

*UNIVERSIDAD DE ALMERIA. FACULTAD DE DERECHO*

---

**“LAS COOPERATIVAS HORTOFRUTÍCOLAS ALMERIENSES  
A PRINCIPIOS DEL S. XXI”**

*GRADO EN RELACIONES LABORALES Y RECURSOS HUMANOS*

---

**TRABAJO DE FIN DE GRADO**

**AUTORA:**

Raquel Berenguel Montoya

**DIRECTORA:**

Beatriz Montoya Lázaro

**Almería, 2013**

*UNIVERSIDAD DE ALMERIA. FACULTAD DE DERECHO*

---

**“LAS COOPERATIVAS HORTOFRUTÍCOLAS ALMERIENSES  
A PRINCIPIOS DEL S. XXI”**

*GRADO EN RELACIONES LABORALES Y RECURSOS HUMANOS*

---

**AUTORA:**

Raquel Berenguel Montoya

**DIRECTORA:**

Beatriz Montoya Lázaro

**V.ºB.º**

**Almería, 2013**

*A Felipe por estar siempre ahí,*

## **RESUMEN**

A partir del trabajo “Las cooperativas hortofrutícolas almerienses, problemáticas y perspectivas de futuro” (Montoya, 98) se estudia la situación actual de las cooperativas hortofrutícolas de Almería.

El trabajo se divide en dos partes:

En la primera parte, se actualiza el estudio anteriormente citado con el objeto de mostrar la realidad de esta tipología de empresa a principios del siglo XXI.

En la segunda parte, se compara la nueva realidad con la descrita en el trabajo que tomamos como referencia, identificando las diferencias, si las hubiere, y explicando, en la medida de lo posible la causa de dichos cambios

# ÍNDICE

<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>Pág. 6</b>
<b>II. OBJETIVO Y METODOLOGÍA.....</b>	<b>Pág. 9</b>
<b>BLOQUE I: ACTUALIZACION DE DATOS.....</b>	<b>Pág. 10</b>
<b>III. CARACTERIZACION DE LAS CHAs EN EL S. XXI.....</b>	<b>Pág. 11</b>
<b>III.1. FACTORES EXTERNOS.....</b>	<b>Pág. 11</b>
<b>3.1.1. Actual Marco Normativo.....</b>	<b>Pág. 11</b>
<b>3.1.2. Volumen de las Cooperativas Agrarias.....</b>	<b>Pág. 13</b>
<b>3.1.3. Representación de intereses de las Cooperativas Agrarias en España y Almería.....</b>	<b>Pág. 17</b>
<b>3.1.4. Ubicación.....</b>	<b>Pág. 18</b>
<b>3.1.5. Exportaciones.....</b>	<b>Pág. 19</b>
<b>3.1.6. Evolución de los precios.....</b>	<b>Pág. 21</b>
<b>3.1.7. La industria y los servicios auxiliares de la producción hortofrutícola.....</b>	<b>Pág. 23</b>
<b>3.1.8. Disponibilidad del personal cualificado.....</b>	<b>Pág. 24</b>
<b>3.1.9. Análisis de los competidores.....</b>	<b>Pág. 28</b>
<b>3.1.10. La Unión Europea.....</b>	<b>Pág. 30</b>
<b>III.2. FACTORES INTERNOS.....</b>	<b>Pág. 33</b>
<b>3.2.1. La Calidad: “Normalización y Certificación”.....</b>	<b>Pág. 33</b>
<b>3.2.2. El Sistema de Comercialización Hortofrutícola de Almería.....</b>	<b>Pág. 38</b>

<b>BLOQUE II: DIFERENCIAS ENCONTRADAS.....</b>	<b>Pág. 40</b>
<b>IV. DIFERENCIAS.....</b>	<b>Pág. 41</b>
<b>IV.1. La calidad como rasgo diferenciador.....</b>	<b>Pág. 42</b>
<b>4.1.1. La Agricultura Ecológica.....</b>	<b>Pág. 43</b>
<b>4.1.2. La Producción Integrada.....</b>	<b>Pág. 44</b>
<b>4.1.3. Seguridad Alimentaria.....</b>	<b>Pág. 47</b>
<b>IV.2. Mejor cualificación de la mano de obra.....</b>	<b>Pág. 52</b>
<b>IV.3. Nuevo Marco Normativo:.....</b>	<b>Pág. 52</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>Pág. 55</b>

### **iii. BIBLIOGRAFÍA**

## I. INTRODUCCIÓN

Aunque desde distintas voces se viene anunciando un cambio de ciclo económico, nos encontramos aún sumidos en una profunda crisis económica que está afectando negativamente a la economía provincial, autonómica, nacional e internacional como consecuencia de un mundo cada vez más globalizado, encontrándonos indefensos antes los vaivenes de los mercados dominados por la incertidumbre.

Si analizamos la coyuntura económica almeriense la perspectiva se presenta con una tendencia negativa, observándose los siguientes aspectos significativos:

1. El sector secundario sufre un fuerte deterioro acuciado principalmente por la construcción, que tras el desplome de la burbuja inmobiliaria se encuentra sumida en una profunda recesión.

El mármol no ha obtenido cifras negativas gracias a orientar su estrategia comercial hacia el mercado exterior, la mejora de las infraestructuras y la logística, centrándose en la necesidad de posicionarse en nuevos mercados emergentes.

2. El sector agropesquero, por su parte, desprende un resultado positivo, aunque modesto, de sus tres subsectores principales, la agricultura, la pesca y la ganadería, consiguiendo aumentar y/ o mantener sus volúmenes de producción en la campaña.

Resaltar que la agricultura, gracias a la productividad, ha aumentado la producción en un 0,7% de toneladas con respecto al anterior ejercicio.

Por otro lado, el Sector Hortofrutícola ha liderado las exportaciones de frutas y hortalizas, siendo el principal suministrador de la Unión Europea donde se concentran más de un 95% de toneladas de producto almeriense y a pesar de haber sufrido amenazas como el E.coli del pepino, ha conseguido superarlas y mantener su imagen de calidad dentro y fuera de las fronteras nacionales

3. El sector servicios es uno de los más afectados con datos negativos como consecuencia de la disminución del gasto de los hogares, influenciado por los recortes y subidas de impuestos del gobiernos para congelar el déficit público. Pero no todo dentro del sector ha sido negativo, la hostelería presentó un buen comportamiento al apoyarse en el turismo, el cual tuvo signos de recuperación y experimentó un aumento de reservas y visitas a la provincia.

Las últimas estimaciones correspondientes al año 2012 muestran que la recuperación era sólo un espejismo y que la actividad turística, a pesar de todo, disminuyó en los 3 primeros trimestre del año y aunque se ha producido un incremento de la demanda extranjera, no ha sido suficiente para compensar la escasa demanda nacional.

Se puede observar como las actividades orientadas hacia el comercio exterior se han convertido en una salvaguarda para muchas empresas en la actualidad.

Es bien sabido que Almería está ligada estrechamente a la agricultura desde hace décadas, su gente ha vivido de ello pasando desde una explotación puramente familiar y de poca embergadura, a grandes extensiones invernaderos donde se produce todo el año buscando nuevas formas y técnicas de cultivo para producir cada vez más. Es ahí donde Almería ha marcado una diferencia aumentando cada año sus cifras de



producción y ventas, no sólo a nivel local o nacional, sino al extranjero.

Pero, ¿qué sería de la agricultura almeriense sin el desarrollo de las Cooperativas Hortofrutícolas? Históricamente, han ido de la mano, desde que comenzarán las primeras agrupaciones de agricultores buscando mejorar su situación y poder tener una seguridad en cuanto a la venta de sus productos hasta las grandes cooperaciones dedicadas a la venta y exportación de las frutas y hortalizas que producen los socios que la integran, ha llovido mucho. Por tanto, se han convertido en un gran binomio, en el que ambas partes (agricultor y cooperativa) han colaborado y se han desarrollado, permitiendo una evolución y crecimiento de este sector.

El camino no ha sido fácil, la agricultura supone uno de los pilares económicos que sustentan nuestra economía, en torno al cual, se generó un amplio entramado comercial y de servicios que ha generado miles de puestos de trabajo y una prosperidad económica. Con el paso del tiempo, el entorno ha ido cambiando pasando a vender en mercados globalizados, estando a merced de la oferta y la demanda, de amenazas externas como el aumento de cuota de Marruecos, el cambio de gustos de los consumidores, la preocupación por el medio ambiente y residuos fitosanitarios, la entradas de nuevos países productores y las inclemencias meteorológicas; pero, pese a todo ésto y contra todo pronóstico, la maquinaria ha seguido funcionando correctamente. Y es, en este punto, donde cada vez gana más importancia la labor que las Cooperativas Hortofrutícolas realizan.

## II. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.

Basándonos en el trabajo *“Las cooperativas hortofrutícolas almerienses, problemática y perspectiva de futuro”* (Montoya, 1998), se pretende comprobar como han evolucionado este tipo de organizaciones y analizar las diferencias existentes, si las hubiese, entre el año 1998 y el presente. En resumen, el objetivo principal de este trabajo es comprobar la situación actual de las Cooperativas Hortofrutícolas Almerienses<sup>1</sup>, y compararlas con las CHAs de hace tres lustros.

El trabajo se divide en dos partes diferenciadas:

En la primera parte, se actualizará los datos contenido en el estudio anteriormente citado con el objeto de mostrar la realidad de esta tipología de empresa a principios del siglo XXI.

En la segunda parte, se compara la nueva realidad con la descrita en el trabajo que tomamos como referencia, identificando las diferencias, si las hubiere, y explicando, en la medida de lo posible la causa de dichos cambios.

Y para terminar el trabajo se llegará a unas conclusiones que serán plasmadas como síntesis final.

---

<sup>1</sup> En adelante CHAs.

**BLOQUE I**  
ACTUALIZACION DE DATOS

### **III. CARACTERIZACIÓN DE LAS CHAs A PRINCIPIOS DEL S. XXI.**

En el presente apartado se pretende realizar una actualización de los datos aportados en nuestro trabajo de base, intentando reflejar el estado actual en el que las CHAs se encuentran.

La caracterización se va a realizar desde dos contextos bien definidos, el factor externo a este tipo de corporaciones que influye directa e indirectamente en su funcionamiento e intereses y los factores internos, que definen el éxito o el fracaso de estas entidades en un ambiente cada vez más competitivo.

#### **3.1. FACTORES EXTERNOS.**

##### **3.1.1. ACTUAL MARCO NORMATIVO**

Con el transcurso de los años han ido sucediéndose diferentes textos normativos con el fin de ofrecer una correcta regulación de estas organizaciones. No todas se ajustaban a las necesidades de las mismas, debido al entorno cambiante y altamente competitivo de los últimos años. Además, se presentaban deficiencias que limitaban en diferentes aspectos su actividad económica.

Hasta finales del siglo XX, las Sociedades Cooperativas Andaluzas estaban reguladas por la Ley 2/1999 de Sociedades Cooperativas andaluzas de 31 de marzo que fue modificada por la Ley 3/2002 de 16 de diciembre. Dicha modificación intentó adaptarse y dar respuesta a algunas limitaciones existentes.

Sin embargo, esto no fue suficiente, entrando en vigor el 20 de enero de 2012 la Ley de Sociedades Cooperativas Andaluza de 14 de diciembre de 2011, con la cual se pretende dar un paso más allá y ofrecer la flexibilidad que necesitan estas empresas de economía social en cuanto a

competitividad y agilidad y sobre todo quitando trabas en lo que respecta a las operaciones con terceros.

A continuación se enumeran algunas de las novedades incluidas en la actual normativa:

- El capital social puede venir determinado y cuantificará los servicios a los que podrá acceder el socio mediante su suscripción.
- Reducción de los porcentajes de dotación a los Fondos Obligatorios.
- Se añade el voto plural ponderado, en proporción al volumen de actividad de los socios, con un máximo de 7 votos sociales.
- Los estatutos podrán contemplar la posibilidad de nombrar como miembros de la Administración y/ o consejeros a personas cualificadas y expertas que no tengan la condición de socios.
- Se podrá exigir que las aportaciones de nuevo ingreso se fijen en Asamblea General en función del activo patrimonial.
- Reduce las limitaciones en las operaciones con terceros.
- Se simplifica el procedimiento en futuras fusiones.
- Mantiene los principios del cooperativismo y añade otros nuevos como la sostenibilidad empresarial y medioambiental, la igualdad de género o el fomento del empleo estable.

Dicho texto era muy esperado y necesario para mejorar la competitividad de las Sociedades Cooperativas Hortofrutícolas en un mercado cada vez más competitivo y globalizado. La nueva regulación, por lo tanto, se trata de una normativa moderna, que aportará adaptabilidad a las empresas al poder diseñar su propio modelo.

Una de las finalidades es dotar de una mayor flexibilidad a este tipo de sociedades para que puedan seguir creciendo si lo desean y no como venía ocurriendo, que al alcanzar una determinada dimensión se veían obligadas a adoptar otros modelos no cooperativistas.

