

COMERCIALIZACION DE FRUTAS Y HORTALIZAS EL DESARROLLO DEL MODELO "ANECOOP"

■ JOSE MARIA PLANELLS
Presidente de ANECOOP

Desde principios de la década de los 70, conforme se van creando cooperativas comercializadoras, comienza a ganar fuerza la idea de reforzar los lazos de unión entre las entidades asociativas en el sector de frutas y hortalizas.

Bajo esa filosofía nace, a finales de 1975, la Agrupación Nacional de Exportación de Cooperativas Cítricas (ANECOOP), con el objetivo de desarrollar el cooperativismo de segundo grado.

Se trataba, en esencia, de crear una entidad comercial conjunta que superase las limitaciones de las entidades socias, ampliando la gama de productos a comercializar, realizando inversiones y creando las empresas necesarias para mejorar la distribución y el aprovechamiento de los productos.

La experiencia acumulada en casi 20 años de funcionamiento permiten ahora a ANECOOP realizar un balance claramente positivo:

- Se ha progresado en romper la estacionalidad de la oferta, potenciando, además, la utilización de marcas comunes.

- De una fase inicial de exportación única de las diferentes variedades de cítricos, se ha pasado a suministrar más de 40 variedades de otros tipos de frutas y hortalizas frescas.

- Se han realizado inversiones y creado empresas filiales, al tiempo que se facilita la creación de nuevas cooperativas con fines comerciales, así como el desarrollo de actividades de comercialización en cooperativas ya existentes.

La evolución de ANECOOP entre 1975 y 1993 se comprueba fácilmente



te con el análisis de los grandes datos, tanto en número de socios, como en volumen comercializado.

Así, de 31 cooperativas que actuaron en 1975 como socios fundadores se ha pasado a 135 en la campaña 1992/93.

La comercialización de cítricos, otras frutas y hortalizas ha evolucionado desde 13.600 toneladas en 1975 a 310.000 toneladas en la campaña 92/93, de las que 235.000 correspondieron a cítricos, otras 40.000 toneladas a frutas varias y 35.000 toneladas a hortalizas.

Por su parte, la comercialización de vino se inició en la campaña 1985/86 con 1.000 hectólitros para situarse en 330.000 hectólitros durante 1992/93.

La evolución en los volúmenes comercializados se refleja también, lógicamente, en las cifras de facturación, que han pasado de 202 millo-

nes de pesetas en 1975/76 a 20.000 millones de pesetas en la última campaña 1992/93.

La presencia territorial de las cooperativas socias de ANECOOP se distribuye por toda España, de manera especial en la Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha, Extremadura, Cataluña, Navarra y Murcia.

ANECOOP se ha convertido, en consecuencia, en la primera firma nacional, a nivel individual, entre los exportadores de frutas y hortalizas, al tiempo que se planteaban nuevos objetivos de cara al mercado nacional, sobre todo a partir de la creación, en 1991/92, de HISPFRUT.

Un balance que permite ahora mirar al futuro con nuevos retos, siempre bajo el espíritu de fortalecer el protagonismo de los productores asociados en los procesos de transformación y distribución.

□