



CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº 34, abril 2000, pp. 71-94

Caracterización empresarial del cooperativismo de comercialización hortofrutícola de la Comunidad Valenciana: un análisis provincial

**Fernando Vidal Giménez
Francisco Del Campo Gomis**

Universidad Miguel Hernández (Elche)

Baldomero Segura García del Río

Universidad Politécnica de Valencia

CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa

ISSN: 0213-8093. © 2000 CIRIEC-España

www.ciriec.es www.uv.es/reciriec

Caracterización empresarial del cooperativismo de comercialización hortofrutícola de la Comunidad Valenciana: un análisis provincial

Fernando Vidal Giménez
Francisco Del Campo Gomis

División de Economía, Sociología y Política Agraria de la Universidad Miguel Hernández (Elche)

Baldomero Segura García del Río

Departamento de Economía y Ciencias Sociales, E.T.S.I.A. Universidad Politécnica de Valencia

RESUMEN

El cooperativismo agrario en la Comunidad Valenciana es una realidad económica consolidada y un referente básico a nivel nacional. Actualmente, el cooperativismo agrario en general, y el de comercialización hortofrutícola en particular, se han configurado como elemento clave tanto en la estructuración de los mercados (esencialmente a través de las Organizaciones de Productores Agrarios), como a la hora de trasladar el valor añadido de los diferentes canales de comercialización a los productores.

La literatura especializada en la materia ha venido señalando tradicionalmente la existencia de diferentes modelos de organización en el cooperativismo agrario valenciano, por lo que el objetivo principal del presente trabajo es analizar estas posibles diferencias en el comportamiento empresarial y si existen diferencias en la rentabilidad obtenida por los distintos grupos establecidos. Para ello se ha seleccionado una muestra de cooperativas de las provincias de Castellón y Valencia para el periodo que abarca desde la campaña 1988-89 hasta la 1996-97.

PALABRAS CLAVE: Director, planificación, rentabilidad, inversión, financiación, Comunidad Valenciana

RÉSUMÉ

La coopération agricole de la région de Valencia (Espagne) est une réalité économique bien consolidée et il constitue un point de référence pour le système des coopératives espagnoles. Actuellement, la coopération agricole en général, et plus particulièrement les coopératives de commercialisation des filières des fruits et légumes, constituent un élément clef dans la structuration des marchés (surtout moyennant les Organisations de Producteurs Agricoles) et aussi quand il faut faire un transfert de la valeur ajoutée des différents circuits de commercialisation.

La bibliographie existante a montrée traditionnellement l'existence de différents modèles d'organisation dans la coopération agricole de la région de Valencia. L'objectif principal de notre travail a été l'analyse de ces modèles ainsi que l'étude des différentes rentabilités associées aux mêmes. L'étude a été effectuée sur un échantillon de coopératives des départements de Castellón et de Valencia et sur la période 1988-1997.

MOTS CLÉ: Directeur, planification, rentabilité, investissement, financement, région de Valencia.

ABSTRACT

The agricultural co-operative system in the Valencian Community is a consolidated economic reality and a basic referent at a national level. Nowadays, the agricultural co-operative system in general, and the fruits and vegetables co-ops in particular, become a main element either in the market organization (mainly through the Agricultural Producers Organizations), or in the transfer of the added value of the different commercialization channels to producers.

The specialized literature in this area has traditionally marked the existence of different models in the organization of the Valencian agricultural co-operative system, so the main object of this work is to analyze these potential differences in the managerial behaviour as well as the existence of different profitability in the established groups. Therefore we have selected a sample of co-operatives of Valencia and Castellón provinces for the 1988-89 to 1996-97 period (campaigns).

KEY WORDS: Director, planification, rentability, investissment, Financement, Valencian regio.

1.- Introducción

El cooperativismo de comercialización hortofrutícola se ha configurado como el principal instrumento para trasladar el valor añadido de los canales de comercialización a los agricultores, actuando a su vez como elemento reestructurador de los mercados en origen. En los países de la Unión Europea se ha convertido, también, en una herramienta básica de la política de precios y estructuras en la actual Política Agraria Comunitaria (a través de las Organizaciones de Productores Agrarios).

Este tipo de cooperativismo agrario en España ha tenido un desarrollo variable y heterogéneo, tanto en lo referente a volumen de actividad como al número de asociados y por lo tanto al grado de concentración de la oferta que consigue, dependiendo básicamente del subsector productivo considerado. Estudios anteriores (Caballer et al, 1985; Juliá y Segura, 1987) señalan un mayor desarrollo en los sectores vitivinícola y oleícola con altos niveles de concentración de la oferta, si bien, como se ha señalado (Oltra, 1992) esta posición dominante en el mercado de origen no se ha traducido en un desarrollo empresarial de similar importancia. El desarrollo en el sector hortofrutícola ha sido menor en el conjunto del estado, medido por el grado de concentración de la oferta, con algunas importantes excepciones, como la de la Comunidad Valenciana.

