situación, ya que estamos totalmente convencidos de que los beneficios que el ganadero obtiene dentro de un modelo de económica social son muchos, y más concretamente en el sector lácteo, los ha visualizado en la última crisis sectorial. Nuestros ganaderos han tenido garantía de recogida de leche, que muchos ganaderos en solitario no tienen; apoyo financiero para dar liquidez a sus explotaciones, (financiación compra de piensos, servicios, etc.). A ello hay que añadir que una cooperativa no cierra, y en estos momentos estamos contemplando como industrias muy importantes están cerrando fábricas y dejando leche en el campo. Sin duda las cooperativas son hoy por hoy las únicas empresas que mantienen la renta del ganadero y mejoran su calidad de vida. Y por tanto creo que ante los beneficios que nos aportan no podemos permitirnos el lujo de pensar en futuro sin cooperativas lácteas.

### ¿Hacia dónde deben encaminarse?

El sector lácteo ha sufrido una reconversión brutal en los últimos años, donde sólo han quedado menos 20.000 explotaciones que han acometido importantes inversio-

nes para la mejora de su dimensión y competitividad, inversiones cuya amortización está todavía pendiente.

Por desgracia, esta reconversión en el sector productivo no estuvo acompañada de una reestructuración de las industrias transformadoras, que ahora no pueden soportar la presión de la competencia de otras industrias comunitarias que ven el mercado español con sumo interés tanto por su potencial de consumo como por el hecho de que el mercado español se autoabastece en un niveles que superan en poco el 70%.

En estas circunstancias tanto el sector productor como transformador solo tendrá futuro si sabe adaptarse a un mercado totalmente volátil. Y las cooperativas tenemos que adaptarnos y hacia ahí tenemos que dirigir todas nuestras actuaciones de futuro. Para ello hay que establecer dos líneas estratégicas, una interna para continuar con el fomento de la integración cooperativa como medida, casi única para sobrevivir en un mercado tan globalizado como el lácteo, y otra externa, hacia las diferentes Administraciones para que se fomente esta integración a través de sus políticas y no al contrario.

Para poder llevar a cabo esta labor sería muy importante que el Grupo de Alto Nivel de la Comisión de la UE que analiza los problemas del sector y en teoría, debe fijar las medidas para solucionarlos, llegue a la conclusión del importante papel que tienen las organizaciones de productores como instrumento que vertebré la oferta de leche. Con este apoyo a las organizaciones de productores se lograrían dos efectos inmediatos: por un lado, minimizar el gran desequilibrio de fuerzas que existe en la relaciones de los sectores primarios con el resto de la cadena (reconocido por la propia Comisión y por el Parlamento Europeo) y por otro lado, se convertiría en un instrumento eficaz para llevar a cabo todos los cambios que han de producirse en el sector productor para convivir con la volatilidad de los mercados y cubrir las exigencias de los consumidores, en continuo cambio.

Un claro ejemplo de este desequilibrio se manifiesta en la situación que en los últimos meses se esta viendo en el mercado en España. En estos momentos las expectativas del mercado internacional apuntan hacia una estabilidad con tendencia al alza de los precios y mientras los intereses de algunos grupos industriales lácteos no cooperativos apuntan en una dirección muy diferente, a pesar de la existencia de un contrato de suministro de leche, que por sí mismo no puede evitar esta situación ■

adecuarse a las nuevas exigencias en materia de seguridad alimentaria y condicionalidad hay que destacar la puesta en marcha del Referencial de Leche de Vaca Certificada de Cooperativa, documento normativo del que se garantiza su aplicación mediante certificación externa.

Además, Cooperativas Agro-alimentarias está trabajando e impulsando la

firma de Contratos de Suministro de Leche, con el objetivo de estabilizar el mercado de la leche en España. Otra de las apuestas de Cooperativas Agro-alimentarias en el sector lácteo son procesos de integración cooperativa para mejorar la capacidad de negociación con el resto de eslabones de la cadena alimentaria ■



## El sector Ovino y Caprino



El sector ovino y caprino ligado a las cooperativas es uno de los sectores de la producción primaria que más ha evolucionado en los últimos años, tanto en el ámbito de la producción y comercialización, como en el acercamiento del producto cooperativo al consumidor.

Queda de manifiesto que las estructuras cooperativas han servido y están sirviendo para compensar la continua bajada de la rentabilidad de las explotaciones, en general, por los fuertes incrementos de los costes de producción, especialmente en todo lo relativo a garantizar la seguridad alimentaria y el medio ambiente. La actividad de la cooperativa no sólo está permitiendo reducir costes de producción a los ganaderos asociados, sino que también les está dando servicios para mejorar su calidad de vida.

Dentro del Consejo Sectorial de Ovino y Caprino de **Cooperativas Agro-alimentarias** se establecen tres Grupos de Trabajo, cada uno de ellos dedicado a cada una de las producciones diferenciadas de este sector, el de Ovino de Carne, el de Ovino de Leche, que engloba las cooperativas dedicadas a la producción de leche de oveja y lechazos, y el de Caprino de Leche.

