



Cooperativas agrarias y desarrollo rural

Ricardo Pardal Román ▶
Subdirector de FAECA
(Federación Andaluza de
Cooperativas Agrarias)

Situándonos en una agricultura de mercado, y dado por supuesto todo lo que ello conlleva, como es competitividad, calidad, certificaciones de la calidad, trazabilidad, seguridad alimentaria, regularidad en los servicios de mercancía, promoción de los productos, etc., voy a exponer en este artículo algunas ideas sobre el papel fundamental que el cooperativismo desempeña en el futuro de la actividad agraria y, por consiguiente, en el mantenimiento de la actividad productiva en nuestros territorios. Tales ideas conducen a la tesis central de que el cooperativismo es un factor esencial en el desarrollo de las zonas rurales españolas. Comenzaré con presentar algunos datos generales sobre la importancia del sector cooperativo en España para pasar a exponer las ideas sobre el papel de las cooperativas en el desarrollo rural, un papel que surge no sólo de su importancia económica, sino en su forma singular de gestión y su estrecha vinculación con el territorio.

Algunas cifras sobre el cooperativismo agrario

En España, la importancia social y económica del cooperativismo es notable. De acuerdo con datos de 2003, proporcionados por la CCAE, las 4.195 empresas asociativas agrarias en el sector agroalimentario español (en su mayor parte cooperativas, pero también SAT) (ver cuadros 1 y 2) movían un volumen de negocio de

14.194,17 millones de euros, lo que representa un incremento del 30% respecto al año 1997, significando más del 40% de la producción final agraria. Su importancia social se refleja en el hecho de que más del 80% de las explotaciones agrarias españolas está ligado al movimiento cooperativo, bien porque comercializan sus producciones a través de las cooperativas o bien porque adquieren de forma colectiva los insumos que necesitan. Datos de 2003 muestran que alrededor de 1 millón de agricultores son socios de una o varias cooperativas.

Respecto a la distribución regional del cooperativismo agrario en España, destaca Andalucía, con 845 cooperativas (más del 20% del total) y un volumen de negocio de 3.170 millones de euros (más del 22% del volumen total de negocio en España); le sigue la Comunidad Valenciana, con 559 cooperativas (un 13% del total) y un volumen anual de negocio de 1.245 millones de euros (algo más del 13%) (ver cuadros 1 y 2). No obstante, el cooperativismo agrario en España se caracteriza por su alto grado de fragmentación y heterogeneidad interna, con el predominio de modelos de cooperativas de pequeña y mediana escala -cuya esfera de actividad no traspasa las fronteras locales o como mucho las de la provincia donde están ubicadas sus oficinas técnicas y administrativas- junto a un minoritario, aunque importante en términos económicos, grupo de grandes cooperativas (por ejemplo, Anecoop en el sector frutícola, Acor en el de la remolacha, Covap

Desde hace algunos años se asiste a un intenso proceso de concentración dentro del movimiento cooperativo español, mediante la fusión de cooperativas o la coordinación de sus estrategias para responder a las exigencias de los mercados y ampliar sus ámbitos de actividad



Cuadro 1
EMPRESAS ASOCIATIVAS AGRARIAS CON ACTIVIDAD ECONÓMICA. DATOS DE 2003

CCAA	Nº	%	CCAA	Nº	%
Andalucía	845	20,14	Comunidad Valenciana	559	13,33
Aragón	215	5,12	Extremadura	310	7,39
Asturias	75	1,78	Galicia	272	6,48
Baleares	40	0,95	La Rioja	56	1,33
Canarias	79	1,88	Madrid	30	0,72
Cantabria	15	0,36	Murcia	121	2,88
Castilla- La Mancha	472	11,25	Navarra	194	4,62
Castilla y León	413	9,85	País Vasco	72	1,72
Cataluña	427	10,18	Total	4.195	100