En efecto, el cooperativismo de comercialización hortofrutícola en la Comunidad Valenciana es una realidad económica consolidada dentro del sector agrario; su gran tradición y el desarrollo alcanzado por estas cooperativas lo han convertido en un actor importante en los ámbitos de decisión del sector hortofrutícola y una referencia imprescindible para el asociacionismo agrario español. Su importancia no se limita al ámbito numérico, un tercio del total de cooperativas a nivel de la Comunidad son o tienen actividad de comercialización hortofrutícola, sino que los datos relativos a su actividad económica también reflejan su incidencia en el conjunto de empresas cooperativas agrarias valencianas, representando su volumen de negocio casi los dos tercios del volumen total de negocio de las cooperativas a nivel de los datos agregados (Tabla 1).

Tabla 1: El cooperativismo de comercialización hortofrutícola valenciano en 1997

	Cooperativas agrarias	Cooperativas hortofrutícolas	Coop. agraria/ Coop. hortofrut. (%)
Número:			
1º grado	509	170	33,4
2º grado	28	8	28,7
Balance agregado (pta.)	167.143.561.581	36.087.810.720	21,59
Vol. negocio agregado (pta.)	137.402.288.267	89.702.039.823	65,28
Balance medio (pta.)	468.189.248	255.941.920	54,67
Vol. negocio medio (pta.)	384.880.359	636.184.680	165,29

Fuente: Bolletí d'Informació Agraria (1997)

De forma reiterada se ha señalado la existencia de dos modelos empresariales diferenciados en el cooperativismo valenciano. Por un lado, el cooperativismo de las provincias de Valencia y Alicante con un modelo multiactividad, y en el ámbito de la comercialización multiproducto, estructurado en secciones más o menos autónomas, cada una de ellas con una actividad cooperativizada distinta (comercialización, suministros, crédito, servicios a la explotación del socio y, algunas veces, consumo) frente al cooperativismo de la provincia de Castellón, monoactividad, y en caso de la comercialización monoproducción.

El objeto del presente trabajo es analizar la posible existencia de comportamientos empresariales diferenciados en los dos modelos enunciados, así como analizar la rentabilidad económica de los grupos establecidos, en el período 1989-97. Nos basaremos en un cuestionario a directivos de una muestra importante de cooperativas de comercialización hortofrutícola valencianas y en los estados financieros de las mismas durante el período mencionado. De las 26 cooperativas seleccionadas, 14 de ellas pertenecen a la provincia de Valencia y 12 a Castellón.

2.- La estructura empresarial del cooperativismo de comercialización hortofrutícola valenciano

Todas las cooperativas incluidas en la muestra son empresas consolidadas, con un período de actividad superior a nueve años, aunque en algunos casos se han producido procesos de fusión en el período 1988-97. En la provincia de Valencia casi la mitad de éstas tienen una antigüedad superior a 30 años, mientras que en Castellón el porcentaje no llega al veinte por ciento.

Como era de esperar, en la provincia de Castellón encontramos únicamente una estructura hortofrutícola (cooperativas citrícolas), en ocasiones bajo el nombre de Sociedades Naranjeras de Exportación, mientras que en la provincia de Valencia la cooperativa está formada por diferentes secciones, conviviendo la sección hortofrutícola con la de suministros, crédito, bodega, etc.

Esta estructura es congruente con un modelo de crecimiento de la cooperativa basado en la consolidación de una actividad cooperativizada y asunción de nuevas actividades productivas como respuesta a nuevas necesidades de los socios (desarrollándose en una primera etapa, normalmente, una sección de suministros y/o crédito, y ya en una etapa posterior la sección de comercialización, otros servicios, etc.), modelo que ha sido expuesto reiteradamente por diversos especialistas en el cooperativismo valenciano (Caballer et al, 1987). Frente a este modelo de crecimiento podríamos situar el del crecimiento por volumen de producción, en definitiva, el crecimiento de una actividad cooperativizada únicamente. En cooperativas agrarias de comercialización, el crecimiento empresarial sobre la base de la ampliación del volumen de producción sólo puede darse vía admisión de nuevos socios, salvo que se produzcan cambios radicales en las técnicas de cultivo con aumento sensible en los rendimientos.

En la política declarada de admisión de nuevos socios, aunque todas las cooperativas admiten el principio de puertas abiertas, se manifiestan algunas prácticas restrictivas en cuanto a variedades y productos más vinculadas al tamaño empresarial actual que al modelo de empresa. No obstante las expectativas sobre la evolución de esta variable fundamental en la gestión de la cooperativa son mucho más optimistas en las cooperativas de Castellón (el 80% de los encuestados opina que en los próximos años crecerá el número de socios) que en las de Valencia.