Por otra parte, como empresas de economía social que son, se encuentran reguladas a nivel nacional por la Ley 5/2011 de Economía Social. Con ella se establece un marco jurídico con mayor seguridad, reconocimiento y visibilidad, siendo pionera en España y en el resto del mundo, pero sin sustituir la normativa específica de cada una de las familias que integran la Economía Social.

**TABLA I.**  
**CONFIGURACIÓN ACTUAL DE LAS LEYES QUE RIGEN LAS COOPERATIVAS ANDALUZAS.**

EN VIGOR	LEGISLACIÓN	AMBITO
2011	Ley 5/2011 de Economía Social	Nacional
2012	Ley 14/2011 de Sociedades Cooperativas Andaluzas	Autonómico

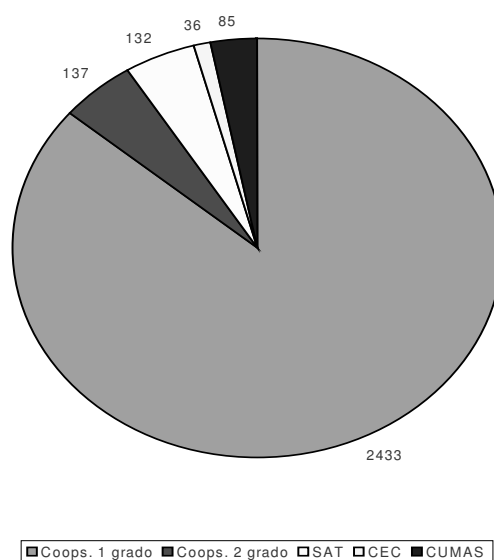
*Fuente: Elaboración propia*

### 3.1.2. VOLUMEN DE LAS COOPERATIVAS AGRARIAS

#### A. Evolución a nivel nacional y autonómico.

En el siguiente gráfico se puede observar el número de cooperativas agroalimentarias existentes en el ámbito nacional correspondientes al año 2012.

**GRAFICO I**



Fuente: CCAE

Según “Las cooperativas hortofrutícolas almerienses, problemática y perspectivas de futuro” (Montoya, 98), en 1995 había un total de 5.524 entidades pertenecientes a esta tipología<sup>2</sup>, por lo que se aprecia un claro descenso a nivel nacional en el número de empresas en el sector con un volumen de 2.433 empresas cooperativas de primer grado, 132 empresas cooperativas de 2º grado y 36 Sociedad Agrarias de Transformación<sup>3</sup>.

Pese al descenso tan drástico del número de empresas, en la actualidad existen un total de 3861 empresas cooperativas, el 73,22% de las mismas pertenecen al sector agro- alimentario con un total de 955.936 socios, este hecho convierte a este tipo de cooperativas en el más importante a nivel nacional<sup>4</sup>.

**TABLA N.º 2**  
**NUMERO DE COOPERATIVAS EN ESPAÑA 2012**

	COOPERATIVAS		SOCIOS		FACTURACIÓN		EMPLEO	
	<i>Número</i>	<i>% Total</i>	<i>Número</i>	<i>% Total</i>	<i>Valor (M€)</i>	<i>% Total</i>	<i>Directo Total</i>	<i>% Total</i>
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	3861	100,00%	1.144.070	100,00%	19.172	100,00%	97.615	100,00%
<b>COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS</b>	2827	73,22	955.936	83,56%	14.875	77,59%	79.222	81,16%

Fuente: CCAE

Si nos detenemos a estudiar la representatividad de las mismas, por Comunidades Autónomas se ve claramente que es la comunidad andaluza la que tiene un mayor entramado, 662 empresas.

<sup>2</sup> Es decir, Cooperativas Agroalimentarias Españolas.

<sup>3</sup> En adelante, S.A.T.

<sup>4</sup> Aporta en conjunto una facturación de 14.875 millones de euros y creando un empleo estable que ronda el 81% del empleo total contratado por las cooperativas españolas.

**TABLA N.º 3**  
**COOPERATIVAS POR COMUNIDADES AUTONOMAS 2012**

COMUNIDAD AUTONOMA	COOPERATIVAS	
	<i>Número</i>	<i>%</i>
ANDALUCIA	662	23,42
CASTILLA LA MANCHA	541	19,14
CDAD. VALENCIANA	299	10,58
CATALUÑA	231	8,17
EXTREMADURA	205	7,25
CASTILLA Y LEON	187	6,61
NAVARRA	173	6,12
ARAGON	164	5,80
GALICIA	91	3,22
MURCIA	74	2,62
PAIS VASCO	69	2,44
ISLAS BALEARES	35	1,24
MADRID	34	1,20
RIOJA	30	1,06
PRINCIPADO DE ASTURIAS	18	0,64
CANARIAS	13	0,46
CANTABRIA	1	0,04
TOTAL.....	2827	100,00

*Fuente: CCAE*

### **B. Evolución en la provincia de Almería.**

El estado actual del cooperativismo agrario en la provincia sigue siendo el mismo de siempre, una excesiva atomización<sup>5</sup>. Hay que apostar por una mayor concentración<sup>6</sup> para conseguir una posición fuerte frente a

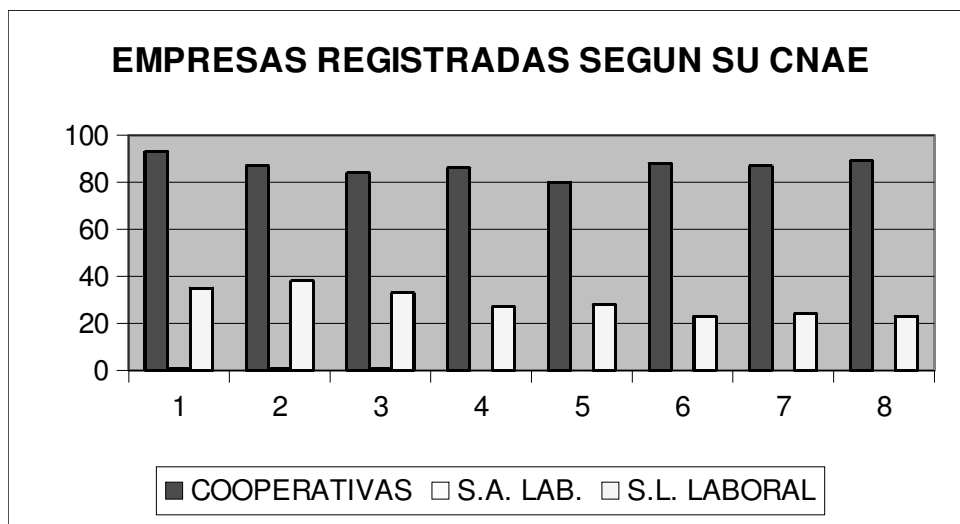
<sup>5</sup> Mercado en el cual la oferta está constituida por un número elevado de empresas. En el caso almeriense, existe un elevado número de empresas en el sector hortofrutícola que causan desequilibrio con una consecuente pérdida de poder frente a las fuertes cadenas de distribución alimenticia.

<sup>6</sup> Agrupación de empresas del sector, mediante acuerdos, fusiones o dependencia de una empresa matriz (holding, etc). Se puede dar de dos formas: concentración horizontal (engloba empresas del mismo sector) y concentración vertical ( vincula empresas de distintos sectores vinculadas entre sí en el proceso productivo)



las cadenas alimenticias que lideran el mercado y que son sus clientes fundamentales, para así no sólo generar un beneficio mayor, sino proteger los intereses de los socios cooperativistas que están viendo como los precios de sus productos están condicionados por el mercado.

Gráfico n.º 2



Elaboración propia. Datos obtenidos de CEPES-ANDALUCIA 2013.

Según otros datos obtenidos del informe Radiografía de las empresas hortícola de Almería, se desprende que en los últimos 6 años el número de comercializadoras hortofrutícolas se ha incrementado en un 9,3% avalando este dato la conclusión sobre la atomización del sector.

A pesar de que la atomización del sector sigue estando presente es conveniente decir que en el último periodo se ha visto una leve orientación hacia la concentración empresarial, que aunque no se ha llegado a los niveles convenientes se está empezando a ir por el camino correcto.

---

proceso productivo, lo que también se aplica a empresas de la misma industria pero que operan en diferentes etapas del proceso de producción).

**TABLA N.º4**

<b>ACCIONES DE CONCENTRACION</b>		
<b>COOPERATIVAS</b>	<b>ACCION</b>	<b>RESULTADO</b>
AgroMurgi SAT, Ejido Verde, CampoVicar y Geosur	<i>Unión</i>	Grupo MurgiVerde
Mayba y EjidoLuz	<i>Colaboración</i>	Grupo Agroiris
Agrieco, Cabasc, Casur, Cohorsan, Ferva y El Grupo	<i>Unión</i>	Única Group
Agrocastell, Agrupalmería y Femago	<i>Unión</i>	Grupo Femago

*Fuente: Elaboración Propia*

### **3.1.3. REPRESENTACIÓN DE INTERESES DE LAS COOPERATIVAS AGRARIAS EN ESPAÑA Y ALMERIA**

En cuanto a las asociaciones que velan por los intereses del sector, no hay cambios significativos. Es justo decir que permanecen las mismas organizaciones que se reflejaban en el año 1998.

A continuación comentamos el estado actual en el que se encuentran:

Por un lado, COEXPHAL (Asociación de Exportadores- Cosechadores hortofrutícolas de Almería), representa actualmente a 60 empresas del sector que ocupan un 65% de las exportaciones.

Por otro lado, nos encontramos con FAECA (Federación Andaluza de Empresas Cooperativas Agrarias), que agrupa la totalidad de las cooperativas agroalimentarias de Andalucía. El principal objetivo de esta organización no es otro que posicionar los productos andaluces más cerca del consumidor en los mercados internos y externos.

Para terminar, una mención para COGECA (Comité de Organizaciones Profesionales Agrícolas), la integran 35 afiliados de la Unión Europea, 36 organizaciones de miembros colaboradores y más de 40.000 cooperativas agrarias, posicionándose como la organización más fuerte de Europa.

Entre sus principales objetivos podemos destacar:

- Representar los intereses generales y específicos de las cooperativas agrarias, forestales, pesqueras y agroalimentarias europeas y contribuir al desarrollo de las cooperativas en general.
- Influir en las decisiones que afecten a las cooperativas agrarias, haciendo lobby<sup>7</sup> ante las instituciones publicas de las UE.
- Fomentar el papel económico y social de las cooperativas agrarias.
- Buscar soluciones a problemas de interés común.

### **3.1.4. UBICACIÓN**

Almería siempre ha contado con una ubicación privilegiada para el sector agrícola. Es la provincia que más horas de sol recibe al año y su climatología hace que pueda cosecharse prácticamente durante todo el año, lo cual sumado a la modernización de las estructuras productivas y la mejora de la productividad y calidad la hace ser un referente a nivel nacional.

Se han hecho muchos avances tecnológicos<sup>8</sup> importantes para incrementar la producción y mejorar los cultivos pero muy poco en lo que se refiere a la logística y la comercialización y distribución.

Aunque Almería no deja de ser un enclave perfecto para este tipo de sector, las frutas y hortalizas no dejan de ser un producto perecedero que tiene un tiempo concreto para ser consumidas, derivando en un transporte seguro y rápido desde el origen al destino. Es vital tomar las medidas necesarias para avanzar en este campo y ganar competitividad en la cadena comercializadora.

---

<sup>7</sup> Lobby es la acción realizada por un colectivo con intereses comunes ante las Administraciones Públicas con el objetivo de conseguir decisiones favorables para un sector económico concreto.

<sup>8</sup> Aplicados a sistemas de riego por goteo, sistemas de incremento de la productividad (perchas), mejora en las estructuras del invernadero, etc.

“En el caso de la producción almeriense, se une el hecho de la atomización de la oferta y una mayor lejanía de los principales mercados de destinos. Si se quieren buscar alternativas al transporte por carretera, que cada vez será menos competitivo, es absolutamente imprescindible crear esas plataformas en destino que sirvan, entre otros fines, de almacén-regulador de esos grandes volúmenes que llegarán previsiblemente por vía marítima.” (Aznar , Galdeano, Álvarez,Tapia & Godoy, 2012, p.86)

### 3.1.5. EXPORTACIONES

La tabla muestra cual ha sido la evolución de las exportaciones de frutas y hortalizas española en la campaña 2009/2012. El producto más exportado es el tomate con 493.882 Tm, seguido del pimiento con 359.336 Tm, del pepino con 358.252 Tm y del calabacín con 223.336 Tm. Se observa un incremento positivo con respecto a la campaña anterior, excepto en el Melón que ha retrocedido un -16,2% con respecto al anterior año.