Cuadro 2
FACTURACIÓN DE LAS EMPRESAS ASOCIATIVAS AGRARIAS. DATOS DE 2003

CCAA	MILLONES €	%	CCAA	MILLONES €	%
Andalucía	3.170,20	22,33	Comunidad Valenciana	1.245,30	13,33
Aragón	747,10	5,26	Extremadura	665,80	7,39
Asturias	751,60	5,30	Galicia	1.295,30	6,48
Baleares	96,50	0,68	La Rioja	150,10	1,33
Canarias	128,50	0,91	Madrid	97,53	0,72
Cantabria	72,50	0,51	Murcia	712,40	2,88
Castilla- La Mancha	1.310,80	9,23	Navarra	525,80	4,62
Castilla y León	1.515,90	10,68	País Vasco	219,30	1,72

en el sector ganadero, Hojiblanca en aceite de oliva, o Cora en el sector fresero), que tienen una presencia significativa en los mercados no sólo nacionales, sino incluso internacionales.

Desde hace algunos años se asiste a un intenso proceso de concentración dentro del movimiento cooperativo español, mediante la fusión de cooperativas o la coordinación de sus estrategias para responder a las exigencias de los mercados y ampliar sus ámbitos de actividad. Prueba de esto es el hecho de la reducción del número de cooperativas agrarias en los últimos cinco años: de las 5.376 cooperativas que existían en 1994 se ha pasado a las ya citadas 4.195 de 2003. Si utilizamos datos referidos no a cooperativas, sino a los sectores de actividad (cuadro 3), vemos el grado de integración cooperativa en la agricultura española, demostrando la importancia económica del cooperativismo en cada rama productiva. Más del 30% de las empresas

asociativas agrarias españolas se dedican a la adquisición de medios de producción para la agricultura (suministros), que incluye en muchos casos los servicios de asistencia técnica y asesoramiento a las explotaciones. Los siguientes grupos de actividad, por orden de número de empresas, son aceite de oliva (23%), la transformación y comercialización de frutas y hortalizas (22,4%), sector vitivinícola (17,8%), comercialización de cereales, oleaginosas y proteaginosas (cultivos herbáceos) (11,7%) y sectores ganaderos (10,03%). Respecto a la facturación, más del 25% corresponde al sector hortofrutícola, seguido por los sectores ganaderos con más del 21%. Además, hay que resaltar que las cooperativas agrarias concentran, en muchos casos, la mayor parte de la producción de un determinado cultivo. Este es el caso del tabaco (100% de la producción), el arroz (80%), el mosto de uva (80%), el aceite de oliva (70%) y el vino (70%).

Cuadro 3
DATOS SECTORIALES

SECTORES	Nº EAA		FACTURACIÓN	
	Nº	%	MILLONES €	%
Aceite de oliva	965	23,00	1.420	10,00
Cultivos herbáceos	491	11,70	1.356	9,55
Hortofrutícola	943	22,47	3.700	26,07
Vitivinícola	750	17,80	1.400	9,86
Ganadería	421	10,03	3.027	21,33
Suministros	1.264	30,13	1.693	11,93
Otros sectores	609	14,51	1.598	11,26

Sin embargo, debido a la excesiva fragmentación que todavía caracteriza al cooperativismo agrario español, su importancia económica es limitada dentro del sector agroalimentario, salvo las excepciones de algunas cooperativas puntuales, como las señaladas más arriba. En efecto, es sólo importante en las primeras etapas de la comercialización, es decir, en las etapas de producción, donde contribuye a la concentración de la oferta de productos agrarios. Muchas cooperativas agrarias restringen todavía su actividad a la venta de la producción de sus socios a las grandes empresas agroalimentarias, siendo incapaces de responder al desafío de la transformación industrial. En consecuencia, puede decirse que el cooperativismo agrario en España es todavía más importante en términos sociales que económicos. Esta importancia proviene de su gran expansión en la sociedad rural (raro es el municipio que no tiene una o dos cooperativas) y el gran número de agricultores asociados.