La homogeneidad de la base social es un elemento esencial de la estabilidad interna de la cooperativa: con una superficie inscrita media de 947 hectáreas (ha), un número de socios por cooperativa de 1.099, la superficie media por socio resulta de 10,3 hanegadas (hg) (Tabla 2). Si comparamos los datos de superficie media obtenida en nuestro estudio con los del último censo agrario disponible (1989), vemos que esta variable coincide en ambos casos (10,2 hg en los datos del censo); mientras que si nos fijamos en los ingresos por hanegada y atendiendo en este caso a los datos de la

Red Contable Agraria Nacional (RECAN, 1994), éstos ascienden a 102.375 pta./hg SAU, inferiores a los obtenidos en nuestro caso.

Tabla 2: Principales variables físicas y volumen de ventas en las cooperativas de comercialización hortofrutícola de la Comunidad Valenciana por grupos

VARIABLES	Media	Valencia	Castellón
Superficie (ha)	947	1.214	598
Nº socios	1.099	1.548	471
Ventas (millones pta.)	1.542	1.562	1.389
Superficie/Socio (hg)	10,3	9,4	15,2
Ventas/Socio (pta.)	1.403.094	1.009.044	2.949.045
Ventas/Superficie (pta./hg)	136.223	107.345	194.016

* 1 ha = 12 hg

Fuente: Elaboración propia

Las cooperativas de la provincia de Valencia (Tabla 2) tienen un tamaño empresarial superior, doblando a las de Castellón en cuanto a superficie inscrita, triplicándolas en número de socios, y manejando un volumen de ventas también superior. Este mayor tamaño empresarial se refleja también en un número de empleados fijos superior, tanto en el área de dirección, administración o producción, doblando a los presentes en Castellón (mientras la contratación temporal es similar en ambos grupos). Por el contrario, en las cooperativas de Castellón la superficie media por socio es muy superior a las de Valencia y unos volúmenes de ventas, tanto por superficie como por socio, claramente mayores.

Podemos encontrar en estos datos una primera causa del diferente modelo empresarial seguido en ambas zonas, según el modelo de comportamiento de los socios (Caballer, 1995); los socios de las cooperativas de Castellón disponen de explotaciones más grandes, que les permiten alcanzar una ganancia suficiente para mantener un mayor nivel de autonomía en la toma de decisiones; los socios de las cooperativas de Valencia, con explotaciones agrarias sensiblemente inferiores, no alcanzan niveles suficientes de ganancia por lo que están dispuestos a aceptar nuevas formas de integración o demandan nuevos servicios.

La comercialización de productos hortofrutícolas se ha desarrollado en un entorno menos protegido que la de otros productos agrarios, lo que ha obligado a las empresas a adoptar estructuras organizativas capaces de responder a los retos competitivos a los que se enfrentan. En efecto, la estructura organizativa de las cooperativas de comercialización hortofrutícola presenta el mayor nivel de especialización y grado de formalización dentro de la actividad agraria. Estas cooperativas presentan un

mayor número de trabajadores y en todas existe la figura de un director (gerente) profesional, al contrario de lo que ocurre en otros sectores agrarios.

Este mayor desarrollo organizativo se traduce en una mayor departamentalización y una mayor profesionalidad en la gestión. La estructura básica de la cooperativa de comercialización hortofrutícola es la mostrada en el Gráfico 1, con alguna pequeña diferencia entre cooperativas, principalmente la ya comentada ausencia de secciones distintas a la hortofrutícola (citricola) en la provincia de Castellón, con un organigrama más sencillo, en el que a menudo tampoco se presentan las áreas de comercialización y control (asumidas aquí por el director o gerente).

Gráfico 1: Estructura básica de las cooperativas de comercialización hortofrutícola en la Comunidad Valenciana



Es innegable la influencia de los responsables de la dirección y gestión de la empresa a la hora de fijar los objetivos de la misma. En este sentido, es necesario analizar las características básicas de este grupo esencial en el organigrama de la sociedad. Empezaremos por realizar una caracterización de los directores (gerentes) de la cooperativa, cuyas responsabilidades alcanzan a los asuntos del tráfico empresarial ordinario de la sociedad, respondiendo de sus decisiones ante el Consejo Rector y la Asamblea General.

La media de edad de los directores de este tipo de cooperativas es de 45 años (variando entre 32 y 70 años), con un promedio de 14 años trabajando en ella (oscilando entre dos años el que menor tiempo lleva y 25 años el que más), lo que denota una cierta estabilidad y falta de movilidad en esta labor. Esta falta de movilidad queda reforzada al observar que el 71 por ciento de los directores (gerentes) son nacidos en el propio municipio donde radica la cooperativa (porcentaje que crece hasta el 92 por ciento si ampliamos el marco territorial del municipio a la comarca). No se han detectado a este respecto diferencias significativas a nivel territorial.