**TABLA N.º5**  
**Evolución de las exportaciones por productos. En toneladas**

Producto	2009-2010	2010-2011	2011-2012	% var. 11-12
Berenjena	81.314	89.833	112.356	25,1
Calabacín	188.331	200.888	223.336	11,2
Col china	1.201	1.476	1.677	13,6
Judía verde	7.642	6.712	7.230	7,7
Lechuga	79.313	91.718	104.628	14,1
Melón	80.900	71.482	59.886	-16,2
Pepino	278.718	305.495	358.252	17,3
Pimiento	305.710	311.367	359.368	15,4
Sandía	139.262	146.783	146.996	0,1
Tomate	403.935	460.774	493.882	7,2
Otros	61.929	74.978	112.281	49,8
<b>Total</b>	<b>1.628.255</b>	<b>1.761.506</b>	<b>1.979.892</b>	<b>12,4</b>

*Fuente: Fundación Cajamar 2012.*

En general, la última campaña ha sido favorable, obteniendo cifras muy positivas y batiendo records con respecto a otras campañas agrarias.

Si nos centramos en estudiar cuáles son los principales países de destino de nuestras exportaciones se puede ver en la siguiente tabla como Alemania

con 589.503 Tm es nuestro principal comprador, seguido por Francia con 315.988 Tm, Holanda con 244.955 Tm y Reino Unido con 201.050 Tm, observándose un incremento generalizado con respecto a años anteriores.

**TABLA N.º6**

**Evolución de las cantidades exportadas según destino. En toneladas**

<b>Países</b>	<b>2009-2010</b>	<b>2010-2011</b>	<b>2011-2012</b>	<b>% var. 11-12</b>
Alemania	447.716	502.203	589.503	17,4
Austria	20.804	20.603	29.469	43,0
Bélgica	40.221	39.730	45.749	15,2
Dinamarca	35.891	40.060	45.231	12,9
Finlandia	14.609	11.942	13.134	10,0
Francia	283.729	293.085	315.988	7,8
Grecia	381	267	190	-28,8
Holanda	205.041	222.974	244.955	9,9
Irlanda	10.858	11.605	10.724	-7,6
Italia	99.147	122.912	153.079	24,5
Luxemburgo	370	558	817	46,3
Portugal	59.082	57.697	49.528	-14,2
Reino Unido	179.421	183.021	201.050	9,9
Suecia	54.813	61.596	52.350	-15,0
<b>Total UE-15</b>	<b>1.452.084</b>	<b>1.568.253</b>	<b>1.751.766</b>	<b>11,7</b>
Eslovaquia	4.033	4.519	6.145	36,0
Eslovenia	2.061	1.793	1.852	3,3
Estonia	3.596	2.662	2.272	-14,6
Hungría	6.604	8.389	6.463	-23,0
Letonia	4.993	4.977	5.229	5,1
Lituania	11.988	7.814	10.409	33,2
Polonia	56.267	69.680	82.070	17,8
República Checa	36.566	35.682	35.820	0,4
Rumania	3.091	8.546	23.211	171,6
Bulgaria	158	1.428	3.334	133,5
Chipre	10	21	1.649	7.633,6
Malta	46	69,1	131,3	90,1
<b>Europa Ampliada</b>	<b>129.414</b>	<b>145.581</b>	<b>178.587</b>	<b>22,7</b>
<b>Total UE-27</b>	<b>1.581.497</b>	<b>1.713.834</b>	<b>1.930.354</b>	<b>12,6</b>
Suiza	20.084	24.170	22.355	-7,5
Canadá	3.335	4.401	5.176	17,6
EEUU	2.891	3.215	3.507	9,1
Rusia	7.533	5.683	8.852	55,8
Otros países	7.585	5.053	5.092	0,8
<b>Total Países Terceros</b>	<b>46.757</b>	<b>47.672</b>	<b>49.539</b>	<b>3,9</b>
<b>Total Exportación</b>	<b>1.628.255</b>	<b>1.761.506</b>	<b>1.979.892</b>	<b>12,4</b>

*Fuente: Fundación Cajamar 2012.*

El mercado alemán es indiscutiblemente el de más peso y tras la crisis del pepino E.Coli se ha recuperado la confianza de los consumidores europeos en la calidad de los productos ofertados desde Almería.

Por otra parte, se observa un retroceso en las exportaciones en países como Grecia, Suecia, Portugal e Irlanda, en parte<sup>9</sup>, debido a que están atravesando serios problemas debido a la crisis económica.

Por lo que respecta a la distribución geográfica de las exportaciones destaca la progresiva primacía que el mercado europeo ha ido adquiriendo como punto de destino de las exportaciones hortícolas almerienses. Esta preponderancia se ha debido a la proximidad geográfica, sus elevados niveles de renta que generan una gran demanda y a la competitividad de la producción hortícola almerienses derivada de la posibilidad de ofertar mercancía en momentos del año en los que no es posible en otros países europeos ( Aznar et al 2012, p.23)

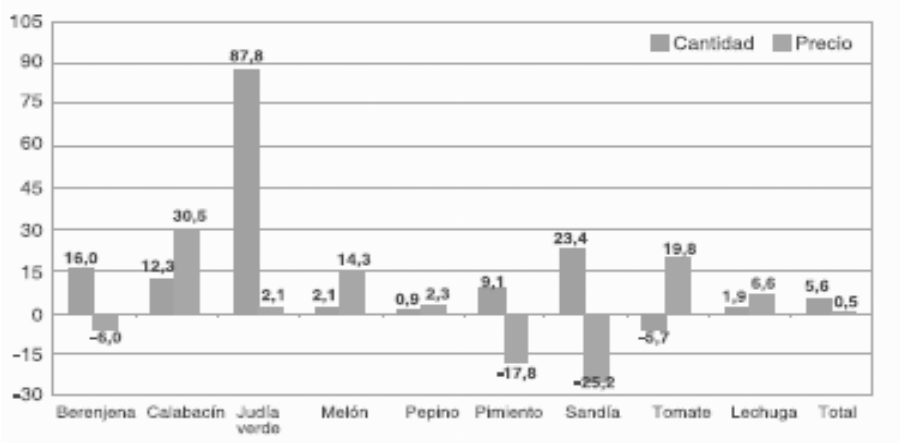
### **3.1.6. EVOLUCION DE LOS PRECIOS**

Según el estudio “Análisis de la Campaña Hortofrutícola de Almería. Campaña 2011-2012” de la Fundación Cajamar, la evolución de los precios medios de las principales frutas y hortalizas han sido bastante positivos con respecto a la campaña 2010/2011, teniendo un incremento en las cotizaciones del 0,5%.

---

<sup>9</sup> Es en parte debido a que si observamos otros países como Italia se observa que las exportaciones han aumentado hacía ese país, por lo cual la crisis no es la única causa.

**Gráfico n.º 3. Variaciones porcentuales en precio y cantidad respecto a la campaña anterior.**

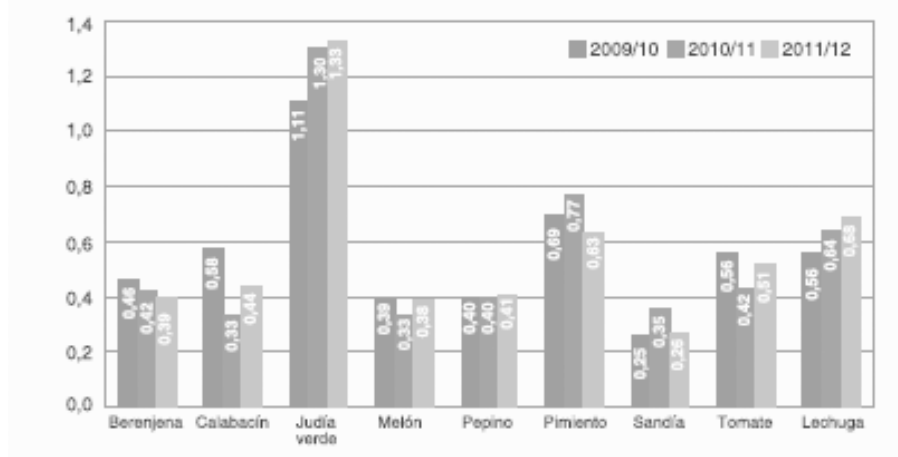


*Fuente: Fundación Cajamar. Estudio de la campaña 11/12.*

Debe tenerse en cuenta, que el volumen de producción de la campaña ha estado muy por encima de las anteriores con un aumento del 6,1% para estos productos y un 6,5% para el total del sector productivo.

En el siguiente gráfico se muestra una comparativa de los precios de las tres últimas campañas según los diferentes tipos de variedades hortícolas. Se aprecia que en la anterior campaña 2010/2011 hubo una bajada en los precios medios de las hortalizas que ha sido recuperada en la campaña 2011/2012. De todas las variedades estudiadas, la judía verde es la que mayor valor tiene con un precio de 1,33€, seguida de la lechuga con 0,58€, el pimiento con 0,63€ y el tomate con 0,51€

**Gráfico n.º 4. Evolución de los precios medios de las principales hortalizas. En euros**



*Fuente: Fundación Cajamar. Estudio de la campaña 11/12.*

### **3.1.7. LA INDUSTRIA Y LOS SERVICIOS AUXILIARES DE LA PRODUCCIÓN HORTOFRUTÍCOLA.**

El sector agrícola genera una amplia red de empresas agroindustriales especializadas que interrelacionan entre sí con alto grado de cooperación y competitividad.

Podemos definir como industria auxiliar de la agricultura al amplio entramado de empresas agroindustriales que se genera entorno al sector, caracterizadas en su mayoría por una alta especialización y su carácter competitivo.

Las relaciones producción- industria auxiliar vienen caracterizadas por (Marín, 2004):

- La Cooperación: Ambas partes interactúan y participan conjuntamente de las acciones orientadas hacia la adaptación y el avance tecnológico.
- Diversidad en el grado de sustitución de proveedores: dependiendo del grado de diferenciación del input<sup>10</sup> y de su importancia para el éxito comercial (por ejemplo, semillas híbridas), algunos proveedores son más fácilmente sustituibles que otros.

Los riesgos soportados por el productor hortofrutícola en el cultivo intensivo conlleva que existan diferentes instrumentos que garanticen poder llevar a cabo una mejora o no en sus cultivos mediante acuerdos con las empresas auxiliares. Así, éstas ofrecen diferentes métodos de pago para liberar de la presión económica a los productores y agilizar el consumo, provocando, a su vez, un endeudamiento que pone de manifiesto la importancia de la labor realizada por las entidades financieras.

---

<sup>10</sup> Factor productivo que adquiere la empresa del exterior para ser sometido a un proceso de transformación interna (materias primas, productos intermedios y la energía, por ejemplo).



A continuación, se detallan brevemente los servicios auxiliares más relevantes:

- a. Estructuras de invernaderos. Dado las características de Almería, se necesita una continua renovación y mejora de las estructuras de los invernaderos.
- b. Semilleros. La mayoría de empresas que forman este sector son compañías procedentes de Holanda, que cuentan con líneas de I+ D para obtener mejores variedades de semillas.
- c. Transportes. Normalmente se realiza por carretera, condicionado por una ineficaz red de ferrocarril y los altos costes del transporte aéreo y la lentitud del transporte marítimo.
- d. Servicios informáticos. La integran empresas especializadas en productos relacionados con la informática orientada a la agricultura intensiva, ofreciendo equipos para automatizar los riegos y el abonado por ejemplo, y en cuanto a las empresas manipuladores y alhóndigas, sistema de control de envasado, gestión comercial, etc.
- e. Asesoramiento técnico agrícola destinado a implantación de sistemas de calidad.
- f. Suministros agrícolas.

El principal problema es la escasa tradición industrial que tiene la provincia que ha generado una gran dependencia del exterior.