Las cooperativas de producción de corderos y lechales han sufrido en los últimos años un fuerte cambio encaminado a mejorar la producción, atendiendo las demandas del consumidor, a través de centros de tipificación y cebaderos. También se han incrementado los procesos de colaboración comercial entre cooperativas para acceder a los mercados. Es importante también resaltar el trabajo de algunos grupos cooperativos en materia de I+D+i, en la búsqueda de nuevas formas de presentación del producto según las demandas de los nuevos consumidores.

Las cooperativas especializadas en la producción de ovino de carne controlan aproximadamente el 12% de la producción total de España. Las Comunidades Autónomas de Extremadura, Aragón y Andalucía son las que concentran mayor

### OVEJAS DE LECHE

FUTS	Nº COOP ASOCIADAS	FACTURACIÓN
AGACA	2	175,87
FACA	6	32.029,50
FAECA	8	16.174,07
FECOAM	2	2.739,86
UCABAL	2	682,77
UCAN	1	2.541,00
UNEXCA	17	53.267,27
URCACYL	2*	9.000,0
<b>TOTAL</b>		<b>121.610,35</b>

número de cooperativas y mayor volumen de facturación. En los últimos años se viene produciendo en este sector un importante proceso de integración.

La producción de leche de oveja está inmersa en un importante cambio en las formas de producción, siendo cada vez más habitual la producción intensiva frente a fórmulas más tradicionales. En este cambio las cooperativas están jugando un papel catalizador muy importante. La producción de leche de oveja en cooperativas alcanza el 24% de la producción total, lo que está permitiendo ambiciosos procesos de colaboración tanto en el ámbito de la comercialización de lechazos como en procesos de concentración de oferta de leche.

En lo que se refiere a las cooperativas y SATs dedicadas a la producción de ovejas de leche, **Cooperativas Agro-alimentarias**

cuenta con 36 cooperativas. El 80% del volumen de facturación dentro de nuestra estructura se concentra en Castilla y León. Sin embargo, otras seis Federaciones y Uniones Territoriales cuentan con cooperativas dedicadas a esta producción. Precisamente en Castilla y León se encuentra la única cooperativa de segundo grado que produce, transforma y comercializa leche de oveja y cabra.

Las cooperativas de caprino, muy concentradas en el sureste de la península, están trabajando en el cambio que se está produciendo en este tipo de actividad ganadera, permitiendo al ganadero, a través de las estructuras cooperativas, adaptarse a las nuevas exigencias en materia de calidad y seguridad alimentaria, sin que los costes que esto conlleva sea un lastre que ponga en peligro la viabilidad de las explotaciones, que en la mayoría de los casos son muy tradicionales.

Al igual que en ovino de leche, aunque sin todavía al mismo nivel de cambio, las cooperativas de caprino están transformándose de explotaciones tradicionales a explotaciones más intensivas.

**Cooperativas Agro-alimentarias** tiene asociadas 23 cooperativas de caprino, 19 de ellas en Andalucía. Entre todas representan el 15% del volumen de facturación nacional de

### OVEJAS DE CARNE

FUTS	Nº COOP ASOCIADAS	FACTURACIÓN
FAECA	1	5.621,29
FCAE	1	301,50
FECOAM	2	2.739,86
UCAM	1	7.000,00
UCAMAN	10	4.289,24
UNEXCA	1	988,59
URCACYL	20	75.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>95.940,48</b>

### CAPRINO

FUTS	Nº COOP ASOCIADAS	FACTURACIÓN
FAECA	19	46.367,84
<b>FECOAM</b>		
UCAMAN	1	58,44
UNEXCA	1	1.387,80
URCACYL	2	8.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>55.814,08</b>
URCACYL	20	75.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>95.940,48</b>

este sector. También hay cooperativas en Castilla-La Mancha, Extremadura y Castilla y León.

En el sector ovino y caprino hay abierto un profundo proceso de integración cooperativa, tanto en la producción de carne, como de leche y lana, que está dando lugar a la creación de fuertes

cooperativas de segundo grado y en otros casos a fusión de cooperativas. En este sentido, hay que destacar que el Real Decreto 104/2008 que establece ayudas a las agrupaciones de productores ha sido una herramienta que ha favorecido la integración en el sector ovino y caprino ■



## Marco Antonio Calderón Presidente CS Ovino y Caprino

### ¿Cómo ve el futuro de las cooperativas de ovino y caprino?

Para mí las cooperativas han demostrado en la última crisis que ha afectado a este sector que son un elemento básico para evitar la desaparición del sector en muchas zonas de España, que no tiene otra alternativa de producción.

No obstante soy consciente de que las cooperativas, como estructura económica, tenemos muchos problemas y uno de los más importantes es la excesiva atomización del sector, tanto de las estructuras de producción como de comercialización. Y corregir esto va a llevarnos mucho tiempo. Pero tenemos una serie de oportunidades con la aplicación del chequeo médico y la implantación de la normativa específica que el MARIM está desarrollando en apoyo de este sector.

### ¿Hacia dónde deben encaminarse?

En líneas generales ya he dicho que uno de los principales problemas del sector está en la excesiva atomización del sector y en el tamaño de las cooperativas, y por lo tanto todas las medidas a las que deberían tender las cooperativas ya sea de forma directa o indirecta tendrían que venir a solventar este problema.