El grado de formación de su personal directivo, labor a la que las cooperativas, están prestando gran atención¹, es muy bajo. Es destacable que sólo un 12,5 por ciento de los directores posee estudios universitarios superiores, mientras que este porcentaje es del 29 por ciento cuando estos estudios universitarios son de grado medio. El mayor porcentaje corresponde a aquellos directores con formación a nivel de Bachiller (33%), mientras que el porcentaje con estudios básicos supone una cuarta parte del total.

En cuanto a la motivación y la función de los directores en la cooperativa destacan en primer lugar la resolución de problemas difíciles, (43%), seguido de cerca por motivos económicos (39%), y ya a cierta distancia el ganar posición de estatus y autoridad (13%).

Todos los directores se sienten apoyados por el Consejo Rector en la toma de decisiones (excepto un caso aislado), así como por las personas que tienen a su cargo. En cuanto al nivel de satisfacción en relación a su labor en la cooperativa, es muy elevado, cerca del 91 por ciento de los casos.

Idéntico porcentaje de directores (91%) muestra interés por las necesidades de sus subordinados, aunque poco más de la mitad de ellos utilizan métodos para incentivar el rendimiento de las personas a su cargo (54%), siendo éstos básicamente económicos (62%), trato personal (23%) y cursos y promoción (15%). La respuesta ha sido unánime en cuanto al tipo de trabajador que se prefiere tener a cargo, ya que todos los directores han manifestado preferir trabajadores que aporten opinión y no sean sumisos.

1.- En materia de formación las cooperativas disfrutan por ley de un instrumento específico, el Fondo de Formación y Promoción Cooperativa (Art. 62 de la Ley de Cooperativas de la Comunidad Valenciana, aprobada por Decreto Legislativo 1/1998, de 23 de junio), que en nuestro caso, y acorde a lo marcado en la ley, se ha destinado mayoritariamente en los últimos años a la realización de cursos de formación de trabajadores y socios (en un 63 por ciento de los casos), así como a actividades de promoción (9%). También, aunque en menor medida, se empleó en la realización de viajes, comidas, publicaciones y actos sociales.

Las principales preocupaciones de los gestores de las cooperativas valencianas son en primer lugar el coste de la mano de obra (37 por ciento del total de respuestas), seguido por la competencia por precios (26%) y por calidad (22%), mientras que el coste de la materia prima, así como la financiación, son problemas menores para los gestores.

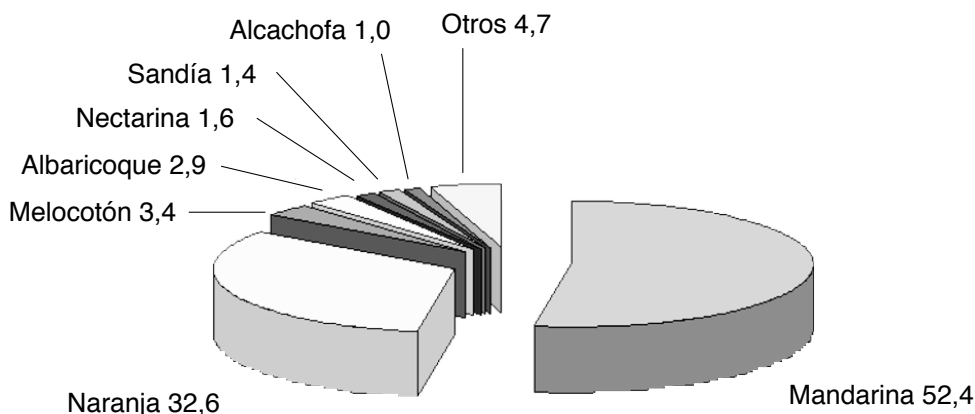
Si atendemos a las áreas de funcionamiento de la cooperativa a las que más tiempo dedican los directores, destacan en Castellón: dedicación a ventas, con un 40 por ciento del total, mientras que a producción sólo se dedica la mitad de ese tiempo. En Valencia, el mayor tiempo se emplea en los aspectos relativos a la producción (39%), mientras que a ventas el porcentaje es del 15 por ciento del tiempo total. Ya en menor medida se señalan aspectos relativos a previsión y planificación (23%) y relaciones con el personal.

Esta diferencia en cuanto a la dedicación puede ser explicada por el diferente grado de integración vertical que se observa en la actividad cooperativizada de comercialización; en efecto, la integración del cooperativismo de comercialización hortofrutícola valenciano en estructuras de segundo grado ha permitido que este se desarrolle con la mayor eficacia, principalmente por una concentración en la oferta, diversificación de productos, nuevos mercados, etc. Visto esto, podemos señalar que casi la totalidad de las cooperativas de Valencia pertenecen a alguna cooperativa de segundo grado (principalmente ANECOOP), mientras que es menos de la mitad en Castellón, donde sólo el 45 por ciento pertenece a una estructura de segundo grado. El porcentaje comercializado a través de la cooperativa de segundo grado es también superior en Valencia que en Castellón (60 frente a 45% respectivamente).