### **3.1.8. DISPONIBILIDAD DE PERSONAL CUALIFICADO**

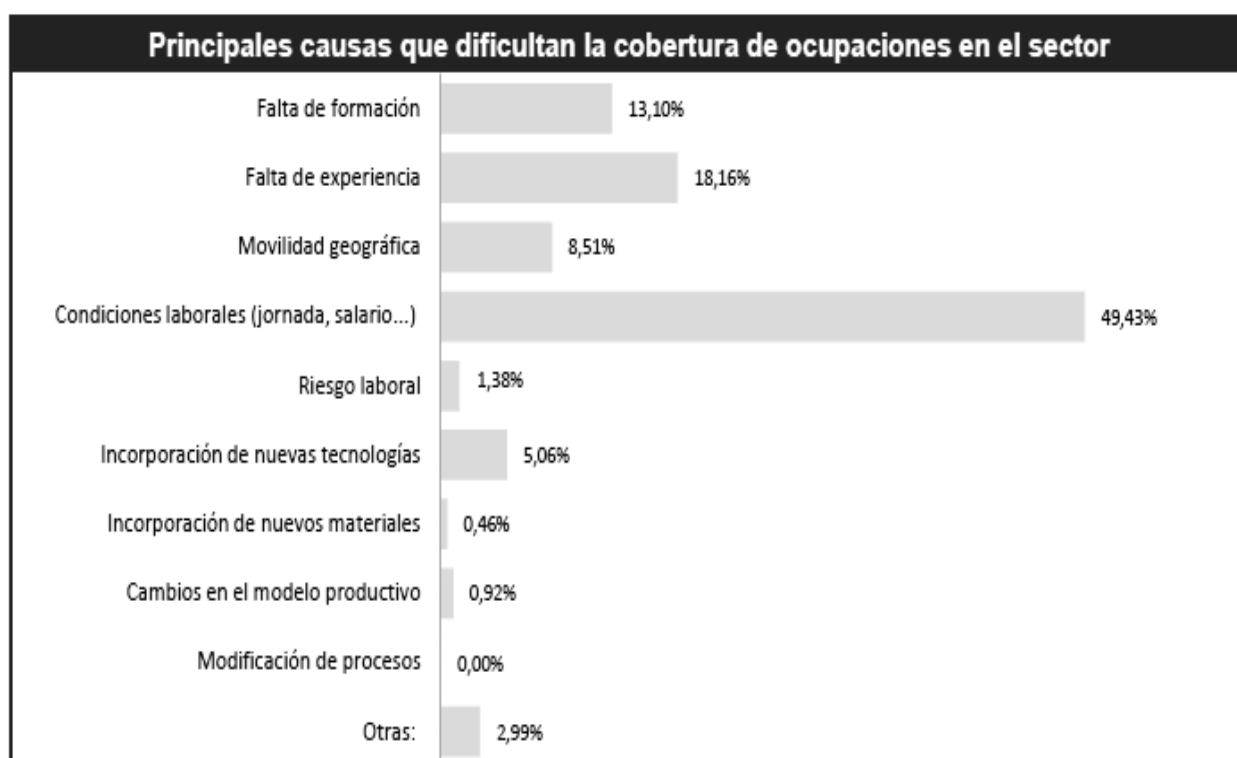
Las ocupaciones con mas posibilidades de incremento en cuanto a contratación en el sector hortofrutícola son (SEPE, 2012):

- Técnicos en control de calidad en industrias alimentarias.
- Técnicos de laboratorio en industrias alimentaria.
- Técnicos en dietética y nutrición
- Ingenieros técnicos industriales y de producción

- Ingenieros técnicos agrícolas.
- Manipuladores de frutas y hortalizas.
- Programadores de aplicaciones informáticas.
- Agentes de aplicaciones informáticas.
- Agentes y representantes comerciales.
- Mecánicos de mantenimiento industrial
- Trabajadores de huertas, invernaderos, viveros y jardines.

El siguiente gráfico arroja cuáles son las principales causas que se dan en el mercado laboral para cubrir las diferentes ocupaciones requeridas en el sector. La más acuciante es la relacionada con las condiciones salariales, tales como la jornada y el salario con un 49,43%, seguida por la falta de experiencia con un 18,16%, la falta de formación específica con un 13,10% y la movilidad geográfica con un 8,51%.

**Gráfico n.º 5**



Fuente: SEPE

Estos datos evidencian que aunque hay personal disponible para cubrir los puestos de trabajo, a éste le falta la cualificación necesaria para poder llevar a cabo ciertos puestos con profesionalidad y de forma exitosa. Por otra parte, un tema clave para el sector es el conocimiento de idiomas, el cual está muy lejos de ser el deseado.

Como se ha venido diciendo a lo largo del presente estudio, estamos sumidos en una creciente internacionalización. Esto supone estar en contacto reiterado con numerosas empresas y clientes pertenecientes a otros países, siendo necesario un manejo de lenguas extranjeras en diferentes puestos estratégicos y de responsabilidad que darán un valor añadido y una imagen corporativa fuera de nuestras fronteras así como una mejor labor a la hora de realizar y/ o negociar diferentes transacciones comerciales.

Si nos centramos no sólo en el nivel de formación y cualificación existentes en el mercado de trabajo almeriense y analizamos otros tipos de variables como pueden ser la contratación, temporalidad, sexo, edad y extranjeros<sup>11</sup> que acceden a puestos de trabajo en este sector podemos guiarnos por la siguiente tabla, que nos da información sobre el comportamiento de los diferentes indicadores estudiados así como las diferentes tasas obtenidas en comparación con el total de todas las actividades (SEPE, 2012).

---

<sup>11</sup> Al liberalizarse la circulación de personas y capital por los países integrados por la Unión Europea, se ha generado un efecto migratorio hacia Almería de trabajadores procedentes de países como Rumania, Lituania, Polonia y Rusia, que han terminado en su mayoría en el sector agrario. También inmigrantes de origen Magrebí y del norte de África han entrado en gran número en la provincia en busca de oportunidades.

GRAFICO N.º 6

Principales indicadores. % Variación 2010–2011					
Indicador	CNAE 01	CNAE 10	CNAE 46	CNAE 82	Total actividades
Ocupados	0,51	-1,79	-1,00	-1,38	-3,26
Parados EPA	0,20	5,90	6,52	3,45	12,29
Afiliados seg. social	0,25	-0,60	-0,67	3,35	-2,10
Afiliad. régimen general	-0,29	-0,89	-0,98	3,22	-2,66
Afiliados autónomos	1,14	--	--	--	-1,06
Afiliad. régimen agrario	-2,45	-1,60	0,69	4,32	1,14
Contratos	-3,90	-1,52	-4,72	-22,87	0,11
Indefinidos	-6,51	-10,70	-14,12	-16,24	-9,61
Temporales	-3,86	-0,39	-2,20	-23,25	1,02
Contratos extranjeros	-4,28	-12,38	-2,30	-26,22	-4,51
Paro registrado	12,34	3,42	4,72	15,01	7,86
Parados larga duración	25,52	2,76	1,29	16,97	8,84
Tasas de contratos y demandantes de empleo. 2011					
Tasas (%)	Contratos				
	CNAE 01	CNAE 10	CNAE 46	CNAE 82	Total actividades
Estabilidad	1,4	9,99	19,1	6,01	7,69
Temporalidad	98,6	90,01	80,9	93,99	92,31
Rotación	2,29	1,69	1,27	1,96	2,37
Hombres	65,07	54,41	62,09	66,06	54,65
Mujeres	34,93	45,59	37,91	33,94	45,35
<25 años	15,34	20,91	18,59	28,13	20,04
25-44 años	56,19	60,07	64,13	60,93	61,15
>45 años	28,47	19,02	17,28	10,93	18,81
Extranjeros	33,12	14,38	23,84	19,19	19,27
Tasas (%)	Demandantes parados				
	CNAE 01	CNAE 10	CNAE 46	CNAE 82	Total actividades
Mujeres	42,24	54,92	32,9	38,41	50,03
Jóvenes < 25	12,01	8,58	7,11	12,59	10,41
Mayores 45	35,15	43	37,31	26,2	37,33
Extranjeros	40,05	14,42	16,03	16,2	14,15
Parados larga duración	28,73	39,51	36,17	29,06	36,45

Fuente: SEPE

Se observa un claro retroceso provocado por la difícil situación económica que está atravesando el país. Si comparamos las cuatro actividades estudiadas en la tabla: CNAE<sup>12</sup> 01 Agricultura, ganadería, pesca y servicios auxiliares relacionados con ellas”, CNAE 10 Industrias de alimentación , CNAE 42 Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas y CNAE 82 Actividades administrativas de oficina y otras actividades auxiliares a las empresas del sector hortofrutícola, pueden apreciarse los siguientes datos relevantes (SEPE, 2012):

<sup>12</sup> Código Nacional de Actividades Económicas.

1. Destaca la alta tasa de estabilidad que se aprecia en la Actividad 46.
2. La contratación en el sector hortofrutícola tiene un alto componente masculino, sólo superada levemente por la actividad 10.
3. La tasa de contratación de extranjeros es más alta en el sector hortofrutícola que en el resto.
4. La tasa de paro femenino es menor en el sector hortofrutícola que en el resto de actividades, a excepción de la actividad 10.
5. Los mayores de 45 años y los parados de larga duración tienen la tasa de actividad más elevada.
6. Por otra parte, los parados extranjeros, tienen una tasa de actividad muy alta en lo relacionado con la agricultura, ganadería, caza y servicios relacionados con las mismas.

### **3.1.9. ANÁLISIS DE LOS COMPETIDORES**

En este sentido, es conveniente hablar de que la globalización de los mercados ha provocado diferentes consecuencias políticas que han llevado a realizar acuerdos con terceros países, y a disminuir las barreras de entrada que había impuestas anteriormente en el sector hortofrutícola, burocráticas y legales.

Nos encontramos competidores a distintos niveles. Si nos quedamos en España, son provincias de claro componente tradicional agrícola y muy especializadas en cuanto a su producción: Murcia, Alicante, Las Palmas, Tenerife y Granada.

En relación a mercados intracomunitarios, los principales países exportadores junto con España son Holanda, Italia y Francia. De estos, Holanda es la principal competidora de Almería con una enorme tradición comercial que le da una gran ventaja competitiva con respecto a otros mercados y un gran avance en cuanto a innovación y logística.

Por otro lado, nos encontramos con los terceros países que han empezado a competir en los últimos años en el mercado Europeo como Marruecos, Turquía, Israel o Ibero América que compiten por sus bajos costes y unos tratados firmados con la Unión Europea .

Un factor determinante en los mercados de Europa es el precio, dada la escasa diferenciación entre los productos ofrecidos. Para conseguir el éxito del producto almeriense es necesaria una diferenciación clara del mismo, buscando incorporar elementos que aporten mayor valor añadido además de variables como la calidad y la seguridad.

Claramente, se ve como es Holanda y Marruecos seguidos de Francia los mercados productores que representan una amenaza para el sector hortofrutícola Almeriense.

Por último, hay que prestar especial atención a Turquía que durante los últimos años junto con Marruecos ha sido una amenaza para el sector hortofrutícola almeriense.

**TABLA N.º7**  
**Exportaciones de tomate de nuestros principales competidores**

	Miles de euros			Toneladas		
	10-11	11-12	% Var.	10-11	11-12	% Var.
España	832.627	863.355	3,69	733.291	756.250	3,13
Holanda	991.771	1.002.245	1,06	712.836	725.507	1,78
Francia	211.970	223.067	5,24	161.294	180.315	11,79
Bélgica	99.682	110.702	11,06	95.048	109.404	15,10
Otros INTRA UE-27	332.584	323.456	-2,74	316.758	320.338	1,13
<b>TOTAL INTRA UE-27</b>	<b>2.468.634</b>	<b>2.522.825</b>	<b>2,20</b>	<b>2.019.226</b>	<b>2.091.813</b>	<b>3,59</b>
Marruecos	249.460	264.010	5,83	331.936	350.827	5,69
Turquía	54.736	37.283	-31,89	59.449	41.067	-30,92
Otros EXTRA UE-27	57.707	46.189	-19,96	75.766	48.648	-35,79
<b>TOTAL EXTRA UE-27</b>	<b>361.902</b>	<b>347.482</b>	<b>-3,98</b>	<b>467.151</b>	<b>440.542</b>	<b>-5,70</b>

*Fuente: Fundación Cajamar 2012.*

En los últimos 15 años se han implementado sistemas de calidad y de producción biológica e integrada buscando proporcionar y satisfacer al consumidor con productos de calidad y saludables, a la vez se han integrado sistemas de logística para poder seguir todos los procesos de los canales de la distribución y para poder corregir los errores a tiempo a la vez que garantizar un correcto manipulado de los productos hortícolas.

Todos estos procesos están encaminados a destacar el producto de Almería por encima de los de otros productores dándole al consumidor un producto de calidad y con todas las garantías. Por eso, se busca crear marcas que nos diferencien como por ejemplo, la denominación de origen<sup>13</sup> del TOMATE LA CAÑADA- NIJAR que gracias a las características de la zona de cultivo y la salinidad del agua le da un sabor y características nutritivas inconfundibles y que no se pueden conseguir en cualquier otro lugar y como no, el Tomate RAF, cultivado desde los orígenes de la agricultura almeriense con una calidad y sabor muy característicos.

### **3.1.10. LA UNION EUROPEA.**

#### **A. LA POLITICA AGRARIA COMUN Y LA UE**

La Política Agraria Común se configuró con el fin de eliminar las diferencias y barreras que existían a la hora de comercializar los productos agrícolas y facilitar su circulación.

Las ventajas para España al entrar en la CEE eran evidentes (De Pablo, Pérez & García, 2003, p.37-52)

- La eliminación de obstáculos arancelarios y no arancelarios que sufrían las exportaciones españolas.
- A través de las restituciones se favoreció las exportaciones a terceros países.

---

<sup>13</sup> Calificación que se emplea para proteger legalmente ciertos alimentos que se producen en una zona determinada, contra productores de otras zonas de cultivo

La PAC se ha reformado varias veces a lo largo de su creación y tras su reforma en 2003 y posterior revisión en 2008 quedaron sentadas las bases de la PAC hasta 2013 pero aún quedaba por definir el periodo posterior. En 2010 fue presentado el texto “LA PAC EN EL HORIZONTE 2020: responder a los retos futuros en el ámbito territorial, de los recursos naturales y el alimentario” con la que se iniciaron continuos debates y se prepararon diferentes propuestas en respuesta a la misma.