Así, habría que conseguir que las cooperativas españolas tengan la suficiente dimensión para poder llevar a cabo una oferta continua al mercado tanto en calidad como en cantidad, que permita una negociación equilibrada con el resto de los operadores de la cadena de valor. Para ello sería importante que las políticas de las diferentes administraciones de apoyo a este sector estuvieran en gran parte encaminadas a apoyar los procesos de intercooperación y fusiones entre cooperativas para lograr una dimensión adecuada y conseguir mayor competitividad.

En cuanto al sector ovino de carne, uno de sus principales problemas es el hundimiento del consumo, por ello creo que la promoción es una de las medidas más importantes. Pero la promoción se ha de establecer con una serie de premisas, debe llevarse a cabo en coordinación con el sector en su conjunto y especialmente con la distribución. Además, tiene que ser promoción del producto español, por lo cual es muy importante no sólo la promoción de IGP, sino también de productos certificados bajo el etiquetado facultativo. Y por último, se deberían incrementar los presupuestos de I+D+i para estudiar nue-

vas formas de presentación al consumo, acordes con las actuales necesidades de nuestra sociedad.

También se deberían poner en marcha medidas para desestacionalizar la producción y evitar las profundas oscilaciones de precios que afectan muy negativamente al consumo, e implantar ayudas a la congelación de piezas, como instrumento de gestión de crisis para retirar producto del mercado en los momentos que hay exceso de oferta.

Respecto al sector ovino de leche, es necesaria la promoción del queso, que a diferencia de la carne el descenso del consumo no es tanto en cantidad como en calidad. El gran consumo de queso se está dirigiendo hacia productos de baja gama y que en su mayoría proceden de otros países. Esto ha provocado una homogenización del gusto, hacia estos quesos, en el consumidor que recuerda lo que pasó hace muchos años con el consumo del aceite, la pérdida de nuestra cultura por otras foráneas que puede provocar la desaparición del producto. Por ello sería importante una campaña de consumo del queso pero partiendo de una recuperación de la cultura del consumo de nuestros quesos. Esta propuesta también sirve para otras leches y sólo se podría aplicar en colaboración con las CCAA. Actualmente, las campañas que llevan a cabo las CCAA sólo se centran en la difusión de sus quesos DO y no en la cultura del queso, y esto a mi juicio es insuficiente.

No obstante, si llevamos a cabo una campaña de promoción del queso nos podríamos encontrar que si establecemos una trazabilidad de nuestra leche, y de los quesos hasta el consumidor, podríamos estar haciendo campañas de promoción de quesos foráneos. Por lo que sería un principio necesario, como hemos dicho, una recuperación de la cultura del queso, y a la vez medidas para alcanzar una trazabilidad de nuestros quesos (letra Q y un etiquetado facultativo). Las campañas de los productos con DO son necesarias, pero insuficientes para impedir los cambios en el consumo en los que estamos inmersos.

Por último el sector caprino es el menos organizado de los tres, y es por ello que necesita una mayor vertebración a través de la integración de la oferta en las organizaciones de productores existentes. El desarrollo de un contrato tipo de suministro de la leche, es la única que no tiene, podría ayudar también a la vertebración del sector. Para el conjunto del sector sería importante reforzar las ayudas al Real Decreto 104/2008 de agrupaciones de productores ■



## El sector Porcino

El sector porcino, capa blanca e Ibérico, tiene una gran importancia en la ganadería en España. Si analizamos las cifras, este sector supone más de un tercio de la Producción Final Ganadera y concentra más de un 12% de la Producción Final Agraria.

España, con más de 26 millones de cabezas y una producción de 3,5 millones de toneladas, es el segundo país productor de porcino de la UE-25, por detrás de Alemania. El grado de autoabastecimiento de carne de porcino supera el 110%, lo que confiere a España un carácter netamente exportador.

Cooperativas Agro-alimentarias reúne a más de 50 cooperativas, que representan el 20% de la producción total de porcino de nuestro país, y un 10% de la comercialización de carne de porcino. Es importante destacar que dentro del panorama cooperativo se localizan también importantes estructuras de transformación, así como de comercialización de productos derivados del porcino.

Las cooperativas productoras de porcino se encuentran distribuidas a lo largo de toda la geografía española. Sin embargo, destaca su presencia en Cataluña, Castilla y León y Andalucía.

Además, algunas cooperativas de primer grado se han unido, entre ellas y con otras cooperativas no dedicadas a la producción de porcino, en cooperativas de segundo grado. En la actualidad, ocho cooperativas de segundo grado están dedicadas en exclusiva o en parte a la producción de porcino.

Hay que tener en cuenta que, en nuestro país conviven dos producciones completamente distintas, el porcino blanco y el porcino ibérico. Por ello, dentro del Consejo Sectorial de Porcino de Cooperativas Agro-alimentarias se distinguen claramente dos grupos de trabajo, el de Porcino de Capa Blanca y el de Porcino Ibérico.