En cuanto a los motivos que les hicieron pertenecer a la cooperativa de segundo grado destaca básicamente la concentración de la oferta (77%), apareciendo también, y todos al mismo nivel: economías de escala, mayores servicios y espíritu de colaboración. En cuanto a la no pertenencia, las causas principales son: realizar comercialización directa (62,5%), ausencia de rentabilidad (25%) y discrepancias a la hora de la liquidación (12,5%). Pese a no presentar mayoritariamente problemas la pertenencia a la cooperativa de segundo grado, si aparecen pequeñas razones de descontento, entre las que se señalan la pérdida de independencia (exclusividad), seguida por los precios y la asignación de clientes, así como la mezcla de calidades (factor muy importante para las cooperativas de mayor tamaño).

Lógicamente, los productos comercializados por las cooperativas hortofrutícolas de la Comunidad Valenciana se corresponden con la estructura varietal y de productos de sus socios, destacando sobre manera los cítricos, naranjas y mandarinas, presentes en todas y cada una de las cooperativas. Una cooperativa hortofrutícola tendría la siguiente estructura de productos comercializados: en primer lugar las mandarinas, suponiendo un 52,4 por ciento del total, seguidas por las naranjas con un 32,6 por ciento, y ya a una gran distancia aparecen el melocotón (3,4%), albaricoque (2,9%), nectarina (1,6%), sandía (1,4%) y alcachofa (1%), mientras que el resto no llega al uno por ciento cada producto (Gráfico 2).

Gráfico 2: Porcentaje de productos comercializados por una cooperativa hortofrutícola tipo en la Comunidad Valenciana (%)



Nos encontramos, lógicamente, importantes diferencias en el ámbito territorial estudiado relativo a la comercialización de productos. En primer lugar, como ya hemos visto, las cooperativas de la provincia de Castellón comercializan exclusivamente naranjas y mandarinas, mientras que las de Valencia cubren toda la gama hortofrutícola. Si nos centramos en cítricos, también encontramos diferencias, ya que el porcentaje comercializado de naranjas en Valencia es muy superior al de Castellón (46% frente al 14%), mientras que lo contrario ocurre en mandarinas (28,3% frente al 86%).

Aspectos de la comercialización cooperativa, como la compra a terceros, también implican diferencias de comportamiento; así, más de la mitad de las cooperativas de Castellón las realizan (60%), mientras que en Valencia este porcentaje no llega al 35%. En cuanto al principio de exclusividad, se cumple mayoritariamente, en cerca del 88 por ciento de cooperativas, sin apenas diferencias significativas entre grupos.

Centrándonos en la política de ventas, existen una serie de diferencias importantes en el destino de las ventas si consideramos los diferentes grupos antes establecidos. Así, las cooperativas de Valencia venden mayoritariamente sus productos a la cooperativa de segundo grado (56%), y en menor medida a intermediarios (21%) o directamente a grandes supermercados (16%), mientras que en Castellón el comportamiento es el contrario, menor porcentaje de venta a cooperativas de segundo grado (20 por ciento) y una mayor importancia de la venta a intermediarios (37%) y venta directa a grandes supermercados (31%).

Podríamos catalogar la relación de las cooperativas hortofrutícolas con sus clientes como de cierta fidelidad, ya que la duración de la relación cooperativa-cliente supera los 10 años en un 67 por ciento de las cooperativas, rondando el tanto por ciento medio de ventas sobre clientes fijos el 90% del total.

A nadie escapa la importancia de la publicidad en la comercialización en general, y en la hortofrutícola en particular. A este respecto, sí que parecen haber captado la necesidad de esta herramienta esencial del marketing las cooperativas de Castellón, donde el 70 por ciento la utiliza, mientras que sólo el 20% de las de Valencia la emplean con regularidad.

Por último, vamos a referirnos brevemente a la dirección política de la cooperativa. Como se sabe, el Consejo Rector es el órgano de gobierno, gestión y representación de la sociedad, sometido a las leyes, los estatutos y la política fijada por la Asamblea General, como delegado ejecutivo de ésta. Está compuesto por socios de la cooperativa, y al menos deberá estar formado por: presidente (representante legal de la sociedad), vicepresidente y secretario.

Entre sus decisiones se encuentran aquellas de tipo político-empresarial, mientras que las de tipo gerencial o de manejo práctico se encomiendan a los directores (gerentes). Pese a ello, es habitual que el Consejo Rector asuma junto a las tareas de gobierno otras relativas a la gestión de la sociedad, propias de la dirección (gerencia), con el consiguiente conflicto de intereses entre ambas partes, al no coincidir, en ocasiones, los objetivos de ambos colectivos (o las políticas necesarias para alcanzar un objetivo común).