Esta reforma se esperaba con mucho recelo ya que las propuestas iniciales eran consideradas lesivas para España y, en definitiva, para el campo español. En el texto, COM 267/2010 se aprecian dos objetivos principales (Conserjería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, 2013):

- Mostar los desafíos principales y los problemas políticos de mayor importancia que afectan a la agricultura y a las zonas rurales de Europa.
- Definir las orientaciones políticas y las opciones posibles para el futuro.

Se espera que la nueva reglamentación entre en vigor el 1 de enero de 2014, tras haber sido negociada durante tres años por parte de España para mejorar las condiciones planteadas en la propuesta inicial.

Uno de los factores más relevantes e influyentes a la hora del diseño de la Política Agraria Común es sin duda la política en materia de comercio internacional, y de hecho las reformas realizadas en los últimos años han estado condicionadas por los compromisos que han sido adquiridos por parte de la UE ante la Organización Mundial del Comercio<sup>14</sup>.

Por lo tanto la UE como miembro de la OMC participa activamente en las negociaciones de la Ronda de Doha, que se vienen realizando desde 2001, las cuales juegan un papel de suma importancia por su implicación en el comercio de productos agrícolas.

---

<sup>14</sup> En adelante OMC.



Por otro lado en cumplimiento con las normas de la OMC, la UE tiene establecidos diferentes acuerdos bilaterales con países, en los que se pactan condiciones preferenciales en sus transacciones comerciales como por ejemplo la eliminación de aranceles a las importaciones de la UE de ciertos productos, lo que genera distorsiones en los mercados agrarios y sobre todo en los productos hortofrutícolas.

Los acuerdos más destacados por su gran impacto en la producción hortofrutícola andaluza y, por lo tanto, almeriense son los acuerdos<sup>15</sup> con los países de la cuenca mediterránea<sup>16</sup>. También, dispone de una estrategia comercial y de desarrollo dirigida a los 78 países de África, el Caribe y el Pacífico cuyo objetivo es lograr su integración en la economía mundial. Con respecto a las importaciones de los países en desarrollo y países menos desarrollados, la UE les eximen del pago de derechos o les aplica un tipo muy reducido con arreglo a su Sistema de Preferencias Generalizados (Conserjería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, 2013).

## **B. ADHESIÓN DE TURQUÍA A LA UNION EUROPEA**

Tras esperar durante bastantes años su entrada en la UE, Turquía logró en el año 2005 que se le considerara candidato, tras realizar numerosas reformas con el objetivo final de la Adhesión, la cual no se espera para antes del año 2015.

Para convertirse en estado miembro, Turquía deberá adoptar el Acervo Comunitario así como todas las reformas y adicción que se le dicten hasta el día de su ingreso definitivo y además deberá contar con una economía estable, adoptar la PAC, liberalizar sus industrias y servicios , entre otros cambios.

Su posible adhesión implicaría a Turquía diversos beneficios:

---

<sup>15</sup> Acuerdos Euromediterráneos.

<sup>16</sup> Dichos países dado su ubicación geográfica gozan de un calendario de producción similar al de España y a su vez, cuentan con ventajas competitivas con respecto a nuestro país que son los menores costes en algunos elementos de producción como la mano de obra, lo que les da a sus productos una posición muy ventajosa en momentos de producción. Ejemplo: Marruecos.

- La modernización del estado.
- Entrada en el Mercado Común, eliminándose las distorsiones<sup>17</sup> en los precios.
- Atraerá inversiones extranjeras.
- La mejora de las infraestructuras.
- Crecimiento económico.
- Gozaría de los beneficios de la Unión Monetaria y el libre movimiento de personas y trabajadores.

La adhesión de Turquía representaría para UE una diversificación del comercio Interior, causando que las importaciones turcas produzcan una disminución de las importaciones de otros lugares de dentro y fuera de la UE (países socios) y por tanto de sus intereses económicos y comerciales por lo cual, entre otras razones, países como Austria, Francia y Alemania están en contra de su consecución e intentan aplazar las negociaciones lo más posible.

## **3.2. FACTORES INTERNOS**

### **3.2.1. LA CALIDAD: NORMALIZACION Y CERTIFICACIÓN.**

La normalización comercial en el sector de frutas y hortalizas ha venido consistiendo en la aplicación de unas normas de calidad establecidas en diferentes normativas.

“Las ventajas ligadas a la normalización son las siguientes (Galdeano, Céspedes, Uclés & Rodríguez,1999,p.80):

- Fomenta la calidad
- Facilita las transacciones comerciales
- Aporta transparencia a los intercambios del mercado
- Mayor cotización del producto

---

<sup>17</sup> Presencia de un producto con precios diferentes en un mismo mercado, debido a su falta de transparencia.

- Impide la llegada al mercado de productos de baja calidad
- Mayor información para el consumidor
- Incrementa la productividad”

El hecho de que en nuestra provincia la mayoría de las explotaciones se dediquen a la agricultura intensiva bajo plástico, implica factores de presencia de residuos tóxicos provenientes de la utilización de fitosanitarios, herbicidas y fertilizantes.

En los últimos tiempos se ve la tendencia cada vez más extendida en los mercados de obtener un producto de calidad, pero con esto no sólo se está haciendo referencia a su calibre, color y sabor sino también a valores intrínsecos que la sociedad reclama como son la salubridad, el valor nutritivo, y unas formas de cultivo no perjudiciales con el medio ambiente.

Este hecho ha llevado a las CHAs a actuar basándose en estas directrices para no perder cuota en los mercados y aprovechar una oportunidad de ofrecer no sólo un gran volumen de producción durante todo el año sino también unos productos sin aditivos perjudiciales para la salud y con un gran sabor, es decir, con un alto nivel de calidad.

Con esto se deduce la importancia hacia el desarrollo de unas prácticas verdes<sup>18</sup> y de introducir una serie de normas y sistemas de calidad que garanticen que se están siguiendo las directrices correctas. Así podemos hablar de:

- LA AGRICULTURA ECOLÓGICA:

Ésta tiene como finalidad la obtención de productos hortofrutícolas más ecológicos, en términos biológicos y orgánicos. Consiste en volver a las prácticas agrarias de cultivo que existían antes de la

---

<sup>18</sup> Respetuosas con el medio ambiente

llegada de la agricultura intensiva sin utilizar fitosanitarios ni agentes químicos dañinos.

Aunque el cultivo ecológico tiene la ventaja de ofrecer unos productos diferenciados por su alta calidad, en la actualidad no suele ser todo lo destacado que debería de ser, dando lugar a confusión en el consumidor.

- SISTEMA DE PRODUCCIÓN INTEGRADA.

Este sistema de calidad fue desarrollado por la Conserjería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Desde su comienzo se han ido elaborando una serie de disposiciones con el fin de mejorar la calidad en el sector. La regulación aparecida en los últimos años es la siguiente:

<b>NORMATIVA NACIONAL VIGENTE</b>
Ley 43/2002, de 20 de noviembre, de sanidad vegetal. Título III. Capítulo I. Artículo 25
Real Decreto 1201/2002, de 20 de noviembre, por el que se regula la Producción Integrada de productos agrícolas.
Orden APA/1/2004, de 9 de enero, por la que se establece el logotipo de la identificación de garantía nacional de producción integrada.
Orden APA/370/2004, de 13 de febrero, por la que se establece la norma técnica específica de la identificación de garantía nacional de producción integrada de cultivos hortícolas.
Orden APA/1657/2004, de 31 de mayo, por la que se establece la norma técnica específica de la identificación de garantía nacional de producción integrada de cítricos.
Orden APA/677/2006, de 28 de febrero, por la que se establece la norma técnica específica de la identificación de garantía nacional de producción integrada del ajo.
Orden APA/684/2006, de 28 de febrero, por la que se establece la norma técnica específica de la identificación de garantía nacional de producción integrada del algodón

*Fuente: Elaboración Propia*

## NORMATIVA AUTONÓMICA VIGENTE

Decreto 245/2003, de 2 de septiembre, por el que se regula la producción integrada y su indicación en productos agrarios y sus transformados.

Decreto 7/2008, de 15 de enero, de modificación del Decreto 245/2003, de 2 de septiembre, por el que se regula la producción integrada y su indicación en productos agrarios y sus transformados.

Orden de 13 de diciembre de 2004, por la que se desarrolla el Decreto 245/2003, de 2 de septiembre, por el que se regula la producción integrada y su indicación en productos agrarios y sus transformados

Orden de 3 de Mayo de 2000, por la que se aprueba el Reglamento Específico de Producción Integrada de los Frutales de Hueso: Melocotonero y Ciruelo

Orden de 21 de septiembre de 2000, por la que se aprueba el reglamento específico de producción integrada de cítricos.

Orden de 8 de octubre de 2001, por la que se aprueba el Reglamento Específico de Producción Integrada de Patata

Orden de 27 de noviembre de 2002, por la que se aprueba el Reglamento Específico de Producción Integrada de Algodón.

Orden de 19 de julio de 2005, por la que se aprueba el Reglamento Específico de Producción Integrada de Vid (uva para vinificación).

Orden de 4 de enero de 2006, por la que se aprueba el Reglamento Específico de Producción Integrada de Flor Cortada: Clavel y Miniclavel bajo abrigo.

Orden de 4 de enero de 2006, por la que se aprueba el Reglamento Específico de Producción Integrada de Alfalfa.

Orden de 23 de octubre de 2006, por la que se aprueba el Reglamento Específico de Producción Integrada de Zanahoria y Chirivía.

Orden de 28 de junio de 2007, por la que se aprueba el Reglamento Específico de Producción Integrada de los Frutales de Pepita: Manzano y Peral.

Orden de 10 de octubre de 2007, por la que se aprueba el Reglamento Específico de Producción Integrada de Cultivos Hortícolas Protegidos (tomate, pimiento, berenjena, judía, calabacín, pepino, melón y sandía).

Orden de 15 de abril de 2008, por la que se aprueba el Reglamento Específico de Producción Integrada de Olivar.

Orden de 2 de octubre de 2008, por la que se aprueba el Reglamento Específico de Producción Integrada de Tomate para Transformación Industrial.

Orden de 11 de mayo de 2009, por la que se aprueba el reglamento específico de producción integrada de remolacha azucarera para siembra otoñal.

*Fuente: Elaboración propia.*

- **NORMAS DE CALIDAD.**

Estas normas están destinadas a la “Producción Controlada de Frutas (UNE 155003) y Hortalizas (155001) de consumo fresco”.

Se han elaborado para dar respuesta a las exigencias de las cadenas de supermercados y otros distribuidores a nivel europeo en los sistemas productivos.

Los productores de frutas y hortalizas de todo el país por medio de la Asociación Nacional de Normalización y Certificación (AENOR) están implantando esta norma en sus explotaciones.

Normalmente, son las CHAs las que promueven y asesoran a sus asociados para que cumplan con estas certificaciones, imponiéndoles una serie de directrices a seguir en sus explotaciones y normas tras las cuales sus productos serán clasificados como de primera categoría a la hora de vender sus productos.

- **EUREPGAP PARA FRUTAS Y HORTALIZAS.**

Es un programa privado de certificación voluntaria creado por 24 grandes cadenas de supermercados que operan en numerosos países de Europa Occidental y que han organizado el “Euro-Retailer Produce Working Grupo- EUREP, cuyo fin es aumentar la confianza del consumidor en la sanidad de los alimentos, desarrollando buenas practicas agrícolas (GAP). Lo que le diferencia de otros programas de certificación es que Las reglas establecidas en EUREGAP prestan su atención principalmente a aspectos de tipo medio ambiental o sociales pero orientados en la sanidad de los alimentos y en el rastreo de los productos hasta su lugar de origen, aunque también hacen mención a los requisitos sobre la utilización de plaguicidas, la seguridad de los trabajadores, etc (Galdeano et al, 2003, p.93).

- NORMAS ISO 900X.

Este es un sistema de aseguramiento de la calidad en la producción, la instalación y el servicio postventa.

Nos encontramos ante una norma internacional que forma parte de un conjunto formado por tres normas internacionales que tratan sobre requisitos de los sistemas de calidad que pueden utilizarse para el aseguramiento externo de la calidad. Estas normas son (Galdeano et al, 2003, p.99):

- a. ISO 9001- “Sistemas de calidad. Modelo para el aseguramiento de la calidad en el diseño, el desarrollo, la producción, la instalación y el servicio posventa”.
- b. ISO 9002- “Sistemas de calidad. Modelo par el aseguramiento de la calidad en la producción, la instalación y el servicio posventa”.
- c. ISO 9003- “Sistemas de calidad. Modelo para el aseguramiento de la calidad en la inspección y en los ensayos finales”

Dado las características de las organizaciones de productores andaluzas y de la provincia son las Normas ISO 9001 y ISO 9002 la que comenzaron a implantarse en el sector desde su aparición.