Las cooperativas de porcino están desarrollando proyectos de concentración de la oferta, con el objetivo de



FUTs	Nº COOP ASOCIADAS	FACTURACIÓN
AGACA	2	63.236,84
C.A. Aragón	5	75.991,85
FAECA (*)	12	52.869,43
FCAC	9	82.563,30
<b>FCAE</b>		
FECOAM	1	13.678,32
<b>FECOAV</b>		
C.A. Castilla La Mancha	1	1.218,45
C. Navarra	1	5.063,50
C.A. Extremadura (*)	9	25.062,07
C.A. Castilla y León (*)	8	85.000,0
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>368.875,2</b>

(\*) De las cuales son de porcino de capa ibérico:

FUTs	Nº COOP ASOCIADAS	FACTURACIÓN
FAECA	5	26.376,15
UNEXCA	6	22.911,18
URCACYL	3	25.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>74.287,33</b>

acceder a nuevos mercados intra y extracomunitarios. Este es uno de los retos a los que se enfrentan, ya que las negociaciones en el seno de la OMC pueden situar a la producción porcina de la UE en una situación crítica. Debido sobre todo a que países como Brasil, cuyos costes de producción se encuentran sustancialmente por debajo de los costes de producción medios de la UE, por unas menores exigencias laborales, medioambientales y de bienestar animal, pueden llegar a desestabilizar la situación del sector porcino europeo.

Además, las cooperativas de porcino han visto como las granjas de sus socios están sufriendo unos complejos y costosos procesos de adaptación a la nueva normativa europea. Esta nueva normativa aumenta las exigencias en materia de higiene, medioambiental o bienestar animal.

Hay que señalar además que el Grupo de Trabajo de Porcino Ibérico sigue trabajando, y ahora más que nunca debido a la crisis que sufre el sector, en la mejora y en la correcta aplicación de la Norma de Calidad de Porcino Ibérico ■



## Ramón Armengol Presidente CS Porcino

### ¿Cómo ve el futuro de las cooperativas de porcino?

Cuando me presenté a presidente del Consejo Sectorial de Porcino lo hice porque estaba convencido, no sólo de que podría aportar mi experiencia personal, sino porque también creo firmemente en el futuro de las cooperativas de porcino y del cooperativismo en general.

El cooperativismo tiene un valor añadido respecto a otros modelos, que cada día es más importante como hemos podido comprobar en esta última crisis mundial. Las cooperativas son empresas con un claro compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial, no se deslocalizan, reinvierten la riqueza en el territorio. Hay que tener claro que sin el paraguas de las cooperativas sería muy difícil subsistir en estos momentos tan difíciles.

### ¿Hacia dónde deben encaminarse?

En este sentido creo que hay dos planes de actuación muy diferentes una a corto, muy afectado por la crisis actual, y otro pensando a más largo plazo.

En estos momentos creo que las cooperativas deben jugar un papel importante en ayudar a los socios a salir de la crisis financiera, con sus secciones de crédito o los recursos que puedan conseguir. Junto a esta actuación específica, las cooperativas deben centrar todos

sus esfuerzos en buscar estrategias empresariales que permitan dar viabilidad a la cooperativa y sus ganaderos centrandolo en la mejora de la competitividad y la especialización. Estas estrategias hay que buscarlas teniendo en cuenta los aciertos y errores del pasado, así como los cambios de modelos de las cooperativas que se están llevando a cabo en otros países de nuestro ámbito, como Holanda o Dinamarca.

A más largo plazo, creo que hay que potenciar una formación específica de alta calidad para jóvenes emprendedores cooperativistas, hay que trabajar para el futuro y asegurar el relevo generacional. Se trataría de programas específicos de formación, que permita a los jóvenes cooperativistas tener formación suficiente para convertirse en los nuevos líderes.

Además, necesitamos innovar e investigar, a imagen de nuestros competidores y por eso precisamos intercooperar, ya que individualmente no es posible abordar estos procesos.

Y en el plano institucional creo que las cooperativas y las organizaciones que les representan deben seguir apostando por la potenciación de las interprofesionales, como lugar de encuentro entre todas las fases de la cadena y seducir a la distribución para que también participe ■



FUTS	Nº COOP ASOCIADAS	FACTURACIÓN
AGACA	23	168.734,26
C.A. Aragón	8	73.134,06
FAECA	34	175.255,38
FCAC	21	323.594,37
FCAE	6	38.972,09
FECOAM	7	84.411,85
FECOAV	7	66.075,00
C.A. Illes Balears	7	11.916,53
UCAM	2	800,00
C.A. Castilla - La Mancha	16	9.269,31
C.A. Navarra	3	40.944,42
A.C. Princip. de Asturias	7	54.161,37
A.C. Extremadura	6	66.471,20
URCACYL	12	210.000,00
SERGACAN	2	901,82
<b>TOTAL</b>	<b>159</b>	<b>1.324.641,66</b>

## El sector de la Alimentación Animal

España es el tercer país de la UE-25 en cuanto a producción de piensos compuestos, situado por detrás de Francia y Alemania, con una producción total de 20 millones de toneladas, aproximadamente el 13,6% del total de la producción europea. Las cooperativas de piensos están íntimamente relacionadas con las cooperativas ganaderas. **Cooperativas Agro-alimentarias** cuenta con 159 cooperativas y SATs socias que elaboran pienso. Cataluña y Castilla y León son las Comunidades Autónomas con más volumen de facturación en lo que se refiere a esta actividad.