La composición del Consejo Rector no es uniforme entre cooperativas, siendo lo más común el estar formados por doce socios (oscilando entre 7-14 miembros), con una edad media de 48 años (rango 38-57 años) y una periodicidad entre reuniones básicamente semanal, influyendo en ello la altura de la campaña en que se esté.

No parece, a priori, que existan grandes conflictos entre los directores y los miembros del Consejo en el proceso de toma de decisiones, ya que existe unanimidad por parte de los directores a la hora de señalar las decisiones que pueden tomar sin consultar con el Consejo: decisiones del tráfico ordinario de la empresa, aquellas señaladas por los directores como decisiones del "día a día", así como las de carácter comercial. Por el contrario, se consultan con el Consejo las decisiones relativas a temas sociales, inversiones en inmovilizado, liquidación a socios, etc. Podemos, pues, extraer una primera conclusión, y es que las principales decisiones en la marcha de la cooperativa son tomadas por los miembros del Consejo, a la vez propietarios y proveedores de la sociedad, lo que las diferencia del resto de sociedades, evitando que las decisiones sean tomadas por personas (directores) con objetivos e intereses la mayoría de las ocasiones diferentes a los de los propietarios, que en el caso que nos ocupa está formado por propietarios-proveedores con un objetivo básico: conseguir un precio de liquidación lo más alto posible.

3.- Estructura económico – financiera

Las diferencias observadas en la estructura organizativa se manifiestan también en la estructura económico financiera. En el período estudiado el cooperativismo de comercialización hortofrutícola ha realizado un importante esfuerzo inversor; la naturaleza de las inversiones realizadas, y su financiación, debe responder al posicionamiento estratégico fijado por la empresa y a los condicionantes de su entorno específico. Entre las inversiones con mayor relevancia en el funcionamiento de la cooperativa en los últimos 10 años destacan por este orden, las inversiones en instalaciones (principalmente de conservación y confección) y terrenos y edificaciones. Entre ambas suponen casi el noventa por ciento del total. El resto se empleó en personal e informática básicamente. Por lo que respecta a las expectativas, las principales líneas de inversión siguen siendo instalaciones y terrenos y edificaciones, aunque estos últimos pierden parte de su importancia relativa frente a las inversiones en personal (principalmente en Castellón) e informática (con mucho mayor peso en Valencia).

Tanto en el pasado reciente como en las expectativas de futuro queda claro que los principales motivos de inversión en las cooperativas son la ampliación o adecuación de las instalaciones productivas ante las exigencias actuales que puedan plantearse en los procesos de comercialización de los productos. Las mejoras de los procesos internos (inversión en informática) o la adecuación y promoción de su plantilla (inversión en personal) ocupan un nivel más reducido y en algunos casos inexistente.

Las fuentes de financiación de las cooperativas son: la financiación vía socios, créditos de la Caja Rural, autofinanciación, sección de crédito, créditos oficiales y créditos bancarios. En el ámbito provincial nos volvemos a encontrar de nuevo con la diferencia esencial de organización mencionada anteriormente, es decir, cooperativas exclusivamente citrícolas en la provincia de Castellón, lo que supone que en esta provincia la principal fuente de financiación sea, y de manera destacada, la financiación vía socios (45%), seguida por la Caja Rural (35%); mientras en la provincia de Valencia la principal fuente de financiación proviene de la sección de crédito (28,6%), seguida por la financiación vía socios (25%) .

3.1. Evolución del balance de situación

Si atendemos a los datos globales del balance de situación de las cooperativas de la muestra en el período 1989-1997, se puede apreciar un claro esfuerzo inversor por parte de las mismas, lo que se traduce en un incremento en la cifra media de balance del 102 por ciento. De esta forma, de 290 millones de pesetas de cifra media de balance en 1989 se pasa a más del doble en 1997 (588 millones de pesetas). Esta evolución es diferente dependiendo de la localización; así, es destacable el gran esfuerzo inversor en la provincia de Castellón, donde la cifra total de balance crece un 205 por ciento, mientras que este crecimiento es mucho más moderado en Valencia, un 71 por ciento (aunque su balance medio es casi el doble que en Castellón). Las inversiones en inmovilizado, principalmente con el objeto de conseguir una adecuación tecnológica (instalaciones de conservación y confección) y un tamaño óptimo (terrenos y edificaciones) han inducido una fuerte inversión en circulante.