### **3.2.2. EL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN HORTOFRUTÍCOLA DE ALMERIA.**

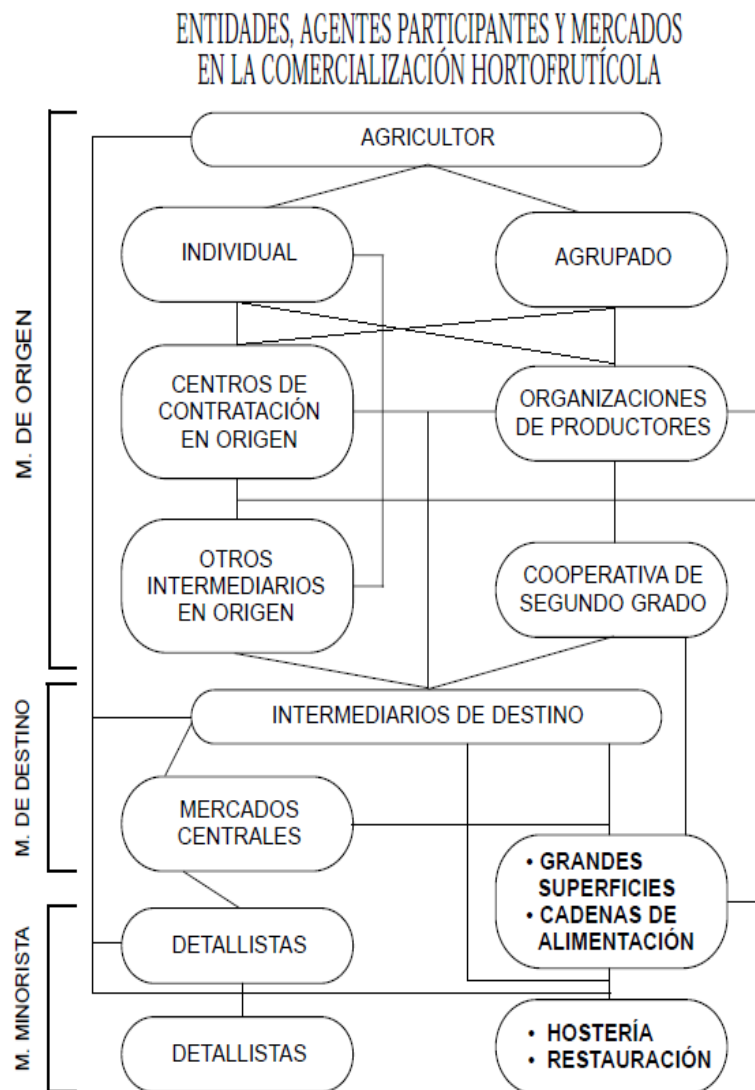
Las dos modalidades que emplean los agricultores para comercializar sus productos en el canal tradicional de distribución:

1. Individualmente, llevando su producción a un centro de contratación en origen (alhóndiga) en la que la mercancía es vendida.

2. En grupo, realizando una participación más activa en el proceso de comercialización a través de la entidad asociativa<sup>19</sup>

Una vez que la producción deja los centros de comercialización es intervenida por otro tipo de agentes en la cadena, los distribuidores y mayoristas, que tienen sitios destinados al almacenaje y manipulado de la mercancía antes de ser enviada a su destino final.

En el diagrama se esquematizan los distintos itinerarios:



*FUENTE: Elaboración Propia a partir del aportado por Mollá & Montoya, 2000*

<sup>19</sup> Las sociedades cooperativas y las SAT al pertenecer al grupo de empresas integradas en la economía social deben de primar las necesidades de sus socios (De Pablo Valenciano y Mesa, 2004)



**BLOQUE II**

**DIFERENCIAS ENCONTRADAS**

#### **4. V. DIFERENCIAS ENCONTRADAS**

Tras comparar los datos actualizados anteriormente con los del trabajo de base de nuestro estudio, contemplamos que las características del sector que han sufrido algún tipo de variación son los aspectos que confieren diferenciación y valor añadido a la producción hortofrutícola de la provincia, el marco legislativo y el número de cooperativas existentes.

Existen cambios que están orientados a hacer el sector más competitivo y, por lo tanto, tratan de adaptarse a los nuevos contextos de internacionalización y al incipiente control de la demanda por los grandes distribuidores.

Las CHAs a lo largo de los últimos años han ido realizando e incorporando en su funcionamiento diferentes innovaciones en elementos tecnológicos, técnicos o de valor. Han tratado de ser más eficientes sin incrementar los costes y mantener vivo un modelo que aún presenta deficiencias .

En resumen, los cambios encontrados más relevantes son el incremento de la calidad y seguridad alimentaria de los productos hortofrutícolas, la aparición de ocupaciones (puestos de trabajo) con una formación y/o cualificación más específica y una nueva normativa a nivel autonómico y estatal.

Se intentará por tanto dar una respuesta del por qué de estos cambios, uno a uno, en este apartado de la forma más clara posible, entendiendo estos cambios en muchas ocasiones como una posición más avanzada en el proceso de adaptación continua experimentado por estas empresas.

## 5.1. LA CALIDAD COMO RASGO DIFERENCIADOR

La calidad agroalimentaria se ha convertido en un factor determinante para competir en los mercados de destino. ¿A qué es debido? Hay varios hechos que nos han llevado a este punto:

- El primero de ellos son las numerosas crisis alimentarias que se han producido a lo largo de los años y han puesto a la población en alerta.
- La agricultura intensiva conlleva un mayor grado de residuos químicos perjudiciales para la salud y el medio ambiente.
- La concentración de la demanda, en lo que se conoce como la gran distribución, la cual controla desde los sistemas de calidad hasta los etiquetados de las comercializadores y que da respuesta a la preocupación de los consumidores.

Esto ha provocado que el sector deba adaptarse para poder sobrevivir. Y lo ha hecho de una manera sorprendentemente rápida. Tanto es así que la calidad agroalimentaria se ha convertido de vital importancia para competir en los mercados de destino.

La producción y comercialización de alimentos de alto nivel de calidad, entendida esta en sentido amplio (valor nutritivo, presentación, garantía de salubridad, producción respetuosa con el medio ambiente, etc ) se han convertido en factores en el sistema agroalimentario europeo y, en general, de los países desarrollados (Estruch, 1994) (Galdeano et al, 2003)

De estas exigencias del mercado, surgen varias líneas que han supuesto un punto y aparte en las prácticas agrícolas: una forma purista de la agricultura basada en cultivar como nuestros antepasados sólo con los medios biológicos y organismos vivos que son encontrados en la naturaleza hasta una producción intensiva controlada donde no se pueden utilizar

productos dañinos, sólo biológicos para el control de plagas y enfermedades.

A la vez, han surgido diferentes normativas y principios de calidad y seguridad alimentaria de carácter obligatorio que deben ser cumplidos por el productor, por la comercializadora y hasta llegar al destino deseado, es decir en toda la cadena alimenticia.

“La globalización, la competencia de productores y distribuidores de otras regiones intra y extracomunitarias, obligan a un esfuerzo continuo en estrategias innovadoras que incorporen valor al producto, permitan dar respuesta a los consumidores, mantener el liderazgo español, e incluso incrementar la cuota de mercado”(Gómez, 2004).

### **5.1.1. AGRICULTURA ECOLÓGICA**

Para ciertos sectores de la sociedad, la agricultura ecológica no es sólo una moda en el sistema de producción, sino que se incorpora un concepto más amplio al que se denomina Agroecología.<sup>20</sup>

El Reglamento (CEE) n.º 2092/91 sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios, considera la agricultura ecológica como aquella que cumple unos principios básicos de producción que incluye en sus Anexos I, II y III<sup>21</sup>.

Siguiendo estas premisas se hacen necesarios nuevos modelos de producción que cumplan los estándares de seguridad alimentaria que han ido implementándose en el sector hortofrutícola almeriense.

---

<sup>20</sup> Es el conocimiento desde un enfoque teórico y metodológico que trata de estudiar la actividad agraria desde una perspectiva ecológica, analizando conjuntamente todos los elementos de los procesos agrarios: los ciclos minerales, las transformaciones energéticas, los procesos biológicos y las relaciones socioeconómicas. (Junta de Andalucía) Ver Reglamento 2092/91

<sup>21</sup> En el anexo I y III se recoge el listado de productos fitosanitarios y productos químicos permitidos en los cultivos y en el anexo II se exponen las condiciones en las que pueden ser utilizados.

Desde las CHAs asesoran a sus asociados y potencian estas nuevas prácticas como un elemento diferenciador y siempre buscando lo mejor de los productos que comercializa. Este tipo de agricultura tiene dos pilares básicos, la rotación de cultivos y el cierre de ciclos de nutrientes y energía que son esenciales para el sistema productivo.

Actualmente la mayoría de las CHAs han creado su propia línea Eco, Bio o Nature<sup>22</sup> que separa la producción ecológica de la producción normal con un etiquetado especial y han aparecido otras CHAs dedicadas exclusivamente a este tipo de producción agrícola.

### **5.1.2. LA PRODUCCIÓN INTEGRADA**

Producción integrada<sup>23</sup> se define como el conjunto de los sistemas agrícolas de obtención de vegetales que utilizan y aseguran a largo plazo una agricultura sostenible, introduciendo en ella métodos biológicos y químicos de control, y otras técnicas que compatibilicen las exigencias de la sociedad, la protección del medio ambiente y la productividad agrícola, así como las operaciones realizadas para la manipulación, envasado, transformación y etiquetado de productos vegetales acogidos al sistema (MAGRAMA,2013)

En un inicio, el Decreto 215/1995, de 19 de septiembre, sobre P.I. en agricultura y su indicación en productos agrícolas definió la P.I, creando el distintivo de la marca de garantía y estableció la obligación de redactar los Reglamentos Específicos de Producción Integrada de cada producto y los requisitos que deben cumplir los mismos, así como la creación de un Registro de asociaciones autorizadas para el uso del distintivo. Con posterioridad será desarrollado a través de la Orden de 26 de junio de 1996, estableciendo que la Dirección General de Producción Agraria, una vez que las técnicas de PI de un

---

<sup>22</sup> Ejemplo de esto son la marca “Bio Coprohñijar” perteneciente a Coprohñijar o “Cañada Nature” de Vega Cañada.

<sup>23</sup> A partir de ahora PI

determinado cultivo se encuentren suficientemente desarrolladas elaborará una propuesta de Reglamento Específico, que será aprobado mediante Orden.

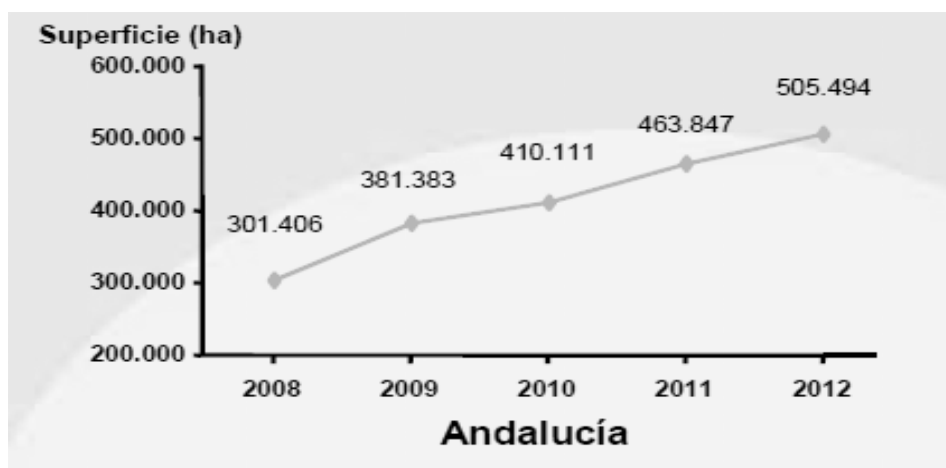
En el ámbito nacional, la "Producción Integrada de productos agrícolas" queda regulada, en la actualidad, por el Real Decreto 1201/2002, de 20 de noviembre (BOE núm. 287 de sábado 30 noviembre 2002), teniendo por objeto:

- El establecimiento de las normas de producción y requisitos generales que deben cumplir los operadores que se acojan a los sistemas de producción integrada. En ellas se establecen, dentro de cada fase del ciclo productivo, las prácticas consideradas obligatorias y aquellas que se prohíben expresamente.
- La regulación del uso de la identificación de garantía que diferencie estos productos ante el consumidor.
- El reconocimiento de las Agrupaciones de Producción Integrada en Agricultura, para el fomento de dicha producción.
- La creación de la Comisión Nacional de Producción Integrada encargada del asesoramiento y coordinación en materia de producción integrada.

A su vez, ya se cuenta con normativas específicas dependiendo del tipo de cultivo. En el caso de Almería dada su clara orientación hacia el cultivo hortícola sería la ORDEN APA/370/2004, de 13 de febrero, por la que se establece la norma técnica específica de la identificación de garantía nacional de producción integrada de cultivos hortícolas.

El Decreto 245/2003, de 2 de septiembre, modificado por el Decreto 7/2008 de 15 de enero, regula la producción integrada y su indicación en productos agrarios y sus transformados en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Andalucía, contemplando materias tales como el procedimiento de inscripción en el Registro de Producción Integrada de Andalucía.