Sin embargo, nos encontramos cooperativas de piensos en todas las Federaciones y Uniones territoriales con actividad ganadera.

Además, muchas de estas cooperativas se han unido, entre ellas o con otras cooperativas sin producción de pienso, y en actualidad, 15 cooperativas de segundo grado están dedicadas en exclusiva o en parte a la producción de piensos para alimentación animal.

Diferentes crisis alimentarias como las vacas locas y la aparición de diox-



### Josep Erra

Presidente del CS de Pienso

#### ¿Cómo ve el futuro de las cooperativas de piensos?

Las cooperativas de piensos son un eslabón importante en la cadena de valor. Son el nexo de unión entre agricultura y ganadería, transformando cultivos herbáceos en alimentos para la ganadería.

Durante la crisis de las materias primas ha sido fundamental su existencia, ya que han sostenido el mercado y han evitado en cierta medida una mayor subida de precios. Muchas cooperativas se proveen de la materia prima que necesitan para la elaboración de los piensos y/o alimenta a su ganado con el pienso que obtiene. Esta integración ha permitido y permite reducir costes, estabilizar los precios y equilibrar la cadena de valor.

Otro aspecto que me parece importante para las cooperativas es que cada vez es más evidente que el mantenimiento de nuestros ganaderos sólo será posible si son competitivos, ya que la cadena de valor cada vez va ser más difícil que retribuya nuestros costes actuales. Y una de las formas más eficaces para ser competitivo es bajar el coste de la alimentación animal, ya que supone para los ganaderos un alto porcentaje de sus costes, supera fácilmente el 50%, dependiendo del tipo de producción, por ejemplo en porcino llega hasta el 65%, y creo que sólo se puede rebajar mediante estructuras cooperativas competitivas.

No obstante, para lograr este modelo competitivo sería necesario abrir un debate sobre el modelo de negocio de las cooperativas de piensos, que en muchos casos está ligado al negocio de comercialización del producto y son negocios con intereses muy diferentes que es difícil aunar, en ocasiones.

#### ¿Hacia dónde deben encaminarse?

La gran volatilidad de los mercados obliga al sector de la Alimentación Animal a asumir grandes riesgos. Por ello, es importante que las cooperativas impulsen medidas que estabilicen el mercado y que nos permitan trabajar con un mayor margen de seguridad.

En el ámbito político, deberá trabajarse en dos vías. Por un lado, asegurar la entrada y evitar el desabastecimiento de materias primas. Concretamente, se debe incitar a los políticos a que reflexionen sobre la política Europea en materia de Organismos Modificados Genéticamente. La tolerancia cero en las materias primas importadas y la prohibición de uso y cultivo de algunos eventos dificultan el comercio con terceros países e impide el autoabastecimiento de materias primas. Y por otro lado, se debería reflexionar sobre la utilización de harinas cárnicas en monogástricos. La fuerte dependencia de la soja y el aumento de precios de la misma han reabierto el debate sobre la conveniencia de permitir el uso de harinas cárnicas en monogástricos.

En el ámbito cooperativo, es importante la búsqueda de estrategias comunes que mejoren nuestro posicionamiento en el mercado, por ejemplo, crear estructuras de intercooperación para obtener materias primas, comercializar piensos, etc. Esta cooperación no debe ceñirse sólo a las cooperativas de piensos, sino que también es necesario interactuar con las que nos pueden proveer de materias primas (cooperativas de cultivos herbáceos) y con las que nos compran los piensos (cooperativas ganaderas) ■

nas han afectado negativamente a la imagen del sector. Cooperativas Agro-alimentarias ha apostado por la implantación de sistemas de aseguramiento de la calidad, con el objetivo de mejorar la calidad e imagen de los piensos y transmitir a sus consumidores la realidad de las acciones llevadas a cabo.

En la actualidad hay dos debates abiertos que afectan de forma im-

portante al sector dedicado a la elaboración de piensos. Por un lado, la prohibición de empleo de harinas de carne y hueso en alimentación animal supuso una gran reorganización del sector. La volatilidad de los precios de las materias primas de origen vegetal, que han incrementado los costes de producción, ha reabierto el debate sobre la con-

veniencia de permitir el uso de este subproducto en la alimentación animal, principalmente de monogástricos. Por otro, la política europea sobre Organismos Modificados Genéticamente, (OGMs) tiene una influencia transcendental en este sector, porque dificulta la importación de materias primas y aumenta los costes de producción ■

## El sector Vacuno de Carne

En 2009 la facturación del sector vacuno de carne en España fue superior a 2.361 millones de euros, lo que supone un 16% de la Producción Final Ganadera y un 5,7% de la Producción Final Agraria. Estas cifras sitúan al vacuno de carne en el segundo lugar por volumen de facturación, sólo detrás del porcino

Dentro del Sector Vacuno de Carne, Cooperativas Agro-alimentarias reúne a 45 cooperativas, que representan más del 10% de la producción total de nuestro país.

Las cooperativas y SATs asociadas a Cooperativas Agro-alimentarias y dedicadas a la producción de vacuno carne se sitúan en todo el territorio nacional, destacando por su volumen de facturación Galicia, Castilla y León, Andalucía y Extremadura.