Aunque esto podría ser interpretado como un buen indicador del *capital social* existente en las comunidades rurales españolas y como un factor positivo de su dinamización, lo cierto es que actúa como un obstáculo para emprender proyectos más amplios de desarrollo económico. Una excesiva dispersión significa que los valores particularistas de cada cooperativa (cuyo punto de referencia se limita al área restringida en donde se localiza) predomina sobre los valores universalistas que son necesarios para que estos proyectos más amplios sean exitosos.

Así, en opinión de muchos analistas, el reto mayor que tiene el cooperativismo agrario español es adoptar estrategias de coordinación que trasciendan el limitado ámbito local y permitan llevar a cabo actividades a gran escala para res-



ponder a las exigencias de los mercados en algunos sectores donde los efectos de la globalización se hacen más intensos. No obstante, se observa una interesante tendencia en este sentido, mediante la creación de cooperativas de segundo grado. Así, el número de cooperativas de segundo grado en 2003 ascendió a 205, agrupando a 3.192 cooperativas (o SAT) de base, que facturaron más de 7.019 millones de euros, lo que representa el 49,4% del total facturado por el cooperativismo agrario español. La cooperativa media de segundo grado tiene una facturación de más de 34,2 millones de euros anuales. La evolución de este tipo de empresas indica una tendencia sostenida de crecimiento en la dimensión empresarial, acorde con la necesidad de comercializar grandes volúmenes de producto para atender las demandas de una distribución cada vez más concentrada.



▼
La captación de la mayor parte posible de los valores añadidos por los productores, y la repercusión en el origen de los mismos, es lo único que puede asegurar y garantizar la rentabilidad de la actividad agraria

Algunas reflexiones sobre el cooperativismo en el desarrollo rural

El cooperativismo como medio para captar valor añadido

Es un hecho que el valor de los productos agrícolas o ganaderos en origen, es decir, a la salida de la explotación, difícilmente serviría para mantener la rentabilidad de la actividad agraria, teniendo en cuenta el nivel actual de inversión y de gastos que tiene una producción de calidad y adecuada al mercado. Es, por tanto, en los valores añadidos, es decir, en la diferencia existente entre el valor de la materia prima recolectada en la explotación y el valor del producto puesto a disposición del consumidor, donde está el negocio de la agroalimentación. Aspectos como el manipulado de los productos hortofrutícolas, su clasificación, el envasado de aceites y vinos, las marcas prestigeadas, las denominaciones de origen y de calidad, las certificaciones de calidad, los productos ecológicos, la industrialización en sus diversas formas (zumos, congelados, enlatados, cuarta y quinta gama, etc.), los sistemas de comercialización y de servicio a la distribución, constituyen el valor final del producto y, por tanto, la ganancia que de él puede obtenerse según lo que el consumidor europeo o extraeuropeo sea capaz de pagar.

La participación del agricultor o ganadero en esa franja de la economía del sector o, dicho de otro modo, la captación de la mayor parte posible de los valores añadidos por los productores, y la repercusión en el origen de los mismos, es lo

único que puede asegurar y garantizar la rentabilidad de la actividad agraria: de la viña, del invernadero, del rebaño de oveja, cabra o vaca, de la explotación de cerdo, del huerto de naranjos, del almendral, de la plantación de frutales o de espárragos, del olivar, etc. Y esta participación de los agricultores y ganaderos en los valores añadidos de los productos sólo pueden conseguirla a través de la empresa cooperativa.