**Gráfico N.º7- EVOLUCION DE LA PRODUCCIÓN INTEGRADA EN ANDALUCIA (2008-2012)**



*Fuente: MAGRAMA*

Como puede apreciarse en el gráfico el número de hectáreas dedicadas a la producción integrada ha aumentado desde 2008 contando en 2012 con un total de 505.494 ha en Andalucía. Este hecho se debe en parte a las Agrupaciones para Tratamientos Integrados en Agricultura<sup>24</sup> y las ayudas destinadas a la implantación de este tipo de cultivos.

Las ATRIAS tienen la responsabilidad de dar las recomendaciones que se necesiten sobre como erradicar plagas y enfermedades de cada tipo de cultivo en cada momento de su ciclo productivo con el objetivo de asesorar al agricultor en el caso de que sea necesario.

El funcionamiento de las ATRIAS consiste en la división de la región en zonas homogéneas, dentro de la cual queden encuadradas una ATRIA. Al mismo tiempo, cada área se divide en zonas en las que se instala un lugar de seguimiento, que nos mostrará el estado representativo de la zona general. Cada ATRIA dispone de un técnico que deberá visitar todas las parcelas para comprobar directamente como han evolucionado los patógenos que la afectan.

---

<sup>24</sup> A partir de ahora ATRIAS

Las ayudas de Control Integrado ATRIAs están reguladas por la Orden de 2 de diciembre de 2011, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva dirigidas a la mejora de la Sanidad Vegetal mediante la aplicación de técnicas de Control Integrado a través de las Agrupaciones para Tratamientos Integrados en Agricultura.

### **5.1.3. SEGURIDAD ALIMENTARIA**

La seguridad alimentaria está comprendida por una serie de acciones legales que van orientadas a asegurar un alto nivel de protección de la salud de las personas, teniendo en cuenta el bienestar animal, los aspectos fitosanitarios y el medio ambiente según la Agencia Española de Seguridad Alimentaria.

Esto confiere una serie de derechos al consumidor:

- Poder obtener alimentos seguros.
- Disponer de información veraz y fiable.

Las acciones de seguridad alimentaria presentan tres pilares fundamentales:

- 1. Análisis de riesgos:** Se establecen tres componentes interrelacionados del análisis de riesgos (evaluación, gestión y comunicación).
- 2. Transparencia:** La seguridad alimentaria y la protección de los intereses de los consumidores son motivo de preocupación creciente. Esta confianza es un elemento esencial y la **participación del consumidor** son básicos en el aumento de la misma, por tanto la mejora de la comunicación acerca de la inocuidad de los alimentos, así como la evaluación y explicación de los riesgos potenciales son de vital importancia.



Son varios los protocolos que se llevan desarrollando e implantando con éxitos en los últimos años. Según AENOR, los más extendidos e utilizado son BRC<sup>25</sup>-Global Standars For Food Safety y Internacional Featured Standars<sup>26</sup> (IFS).

### **5.1.3.1 CERTIFICACIONES DE CALIDAD. GLOBALGAP.**

Cada vez más, el consumidor le da importancia a la calidad de los productos que compra y que consume diariamente. De ése “valor” surgen las normativas de calidad, encaminadas a aportar una mayor seguridad en cuanto a la salubridad de los alimentos que son comercializados.

Pero no solamente el único factor determinante es si un producto es o no saludable sino que también tienen su parte las implicaciones medioambientales y el entorno social en el que se han producido. Es decir, toda la cadena productiva<sup>27</sup> se ha visto afectada en mayor o menor medida por las diferentes normas que han surgido para asegurar que no haya ninguna incidencia.

Existen varias certificaciones en ésta materia pero la más extendida y utilizada es la norma UNE 155.000 de GlobalGap – AENOR.<sup>28</sup> El objetivo es establecer una norma única de Buenas Prácticas Agrícolas<sup>29</sup>, aplicable a diferentes productos y capaz de abarcar la totalidad de la producción agrícola.

En el siguiente gráfico puede observarse como ha aumentado el número de hectáreas certificadas en los últimos años:

---

<sup>25</sup> Tiene como fin garantizar que todos los proveedores cumplen con los requisitos que aseguren la salubridad de los alimentos.

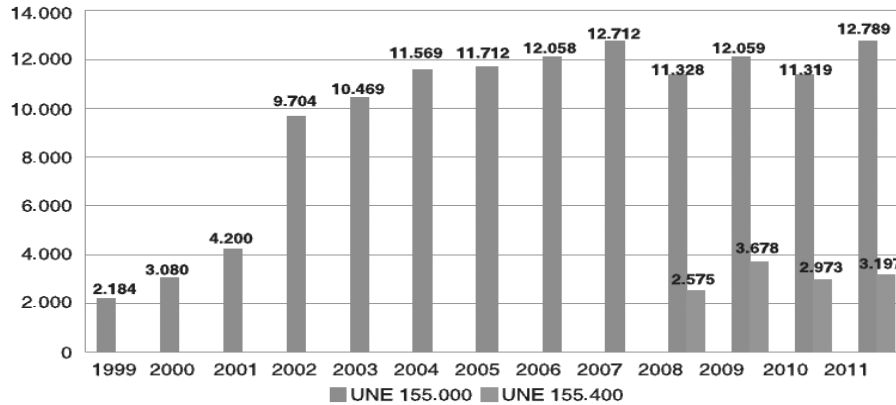
<sup>26</sup> Fué creado por distribuidos alemanes, franceses e italianos con el objetivo de ayudar a los proveedores a suministrar productos seguros conforme a la normativa vigente.

<sup>27</sup> Desde su recolección, almacenamiento, distribución y gestión hasta llegar al consumidor final.

<sup>28</sup> Es un organismo privado que establece normas voluntarias a través de las cuales se puede certificar productos agrícolas en todas las partes del mundo.

<sup>29</sup> En adelante BPA

**Gráfico 8 . Evolución de la superficie certificada en Almería por las normas UNE 155.000 y UNE 155.400 a 31 de diciembre. En hectáreas**



*Fuente: AENOR. Fundación Cajamar.*

Para los consumidores y distribuidores, el certificado es una garantía de que los alimentos cumplen los niveles establecidos de calidad y seguridad, y de que se han elaborado siguiendo los criterios de sostenibilidad, respetando la seguridad, higiene y bienes de los trabajadores, el medio ambiente, y teniendo en cuenta el respeto de los animales.

La certificación más actual de los productos hortofrutícolas es la norma UNE 155.000 de GlobalGAP- AENOR. Las cooperativas hortofrutícolas la han ido implantando en sus instalaciones y haciendo a sus socios partícipes en las mismas.

Beneficios para el agricultor:

- Muestra a los clientes que sus productos siguen las BPA
- Ofrece confianza al consumidor
- Garantiza el acceso a los mercados, donde tendrán mejor acogida.
- Mejora la competitividad en el mercado.
- Supone una mejora continua.

Por las razones anteriormente expuesta cada vez son mas las Cooperativas Hortofrutícolas y Sociedades Agrarias de Transformación<sup>30</sup> con este tipo de certificación con el fin de mejorar su imagen en el mercado y obtener una mayor rentabilidad. Éste hecho conlleva que cada uno de los socios de pleno derecho y colaboradores tengan la obligación de seguir la normativa y las BPA para poder vender sus productos como de primera categoría.

### **5.1.3.2. TRAZABILIDAD**

En los últimos años se han vivido numerosas crisis alimenticias, cabe recordar la crisis de las vacas locas, el virus porcino y la última y más cercana al sector hortofrutícola la crisis del pepino “E. Coli” que generó numerosas perdidas para el sector agrícola almeriense. Por lo tanto, el uso de un sistema de trazabilidad se ha hecho imprescindible para la gestión segura de toda la cadena.

Pero, ¿qué entendemos por trazabilidad? La trazabilidad es “la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución, de un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos o una sustancia destinados a ser incorporados en alimentos o piensos o con probabilidad de serlo” según el artículo 3 del Reglamento 178/2002. No es otra cosa que el control de todos los pasos que da un producto hasta llegar al consumidor final.

En definitiva, las empresas han tenido que adaptarse e implantar todas las herramientas necesarias para llevar a cabo este proceso lleno de complejidad, ocasionándoles un impacto sobre la organización, la producción, y la cadena de valor.

**TABLA N.º8**

<b>TIPOS DE CERTIFICACIONES EN LAS CHAs</b>	
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>TIPO DE CERTIFICACIÓN</b>
Alhóndiga la Unión	GROBALGAP Tesco Nature'S Choice <sup>31</sup> Producción Integrada
Cooperativa Agrícola San Isidro S. C. A.	AENOR: EN- ISO 9001 EN- ISO 19001 OSHAS 18001 UNE 155000 (GLOBALGAP)
Única Group	AENOR EN-ISO 9001 GLOBALGAP (EUREGAP) Certificado AENOR de Productos. IFS BRC Agricultura Ecológica
Grupo Femago	AENOR- GLOBALGAP (EUREGAP) AGROCOLOR Producción Integrada. EN- ISO 9001
Cooperativa Vicasol	Tesco Nature Producción Integrada Andalucía IFS / BRC GLOBALGAP (EUREGAP) AENOR EN-ISO 9001
Hortofrutícola Costa de Almería	EN-ISO 9001 GLOBALGAP (EUREGAP) BRC / IFS Producción Integrada Andalucía.
VegaCañada	EN- OSP 9001 UNE 155000 GLOBALGAP AENOR- BRC Calidad certificada por la Junta de Andalucía
Frutas Caparros	AENOR 155001 GLOBALGAP (EUREGAP) AENOR EN-ISO 9001 Calidad Certificada de la Junta de Andalucía. BRC / IFS
Parque Natural S.C.A.	AENOR UNE 155001 GLOBALGAP Tomate la Cañada- Níjar Producción Integrada Andalucía
Agrupación Pulpí	AENOR- UNE 155001 GLOBALGAP (EUREGAP) BRC /IFS M&F.- Field to Fork <sup>32</sup>
Coprohñijar	Producción Integrada Andalucía EN-ISO-9001 GLOBALGAP BRC/ IFS /Tesco Nature's Choice Agricultura Ecológica

*Fuente: Elaboración propia*

<sup>31</sup> Certificado independiente de la cadena minorista TESCO presentado por primera vez en 1992. (AENOR)

<sup>32</sup> Este estándar es un requisito para poder convertirse en suministrador de la cadena de supermercados británica Marks & Spencer, el cual garantiza unas buenas BPA.

## **5.2. MEJOR CUALIFICACION DE LA MANO DE OBRA.**

En la actualidad las CHAs están implantando continuamente nuevas innovaciones tecnológicas que les permiten adaptarse a las exigencias de sus clientes, ya sea con nuevas formas de manipulado, diferentes tipos de envasado o cumpliendo unos plazos de entrega muy ajustados.

Desde el punto de vista legal y teniendo en cuenta toda la normativa en torno a la seguridad alimentaria, también han tenido que dar respuesta al cumplimiento de una legislación cada vez más restrictiva.

Esto ha supuesto la necesidad de encontrar unos profesionales que se adecuen a unos puestos de trabajo cada vez más especializados y orientados a determinadas materias dentro de las organizaciones, encontrándose el sector con un grave problema: los perfiles encontrados no son adecuados o no tienen la formación específica que requieren.

Pero claro, estamos hablando de perfiles específicos, mandos intermedios dedicados por una parte a la comercialización y trato con los clientes por lo que además se les exige estar capacitado para operar en el mercado, idiomas y por otro lado, ingenieros y técnicos en diferentes áreas (agrícola, tecnológica e informática).

## **5.3. NUEVO MARCO LEGISLATIVO.**

### **5.3.1. LA NUEVA LEY DE SOCIEDADES COOPERATIVAS ANDALUZAS**

Como se dice en la exposición de motivos de la actual ley la reforma se extiende a diversos aspectos entre los que destacamos la formas de organizar el órgano de administración de las Cooperativas Andaluzas, la perviviencia o no de ciertos órganos sociales; el eventual incremento de la aportación del nuevo socio, la libertad de transmisión de las

participaciones sociales; el reajuste del importe y destino de los fondos sociales obligatorios, y específicamente en las cooperativas agrarias, la regulación del voto plural.

La norma cuenta como novedad la agilización de los trámites administrativos para crear sociedades, incorporar socios, crear puestos de trabajo, mejorar la flexibilidad para crear sociedades, incorporar socios, crear puestos de trabajo, mejorar la flexibilidad interna y permitir una mayor libertad en la distribución de los beneficios.

Una consecuencia inmediata de la publicación de esta Ley es la necesaria adaptación de los estatutos sociales aunque previamente debería estar publicado el Reglamento que la desarrolle.

En la propia ley se dice que la consejería competente publicará una orden en la que se establecerá el procedimiento y el calendario para dicha adaptación. A esta fecha de septiembre de 2013 todavía no se ha publicado ni la orden ni el Reglamento. A pesar de que al propia ley dice que en el plazo de seis meses desde su entrada en vigor se tendrían que llevar a efecto el desarrollo reglamentario.