Al igual que en otros sectores, las cooperativas productoras de carne de vacuno se han asociado entre sí o con otras cooperativas no dedicadas a este sector para constituir cooperativas de segundo grado. En la actualidad son seis las cooperativas de segundo grado dedicadas en exclusiva o en parte a la producción de carne de vacuno.

En los últimos años, la producción de carne de vacuno en España, y por ende la de Cooperativas Agro-alimentarias, ha estado muy ligada a sistemas de calidad certificada. Se ha observado un importante crecimiento del número de Indicaciones Geográficas Protegidas en todo el territorio, y también de la cantidad de carne comercializada bajo ellas.

Del mismo modo, algunas de nuestras cooperativas producen y comercializan bajo pliegos facultativos de calidad, que aumentan los requisitos de producción y comercialización exigidos por la Ley. De este modo, se ofrece al consumidor un producto con calidad certificada.

El sector vacuno de carne cooperativo es el que proporcionalmente está teniendo un mayor desarrollo en los últimos años. Tras la reforma de la Agenda 2000, son cada vez más



FUTs	Nº COOP ASOCIADAS	FACTURACIÓN
AGACA	21	30.706,29
FACA	2	154,89
FAECA	6	14.334,08
FCAC		
FCAE	1	7.200,00
UCABAL		
UCAM	1	*
UCAN	1	9.009,00
UCAPA	2	368,00
UNEXCA	4	36.621,66
URCACYL	5	30.000,00
SEGACAN	2	3.466,20
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>131.860,11</b>

frecuentes los proyectos integrales de producción y comercialización de carne, ya sea mediante estrategias entre cooperativas o con estructuras privadas para alcanzar un volumen de oferta suficiente para atender las necesidades del mercado y, especialmente, las de gran distribución ■

## El sector Apícola

España produce más de 30.000 toneladas de miel, 1.000 toneladas de polen y 2.000 toneladas de cera, lo que nos sitúa a la cabeza de la Unión Europea en obtención de productos apícolas



Cooperativas Agro-alimentarias acoge a 10 cooperativas productoras de miel, polen y cera. Por volumen de facturación destacan las Comunidades Autónomas de Extremadura y Valencia, aunque también son importantes las cooperativas asociadas a otras Federaciones y Uniones Territoriales.

FUTS	COOPERATIVAS ASOCIADAS	FACTURACIÓN (MILES €)
AGACA	2	426,42
FAECA	1	2.003,87
FCAC	2	234,93
C.A. Comunidad Valenciana	1	5.300,00
C.A Extremadura	3	8.085,61
URCACYL	1	3.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>19.050,83</b>

Es importante destacar que, las cooperativas apícolas no sólo participan en la producción de miel, cera, polen..., sino que desde hace algún tiempo han puesto en marcha importantes estructuras de transformación, envasado y comercialización de estos productos apícolas, representando en España al sector más dinámico y profesional.

No debemos olvidar tampoco que las abejas son el principal polinizador, favoreciendo el cultivo y colaborando en la conservación y sostenibilidad de amplias zonas desfavorecidas de nuestra geografía.

Las cooperativas apícolas se han marcado como reto dinamizar la creación de una estructura que englobe a la producción y la industria de la miel española, la Interprofesional, con el objetivo de comunicar al consumidor los esfuerzos realizados por los apicultores para garantizar la calidad y seguridad de sus producciones ■

### José Antonio Baviano

Presidente CS Apícola

#### ¿Cómo ve el futuro de las Cooperativas de apicultura?

Dentro de la incertidumbre constante que vive el sector, en un entorno donde las constantes fijas prácticamente han desaparecido y son las constantes variables las que marcan el devenir de las campañas (mercado, insumos, clima, sanidad, legislación...), las cooperativas apícolas no somos una excepción y venimos arrastrando los consabidos problemas de dimensión, descapitalización, profesionalización, etc., que por desgracia son comunes a muchas de las cooperativas agrarias españolas.

Sin embargo la veteranía de muchas de las cooperativas apícolas y la forzada mejora de los servicios que éstas vienen ofreciendo a todos sus asociados (comercialización, asesoramiento técnico, insumos, I+D+i, etc.) han conseguido que la estructura cooperativa apícola goce en España de una tremenda solidez, fruto sin duda de lo peculiar de nuestra actividad y de la innegable labor social que realizan en las regiones apícolas donde se encuentran ubicadas.

Actualmente, nos encontramos en pleno proceso de constitución de la Interprofesión de la miel, cuestión que consideramos fundamental para arti-



cular un sector tan concentrado pero tan vital como el apícola.

#### ¿Hacia dónde deben encaminarse?

En muchos casos la escasa dimensión de las estructuras se constituye en un factor limitante para el desarrollo de una actividad, por ello las cooperativas apícolas hemos iniciado ya un tremendo proceso de cooperación, integración y constitución de cooperativas de segundo grado.