A nivel provincial, las cooperativas de la provincia de Castellón presentan un mayor crecimiento en Inmovilizado Material Neto, un 170 por ciento frente al escaso treinta por ciento de crecimiento en Valencia, pese a lo cual se produce un descenso a la hora de considerar esta componente del Activo en términos porcentuales del 12 por ciento en Castellón y 23 por ciento en Valencia. En valor medio, la participación del Inmovilizado Material Neto en el total del Activo es mucho mayor en Castellón, con un 68 por ciento, frente al 57 por ciento de Valencia (Tabla 3). El denominado Otro Inmovilizado Neto crece de manera similar en ambas provincias, en torno al 250 por ciento, aunque al considerarlo en términos de participación en el Activo se aprecia un crecimiento muy importante en Valencia, donde se duplica, mientras que en Castellón el crecimiento es mucho más discreto, sólo un 11 por ciento. En términos de participación media en el Activo, ésta es de un 6 por ciento en el caso de Valencia y la mitad en Castellón. Para concluir, el Activo Circulante crece mucho más en Castellón que en Valencia, 315 por ciento frente al 124 por ciento, siendo similar su crecimiento en término porcentual, poco más del 30 por ciento en ambos casos. Así, su participación en el Activo en el período estudiado es del 36 por ciento en Castellón y 32 por ciento en Valencia.

Junto a las anteriores partidas, también se han detectado diferencias significativas en la política de amortización aplicada por estas sociedades. Considerando en este punto la amortización acumulada (ya que la dotación a la amortización anual se tratará en el punto siguiente), se ha producido un incremento importante de esta partida, cercano al 175 por ciento, siendo destacable el crecimiento que ha experimentado en Castellón, cercano al 500 por ciento.

Tabla 3: Valores medios de las principales partidas del balance en el período 1989-1997, en valores absolutos (mill. pta.) y en peso porcentual

	MEDIA	VALENCIA	CASTELLÓN
Inmovilizado Material Neto	247,7 (60)	293,1 (57)	192,1 (68)
Otro inmovilizado Neto	21,6 (5)	32,4 (6)	7,9 (3)
Activo Circulante	145,1 (35)	192,6 (37)	84,9 (29)
Amortización	191,5	253,9	106,3
ACTIVO TOTAL	414,4	518,0	284,9
Recursos Propios	241,6 (57)	268,4 (51)	208,5 (70)
Exigible Largo Plazo	57,6 (14,5)	79,1 (16)	30,7 (12)
Exigible Corto Plazo	115,2 (28,5)	170,6 (33)	45,8 (18)

() = Datos en tanto por ciento respecto a la cifra total de balance

Fuente: Elaboración propia

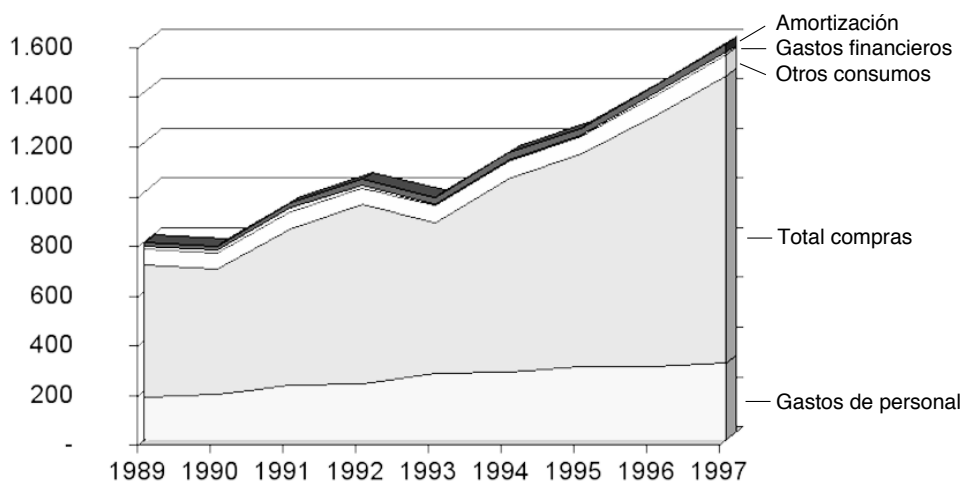
Respecto a la evolución de la financiación, se detecta en el período de estudio un muy importante crecimiento de los Recursos Propios de la cooperativa, creciendo tres veces más en Castellón que en Valencia (413 por ciento frente a 120), lo que se traslada al considerar esta partida en términos de peso dentro del balance, crecimiento del 68 por ciento en Castellón y del 29 por ciento en Valencia. En peso, los Recursos Propios en Valencia representan un 51 por ciento del total del Pasivo, mientras que este porcentaje es mucho mayor en Castellón, con un peso medio del 70 por ciento. El Exigible a Largo Plazo permanece casi constante en ambos grupos, con crecimientos inferiores al 5 por ciento, aunque en peso relativo cae en mayor medida en Castellón que en Valencia, un 67 por ciento en Castellón por un 39 por ciento en Valencia. Al considerar su participación media en el balance durante el período, ésta es de un 16 por ciento en Valencia y de un 12 en Castellón. Como última componente del Pasivo queda por analizar el comportamiento del Exigible a Corto Plazo, el cual se mantiene constante en Castellón (crece sólo un 2 por ciento), incrementándose un 45 por ciento en Valencia. El descenso al considerar su evolución como peso dentro del Pasivo es común a ambos grupos, mayor en Castellón (66,5%) y menor en Valencia (15%). En peso porcentual, el Exigible a Corto representa como media un 33 por ciento del Pasivo en las cooperativas de Valencia, mientras que en Castellón esta participación es casi la mitad, un 17 por ciento.