Asímismo, permitirá la creación de grupos empresariales cooperativos además integra la regulación de nuevos principios como la sostenibilidad o la responsabilidad social corporativa, todo ello con el fin de que las Cooperativas Andaluzas puedan desenvolverse en una economía más globalizada y con mas requerimientos.

### **5.3.2. LEY 5/2011 DE EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIA**

La Ley 5/2011 de Economía Social fue publicada en el BOE el 30 de marzo de 2011, convirtiéndose en una norma pionera, claro reflejo de la situación actual de este tipo de empresas en la economía del país, donde son consideradas como una alternativa clara y exitosa de emprender y generar riqueza.

En su articulado puede apreciarse como son agrupados los distintos tipos de sociedades que integran la Economía Social, creando un marco de referencia general común para todas ellas, sin que esto suponga sustituir la normativa vigente para cada una de las entidades que conformen el sector.

En su artículo 4 se encuentran recogidos los principios que deben de regir a este tipo de sociedades:

- a. Primacía de las personas y del fin social sobre el capital.
- b. Aplicación de los resultados por los socios y del fin social de la entidad.
- c. Promoción de la solidaridad interna y cohesión social.
- d. Independencia respecto a los poderes públicos.

Por último, cabe destacar como da una definición más concreta del sector de la Economía Social, que no deja lugar a equívocos o ambigüedades. Reflejando en su artículo 5, las entidades que quedan dentro de campo de aplicación de esta norma.

## **CONCLUSIONES**



## 6. CONCLUSIONES

Durante el presente estudio se ha venido desarrollando un esquema de la configuración actual de las CHAs y su situación actual.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, las CHAs están siguiendo la senda adecuada aunque no al ritmo necesario que impone el actual mercado socioeconómico. La entrada de nuevos competidores y la excesiva competitividad que hay en los mercados obliga a un esfuerzo aún mayor por parte de las CHAs si desean continuar con su labor.

Las deficiencias del sector siguen siendo las mismas, una ineficiente y costosa red de transporte que se está quedando obsoleta y que necesita urgentemente una alternativa factible y una excesiva atomización del sector que debe solucionarse para que aumente su posición de fuerza.

Hay puntos críticos que aún no se han solucionado, problemas estructurales que siguen presentes en nuestros días. Las cooperativas del sector deben juntar sus fuerzas y luchar por un bien común más allá de los propios fines de cada organización e intentar superar barreras y ampliar fronteras dentro y fuera de la provincia de Almería.

Se están tomando medidas para facilitarles el camino de forma exitosa. La Ley de Cooperativas Andaluzas intenta a través de su articulado que puedan ser más competitivas, creando figuras como las del Grupo Empresarial Cooperativo con el objetivo de darles una mayor integración.

También facilita diferentes formas de concentración empresarial, no sólo basadas en la realización de fusiones sino en acuerdos colaborativos. Por último, consideramos muy importante la reducción de las limitaciones en las operaciones con terceros. Pero aunque esta Ley haya mejorado aspectos muy valiosos para la vida de estos entes, consideramos que es perfectible aún.

Es esencial una mayor concentración de la oferta en contrapunto con la demanda, porque de no ser así no podrán avanzar ni obtener mayores beneficios. Hay que dejar a un lado las diferencias y la competencia entre las CHAs de la provincia para conseguir un futuro mejor.

Deben tener una posición fuerte frente a los grandes distribuidores que manejan el mercado y obtener mejores precios para los productos de los productores de la zona, que ven como en muchos casos no se equiparan a sus costes. Las CHAs tienen que respetar unos principios cooperativos y eso conlleva velar por los intereses de sus socios y deberán tomar las medidas adecuadas para conseguirlo.

Por otra parte, hay que aplaudir al sector por el gran progreso que se ha realizado en cuanto a términos de calidad en tan poco espacio de tiempo, de hecho era un tema muy poco o de escasa trascendencia en su momento. Actualmente, prácticamente la totalidad de las CHAs cuentan con distintos tipos de certificaciones, están registradas en la Agencia de Seguridad Alimentaria y cuentan con una capacidad innovadora capaz de desarrollar planes en poco tiempo.

Además, tanto la agricultura ecológica como las prácticas controladas de cultivo suponen una gran aportación no sólo en cuanto, al valor añadido que se le agrega al producto final, sino en términos sociales y medio ambientales generando una gran confianza en el consumidor hacia los productos de Almería.

Aún con todos sus problemas, las CHAs tienen una gran presencia en los mercados Europeos superando en la última campaña los records en exportaciones, siendo nuestro principal cliente Alemania.

Por otro lado la normalización de los productos tiende a desechar cantidades de alimentos por el simple hecho de no cumplir con unos estándares establecidos en cuanto forma, color y tamaño. Muchos de esos descartes de producción van a empresas alimentarias de productos elaborados pero otros, son considerados desperdicios aunque sean totalmente aptos para el consumo. Sería adecuado que las CHAs fuesen más allá en su labor social y se involucrasen, donando esos excedentes a ONGs o asociaciones dedicadas a los más ayudar a los más desfavorecidos.

En cuanto a la innovación el sector hortofrutícola almeriense responde únicamente ante la imposición de un proceso normativo o por parte de un cliente. Este hecho denota que no existe realmente una visión estratégica en el mismo, sólo responden ante estímulos externos. Es un factor deficitario que debería solventar.

Luego, no deberían limitarse al cumplimiento de sus deberes legislativos y con sus clientes, sino ofertar al mercado algo más puesto que son las empresas idóneas para protagonizar procesos de innovación. Para lograr esto, aún queda mucho recorrido y se necesitan personas cualificadas que aporten un valor diferenciador en la legislación de este tipología de empresas.



## BIBLIOGRAFÍA

Aznar, J., Galdeano, E., Álvarez, J., Tapia, J. & Godoy, A. (2013). “*El sector de la comercialización hortícola en Almería: Concentración, prospectiva y logística*”. Almería, España. Cajamar Caja Rural. Recuperado de [www.publicacionescajamar.es/](http://www.publicacionescajamar.es/)

Aznar, J. (2007) “El Proceso de internacionalización comercial de la horticultura intensiva almeriense”. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época n.º 1*. 55-72.

Cabrera, A. & Uclés, D. “*Análisis de la Campaña hortofrutícola de Almería 2011/2012*”. Almería, España. Fundación Cajamar.

Caja Rural Mediterránea.(2005). “*El complejo agroalimentario andaluz, Presente y futuro.*”. Recuperado de <http://www.juntadeandalucia.es/>

Camara de comercio de Almería (2012). “*Almería en cifras 2011*”. Recuperado de <http://www.camaradealmeria.es/>

Confederación Empresarial Española de la Economía Social (2011) “*Ley 5/2011 de Economía Social*”. Recuperado de <http://www.cepes.es/>

Cortés, F. (2002) “El modelo económico almeriense y su financiación” *Revista de ICE n.º 2728*. 17-25

Decreto 245/2003, de 2 de septiembre, que regula la producción integrada y su indicación en productos agrario y sus transformados en el ámbito territorial de la Comunidad autónoma de Andalucía.

De Pablo, J. & Pérez, J. (2004). “ El entramado de empresas almerienses de economía social dedicadas a la comercialización agraria: descripción, problemas generales y perspectivas de competitividad”. *Revista de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, n.º 202. 71-100.

De Pablo, J, Pérez, J.C. & García, R. (2003) “*Alternativas de cooperación en el sector productor-comercializador de frutas y hortalizas almeriense*”. Almería, España. Fundación para la investigación Agraria de la Provincia de Almería.

De Pablo Valenciano, J & Montoya Lázaro, B. (2000). “Principales retos del sector agrícola andaluz ante el siglo XXI”, *Cuadernos económicos de Granada*. Caja General de ahorros de Granada. ISSN: 1138- 7742. 2000.

De Pablo, J. & Pérez J. ( 2002). “Las alhóndigas: pasado, presente y futuro” *Distribución y consumo*,. Pp. 88-97

Delegación de la Conserjería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía (2012). “*Radiografía de las empresas del sector hortícola de Almería: estudio sobre la evolución de 2006 a 2012*”

Galdeano, E., Céspedes, J., Úcles, D. & Rodríguez, M. (2003). “*Competitividad y acciones de calidad en las cooperativas hortofrutícolas*”. Almería, España. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Almería.

Galdeano, E., Sánchez, P., Arcas, N., Aznar, J., Bretones, F., Cervera, M.,...Trucker, N.(2005) “*Innovación y comercialización hortofrutícola*”. Almería, España. Servicio de publicaciones de la Universidad de Almería.

Galdeano, E., Céspedes J., Uclés, D. & Rodríguez, M. (2002) “*Estudio de las comercializadores (OPFH) del sureste español*”. Almería, España. Servicio de publicaciones de la Universidad de Almería.

Gómez, J. (2004) “ Estrategias de innovación en el sector hortofrutícola Español y en las empresas encargadas de la logística y transporte de estos productos perecederos”. *Papeles de Geografía.( Universidad de Murcia) n.º 39*. 81-117.

Instituto de Estudios Cajamar (2004) “El Modelo económico de Almería basado de la agricultura Intensiva”. Almería, España. Caja Rural Intermediterránea.

Larrubia, R. (2008) “ El sudeste andaluz: incertidumbres comerciales de una agricultura productivista”. *Revista de Estudios Geográficos n.º 265*. 577-607

López, M. (2004). “*La Gestión en las Cooperativas y SAT hortofrutícolas*”. Andalucía, España. Conserjería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía.

López, M. & López, F. (2007) “ Los métodos de liquidación en las cooperativas hortofrutícolas”. *CIRIEC- España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº 58*. 131-159

Ley 2/1999, de 31 de marzo, de Sociedades Cooperativas Andaluzas.

Ley 14/2011, de 23 de diciembre, de Sociedades Cooperativas Andaluzas.

Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social.

Marín, G., Marín, M., & Jiménez, D. (2004) “Análisis de las fuerzas competitivas del sector agrícola de Almería”. *Boletín Económico de ICE n.º 2798*. 47-59.

Marín, G., Peral, R. & Iniesta, M. (2002) “Oportunidades en los mercados exteriores para la industria auxiliar de la agricultura intensiva”. *Boletín Económico del ICE*, n.º 2722. 31-41

Montoya Lázaro, B. (1998) “*Las Cooperativas hortofrutícolas almerienses, problemática y perspectivas de futuro*” (Tesis Doctoral). Universidad de Almería. Almería.

Montoya Lázaro, B. (1999) “*Las Cooperativas Hortofrutícolas Almerienses y su Entorno*”, Anuario de Estudios Cooperativos, 1998, Universidad de Deusto. ISSN: 1130- 8966.

Montoya Lázaro, B. (2000) “*Breve Retrospectiva Del Cooperativismo Agrario. Especial referencia al caso de sudeste español*”, Anuario de Estudios Cooperativos, Universidad de Deusto.

Mollá, A. & Sánchez, M. (2000) “Análisis de los cambios en los canales de comercialización de productos agroalimentarios”. *Revista española de estudios agrosociales y pesqueros* n.º 186. 39-73

Orden APA/370/2004, de 13 de febrero, por la que se establece la norma técnica específica de la identificación de garantía nacional de producción integrada de cultivos hortícolas.

Real Decreto 1201/2002, de 20 de noviembre, por el que se regula la producción integrada de productos agrícolas.

Reglamento (CE) nº 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero de 2002, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria.



Rivera, L. (2004) “El sector hortofrutícola en Almería”. *Revista ICE*, n.º 2823.121-126

Salinas, J. & Palao, F. (2002) “*Posibilidades de desarrollo de tráfico hortofrutícola por los puertos de Almería y Motril*”. Almería, España. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Almería.

Servicio Público de Empleo Estatal (2013). “*Estudio Prospectivo del Sector Hortofrutícola en España 2012*”. Recuperado de [http://www.sepe.es/contenido/observatorio/mercado\\_trabajo/](http://www.sepe.es/contenido/observatorio/mercado_trabajo/)

## **FUENTE DE DATOS Y DOCUMENTALES**

- Asociación Española de Normalización y Certificación (AEANOR).
- Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN).
- Conserjería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía.
- Cooperativas Agro-Alimentarias de España (CCAIE).
- Comité General del Cooperativismo Agrario en la Unión Europea (COGEP).  
(COGEP)
- FAECA
- COEXPHAL
- Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES)
- Confederación de Entidades para la Economía Social de Andalucía (CEPES-ANDALUCIA)
- Central de Balances de la Economía Social Andaluza.
- Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- Servicio Publico de Empleo Estatal (SEPE)
- Servicio Andaluz de Empleo (SAE).
- Instituto Nacional de Estadística (INE).
- Boletín Oficial del Estado (BOE).
- Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA).
- Diario Oficial de las Comunidades Europeas (DOCE).
- Fundación Cajamar.
- Cámara de Comercio de Almería.
- Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas (FEPEX).
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA)