El continuo reciclaje y adaptación a las exigencias del mercado y consumidores es uno de nuestros retos, conseguirlo en tiempo y forma debe ser prioritario. Creo que además las acciones que desarrolla una cooperativa, (gestión, control de calidad, comercialización, administración, etc.), deben ser gestionadas por verdaderos profesionales, ya que solo así conseguiremos tener opciones de alcanzar los objetivos marcados ■

## El sector Suministros

Hace décadas, una de las causas más frecuentes de creación de una cooperativa, era poder reunir la demanda de abonos de los agricultores y de esta manera acrecentar el poder negociador ante los proveedores y repercutir en mejores precios a los agricultores. Hoy queda patente este papel no sólo en los fertilizantes sino en la mayoría de los medios de producción (fitosanitarios, semillas, carburantes, zoosanitarios, plásticos, embalajes, maquinaria...)

Toda esta intermediación que realizan las cooperativas de suministros supone a los agricultores socios participar en empresas que están presentes en el valor añadido de la cadena de comercialización y en que sus precios de liquidación se benefician con los márgenes obtenidos en esta cadena.

En la actualidad las cooperativas de suministros están desempeñando un importante trabajo, no sólo de cara al socio a través de un servicio, sino con el compromiso de mejorar la competencia de los mercados. Las cooperativas están contribuyendo a disminuir la excesiva presión que en los últimos años se está sufriendo en las fases productivas del sector agroalimentario a través de la aplicación de economías de escala que les permiten retener el valor añadido de la comercialización de carburantes, fertilizantes, fitosanitarios, etc., además de mejorar la eficiencia en la aplicación de suministros en la explotación a través del asesoramiento y los servicios.

Actualmente operan en el medio rural español más de 4.000 cooperativas, de las cuales el 43% tienen actividad en suministros, porcentaje que se acrecienta hasta el 61% si nos fijamos en el estrato de las empresas cooperativas con una facturación total de más de un millón de €. Esto nos hace ver que la mayoría de las cooperativas de primer grado tienen una sección de suministros como servicio al socio. Estas cooperativas han conseguido organizarse, a través de grandes cooperativas de segundo grado, consiguiendo una importante concentración de la demanda, que ha permitido negociar

directamente con los fabricantes y adquirir una gran especialización en los suministros agrarios y ganaderos.

La facturación que representan los suministros en el cooperativismo agrario español está en torno a los 1.500 M€. Cifras en constante crecimiento debido a la apuesta decidida del cooperativismo por procesos de integración, fusión y sobre todo el de alianzas supraautonómicas. Esta situación está permitiendo que grandes grupos cooperativos ganen día a día posición en los mercados, tanto con los fabricantes, nacionales o extranjeros, como con sus competidores, y su expansión a nuevos territorios permite ofrecer sus servicios a otras cooperativas.

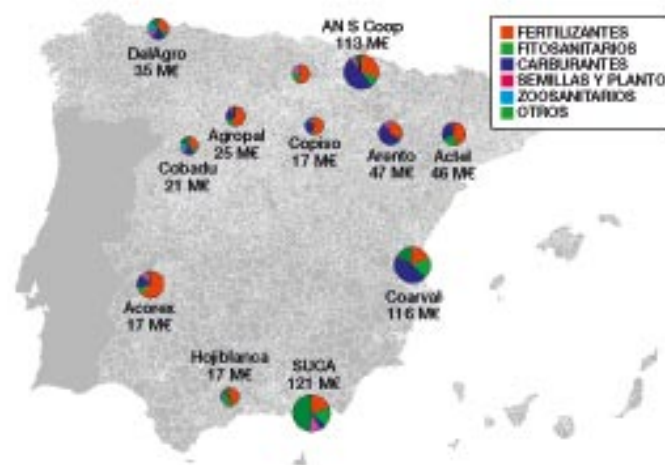
A pesar de que el sector de los suministros siga en proceso de organización, en estos momentos las 12 cooperativas más importantes de suministros facturan 657 M€, el 45% de toda la facturación cooperativa en suministros, dando cobertura a casi la totalidad del territorio español:

- DelAgro en la cornisa Cantábrica.
- Garlan en País Vasco.
- Agropal, Cobadú y Copiso a través de su central de compras COOPCYL dan cobertura a las cooperativas de Castilla y León.
- AN S. Coop. en Navarra, y norte de Castilla y León.
- Arento en Aragón.
- Actel en Cataluña.
- Acorex en Extremadura.
- Alcamanca en Castilla-La Mancha.
- Coarval en la Comunidad Valenciana.
- Suca y Hojiblanca en Andalucía.

Y si hacemos una lectura segmentada este grupo de cooperativas en el caso de los fertilizantes, llegan a representar el 14% del mercado nacional.

Un panorama que sigue en continuo cambio por la apuesta decidida de algunas cooperativas por adquirir

### FACTURACIÓN EN SUMINISTROS DE LAS 13 PRINCIPALES COOPERATIVAS



Fuente: Cooperativas Agro-alimentarias. Encuesta de suministros año 2008.

una mayor dimensión. Existen en estos momentos relaciones estratégicas entre algunos de estos grandes grupos que pueden reestructurar en un futuro próximo el panorama de los suministros a nivel nacional.

Destaca la relación supraautónomica entre COARVAL y SUCA, con actividades comerciales en común a través de la constitución de una Agrupación de Interés Económico (A.I.E). Esta relación les convertiría en el mayor agente de suministros del arco mediterráneo.