Las cooperativas y el territorio

Estos valores añadidos de los productos que se perciben por los agricultores y ganaderos socios de las cooperativas revierten, además, en las comarcas de origen, generando en ellas riquezas directa e indirectamente. Pensemos, por ejemplo, en lo que eran los pueblos de Almería cuando los productos hortícolas salían a granel para clasificarse, envasarse y comercializarse desde Murcia, Valencia, Perpiñán, Rungis (París), etc., y lo que son ahora cuando esta actividad se desarrolla en las comarcas de origen (empleo, transporte, empresas auxiliares, laboratorios, investigación). Imaginemos lo que serían los pueblos olivareros si todo el aceite saliera envasado para el resto del mundo y ni una cisterna atravesara nuestros límites. Añadamos una condición positiva más de la empresa cooperativa, que es su territorialidad. Las cooperativas se extienden por toda la geografía española y están completamente ligadas al territorio, no son trasladables y esto las vincula, definitivamente, al desarrollo rural, es decir, a la creación de actividad y riqueza en las áreas rurales y la fijación de la población con empleo, recursos y calidad de vida.

Sobre la relación de los agricultores con las cooperativas

Al participar el agricultor en la transformación y comercialización de sus productos, está conociendo a través de sus gerentes, técnicos y dirigentes, las condiciones y exigencias del mercado en cuanto a tipo de productos, cantidades, calidades y fechas; produce lo que su cooperativa va a vender, y aumenta sus ingresos con el éxito comercial de la misma. El agricultor encuentra en su cooperativa la ayuda técnica que necesita para aplicar los métodos más modernos de producción; adquiere sus materias primas (inputs) en forma más económica y con más garantías de calidad; y obtiene los servicios financieros y de



gestión y tramitación tan importantes hoy para las empresas agrarias.

El socio de una cooperativa debe ver en ella su futuro como empresario, es decir, la seguridad de su empresa. Tiene que mirar por su cooperativa, pero no de una manera sentimental o idealista, sino económica. Para ello, tiene que actuar de la siguiente manera: entregando el 100% de su producción para suministrar los programas de comercialización de las cooperativas y no crear competencias que van en contra de todos y de él mismo; produciendo según las normas de la cooperativa, y entregando el producto con la máxima calidad; utilizando lealmente todos los servicios que la cooperativa le ofrece (suministros, asesoramiento, técnicos en alimentación, manejo y sanidad, financieros, tramitaciones, seguros, etc.). Por su parte, la cooperativa debe retribuir al socio según las calidades (y no sólo las cantidades) entregadas.

El cooperativismo y la multifuncionalidad

El cooperativismo agrario tiene retos para el futuro, pero que, a veces, son ya inmediatos. Su principal comprador (cliente), que son las grandes cadenas de distribución, se ha integrado tremendamente en grandes empresas que acaparan los mercados europeos y mundiales. Es imposible ya mantener una estructura comercializadora en origen atomizada porque no se adecua a la estructura empresarial de la distribución. El cooperativismo ha sido capaz de modernizar sus sistemas de producción:

automatización e informatización de las cadenas de manipulación y envasado de frutas y hortalizas, última tecnología en la transformación y envasado de productos lácteos, y en la alimentación y sanidad de los animales, sistema continuo y en dos fases en sus almazaras, depósitos de acero inoxidable automatizados para el almacenamiento de aceites y para la fermentación de los mostos, y un largo etcétera.

No obstante, hoy en día ha de ser capaz de unirse para constituir esas grandes empresas comerciales que aproximen lo más posible los alimentos de altísima calidad que están produciendo a la distribución y al consumidor. El sector productor, que necesita promocionar las excelencias de los alimentos que produce, incentivar su consumo, dar a conocer y resaltar la calidad y la identificación de la misma, no puede estar mediatizado por otros eslabones intermedios, sin entenderse de tú a tú con ellos o pasarlos en la medida de lo posible. Para ello, necesita aumentar la dimensión de sus estructuras de comercialización.