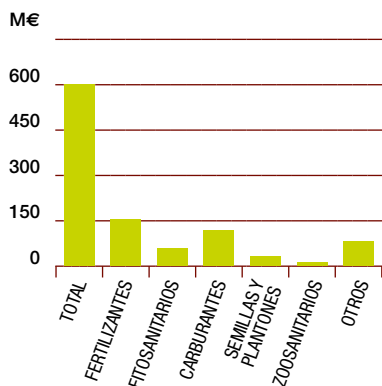
Otra relación a tener en cuenta es la existente entre Arento y Actel, dos cooperativas que han apostado decididamente por una relación comercial y estratégica. Y cómo no hablar del empuje de cooperativas como Acorex y Coarval hacia zonas como Castilla-La Mancha donde ante la falta de un líder en suministros, pueden convertirse en el referente para las cooperativas castellano manchegas.

### Un caso ejemplar

La cooperativa Agrofit integra un total de 7 cooperativas de segundo grado repartidas a nivel nacional, Coarval e Intercoop en la Comunidad Valenciana, Suca y Sufeco en Andalucía, Ceresco en Castilla-La Mancha, Acorex en Extremadura y AN S. Coop. en Navarra. Todas ellas grandes cooperativas referentes en los suministros.

En la actualidad Agrofit factura alrededor de 15 M€, y tiene un catálogo

#### COMPARATIVA DE LA FACTURACIÓN EN SUMINISTROS POR SECTORES DE LAS 13 PRINCIPALES COOPERATIVAS



Fuente: Cooperativas Agro-alimentarias. Encuesta de suministros año 2008.

de productos de fitosanitarios muy amplio que cubre parte de las necesidades de las cooperativas socias, tiene registros propios avalados por grandes compañías, y en los últimos años ha firmado convenios estratégicos con las principales compañías de fitosanitarios para disponer de más materias activas y en mejores condiciones, lo que augura un futuro muy prometedor para esta cooperativa ■



### José Faus

Presidente de Suministros

#### ¿Cómo ven el futuro de las cooperativas de suministros?

Para hablar del futuro deberíamos empezar por el presente, porque en estos momentos el sector agroalimentario se encuentra inmerso en una grave crisis de precios que está dificultando seriamente la continuidad de los agricultores y ganaderos españoles.

Si además, a este gran problema le añadimos que los suministros se están viendo gravemente afectados por la incertidumbre creada con grandes y rápidos movimientos de las cotizaciones de algunos suministros, podemos decir que estamos pasando por momentos complicados.

Pero a pesar de estas dificultades las cooperativas de suministros hemos demostrado a los socios que trabajamos de forma decidida para apoyar nuestro sistema productivo, con el fin de garantizarles el abastecimiento y mantenimiento de precios razonables de cualquier medio de producción que necesite.

A pesar de estas dificultades el socio de la cooperativa ha estado seguro. La cooperativa le proporciona estabilidad, un precio medio y estable de campaña, sin especular y sin jugar con las calidades del producto, haciéndose cargo de la difícil situación financiera que acrecienta los problemas.

Tras un año de estabilización y bajada de los suministros a nivel internacional, parece que vuelve la calma, pero con un mejor posicionamiento de

las cooperativas en el mercado. Las cooperativas de suministro no sólo siguen, sino que lo hacemos más convencidas, estamos ampliando mercados y sobre todo estamos ganando la confianza de los fabricantes y sobre todo de la de nuestros socios por los cuales trabajamos día a día.

#### ¿Hacia dónde deben encaminarse?

Las cooperativas de suministros tenemos el claro ejemplo de las cooperativas europeas, cooperativas con una gran dimensión y diversificación que les ha permitido ser los principales agentes y la referencia del sector en sus países.

Este es el camino hacia el que vamos. En estos momentos existe un grupo de 5-6 cooperativas que están bien estructuradas y asentadas en sus territorios, y preparadas para dar el salto a procesos de integración. Lo que nos permitiría al mundo cooperativo ser la gran referencia en este sector.

En la actualidad ya existen alianzas, que nos están permitiendo ser líderes en algunos medios de producción. Desde la Sectorial de Suministros apoyaremos estos procesos y seguiremos trabajando para conseguir dimensión y diversificación de las cooperativas de suministros, y siempre de forma decidida para apoyar nuestro sistema productivo cooperativo ■



# Limagrain

*from earth to life*



**Breeding your profit**



## **Semillas para cultivos extensivos**

### **Maíz**

LG 37.10  
LG 37.11 YG  
Guadiana  
Sancia  
Beles Sur  
Archipel YG  
LG 34.90

### **Girasol**

LG 54.00 HO  
LG 54.74 HO  
LG 55.20  
Séneca  
Focus  
LG 56.58 CL



## **Semillas hortícolas para profesionales**

### **Tomate**

Genio  
Danubio

### **Calabacín**

Sinatra  
Espada

### **Melón**

Valverde  
Alonso

### **Apio**

Monterey  
Loreta

### **Pimiento**

Prometeo  
Murano

### **Coliflor**

Meridien  
Equinox

# P A C 2 0 1 0

R É G I M E N D E P A G O Ú N I C O



**Tu esfuerzo merece todo nuestro apoyo**

Confíanos la tramitación de la PAC

Nuestra labor  
también está en el campo