Se impone, pues, la *integración* del sector cooperativo. El sector agrario y sus cooperativas aportan a la economía de las regiones y a la sociedad en su conjunto unos bienes, algunas veces intangibles, pero que cada vez están siendo más apreciados. Algunos de ellos se recogen bajo la denominación de *multifuncionalidad*. Aquí se puede incluir la defensa del paisaje y la preservación de la naturaleza, apreciándose en los agricultores una función intrínseca de vigilancia o guardería del espacio agrícola, más estimada

▼
La actividad agraria contribuye de forma principal en el mantenimiento de los equilibrios territoriales, contribuyendo a fijar la población, evitando así las corrientes migratorias hacia las áreas urbanas con los resultados negativos que ello conlleva

aún en las áreas de montaña. El agricultor es un conservador de ecosistemas tan estimados y abundantes en algunas zonas como son las dehesas. Las cooperativas se preocupan de divulgar y asesorar a sus socios en prácticas respetuosas con el medio ambiente que eviten la erosión, que no agoten ni contaminen los acuíferos, que reincorporen al suelo la materia orgánica y los minerales que los cultivos extraen, y les ayudan a eliminar los residuos de la agricultura tanto de las cosechas como de los plásticos, materiales y envases que utilizan. Asimismo, se preocupan de eliminar los residuos contaminantes que se originan en los procesos agroindustriales. Por otra parte, la actividad agraria contribuye de forma principal en el mantenimiento de los equilibrios territoriales, contribuyendo a fijar la población evitando así las corrientes migratorias hacia las áreas urbanas con los resultados negativos que ello conlleva y que de todos son conocidos.

Todas estas funciones justifican sobrada-

innovaciones que preparen a las empresas para el futuro de competitividad que les espera en el mercado europeo y mundial.

Conclusiones

La actividad agraria siempre va a tener mucho que ver con el desarrollo económico y la prosperidad de las zonas rurales, pero más en el ámbito de la transformación y la comercialización que en el de la producción primaria. Por otro lado, somos muchos los que pensamos que aun llevando al máximo la eficiencia y la competitividad de las empresas agroalimentarias, tampoco podrán por sí solas mantener un nivel de desarrollo y de economía en los ámbitos rurales equiparable al de las áreas urbanas. Pero además, aun en el supuesto de un florecimiento económico y del empleo en nuestros pueblos, éstos no serán atractivos, sobre todo para los jóvenes, si no disponen a la vez de buenos servicios, buenas comunicaciones y oportunidades de formación, cultura y esparcimiento.

Por todo ello, el desarrollo rural provendrá de la potenciación y rentabilidad del sector agroalimentario, de la diversificación de actividades, tanto dentro de este sector como creando y desarrollando empresas en otros sectores como el turismo, la industria, los servicios y las nuevas tecnologías, y de la dotación adecuada de comunicaciones y servicios de forma que la población rural no sufra ningún tipo de discriminación. Esto sólo puede conseguirse con una acción coordinada de todos los agentes privados y públicos que actúan en la sociedad rural sin enfrentarla a la urbana, pues ambas se necesitan y se interrelacionan. Debemos creer también que desarrollo y protección del medio ambiente son compatibles, y en ello los agricultores y ganaderos han de jugar un gran papel.

En ese contexto el cooperativismo puede jugar un papel fundamental como motor de dinamización del desarrollo en zonas donde se carece de otro tipo de iniciativa empresarial. Junto al sistema de I+D+i y al nuevo Reglamento de Desarrollo Rural, así como la experiencia acumuladas en el marco de los programas Leader y Proder, se dispone ya de instrumentos suficientes para que, bien coordinados, podamos cumplir el objetivo de fijar población en un medio rural habitable en condiciones de calidad, evitando con ello que se produzca el nunca deseado trasvase de la población rural a los anillos marginales de las grandes ciudades. ■



mente las ayudas que el sector recibe de la Unión Europea y de las Administraciones central y regionales, quedando legitimadas de este modo ante el resto de los sectores económicos y de la sociedad. Incide también en esta legitimación la modulación establecida por la Unión Europea, de modo que se evite la acumulación de las ayudas en manos de las grandes explotaciones. Pero es responsabilidad del sector agrario y de sus protagonistas el buen uso que hagan de esas ayudas, pues aunque ya la finalidad de las mismas lo establece, debe salir también del convencimiento de los agricultores el reinvertirlas en