3.2. Evolución de la cuenta de resultados

En el estudio de la evolución de la cuenta de resultados de las cooperativas de comercialización hortofrutícola de la Comunidad Valenciana comenzaremos con un primer análisis de los ingresos, considerando la cifra de negocios o volumen de ventas, que incluirá las variaciones de existencias, ventas de productos terminados y subproductos, envases, etc. Las ventas de estas cooperativas casi se han doblado en el período 1989-97, pasando de 797 a 1.572 millones de pesetas, lo que supone un crecimiento del 97 por ciento. En esta evolución, destacan sobre manera las cooperativas de Castellón, con un crecimiento del 177 por ciento, mientras que las cooperativas de Valencia crecen en menor medida (68%).

En cuanto a la partida de gastos, la evolución de su composición en el período 1989-97 se muestra en el Gráfico 3. Si se procede a una desagregación de los principales componentes de la partida Gastos, comenzando en primer lugar por los Gastos de Personal, que incluyen tanto sueldos y salarios como la parte correspondiente a cargas sociales (Seguridad Social), han experimentado un crecimiento en el período del 81,5 por ciento, con el mismo comportamiento entre grupos que en el caso de los ingresos; es decir, un mayor crecimiento en Castellón (147,5%) y menor en Valencia (54%).

Gráfico 3: Evolución de la cuenta de resultados (mill. de pta.)



Fuente: Elaboración propia.

La principal componente de los gastos, que denominaremos Total Compras, engloba la liquidación a socios y el consumo de materias primas, mercaderías y envases y embalajes. No ha sido posible diferenciar la liquidación a socios del resto de consumos, al no figurar de esta manera en los balances de las cooperativas, salvo en un número muy reducido de ellas (sólo se dispone de 57 cuentas de resultados donde aparece). Por tanto, el análisis se hará para el conjunto de consumos, incluida la liquidación. Así, éstos se han duplicado en el período 1988-97, siendo este crecimiento más acusado en la provincia de Castellón que en la de Valencia (211,5 frente a un 83 por ciento). Por el contrario, el crecimiento en peso respecto al total de gastos es mucho menor, apenas un ocho por ciento, sin apreciarse diferencias significativas entre grupos.

Bajo el epígrafe Otros Gastos se han incluido: servicios exteriores, tributos, etc. Esta partida crece en Castellón un 81 por ciento, por un 19,5 por ciento en Valencia. Atendiendo a la evolución del peso de estos gastos en el total, han descendido en promedio un 30 por ciento.

Estas tres componentes principales de los gastos (personal, compras y otros gastos) son imputables directamente al proceso de elaboración que la cooperativa realiza a la cosecha aportada por el socio. En el caso de las cooperativas de comercialización hortofrutícola, estas tres componentes (entre las cuales como se mencionó anteriormente está ya incluida la liquidación a los socios, dentro de las compras) no supera en ningún caso el valor de la producción (considerada como volumen de ventas o cifra de negocios), por lo que no se incluye en la liquidación a socios ningún ingreso provenientes de otras actividades diferentes a la mencionada, lo que sí ocurre en otros sectores agrícolas, como es el caso de las bodegas cooperativas (Oltra, 1992).

Un coste importante, aunque de mucho menor peso en el total, es la dotación anual a la amortización, la cual experimenta un crecimiento muy importante en las cooperativas de Castellón, con un 319 por ciento, mientras que en Valencia este porcentaje es del 75 por ciento. En términos porcentuales el mayor crecimiento se da en las cooperativas de Castellón, con un 50 por ciento de incremento en su peso porcentual en el total de costes, por tan solo un tres por ciento en Valencia.

Por último, quedan por analizar los gastos financieros, los que menor porcentaje representan respecto al total de gastos, apenas un uno por ciento de promedio, con un fuerte descenso en el período, un 45 por ciento, con similar comportamiento entre grupos. En términos porcentuales la caída de estos gastos está cercana al 73 por ciento, también con similitud de evolución entre los diferentes grupos.

Paralelamente a este descenso de los gastos financieros, se experimenta un fuerte crecimiento de los ingresos financieros, de casi un 454 por ciento, generalizado en ambos grupos.

Respecto al valor medio de las principales componentes de los gastos totales de las cooperativas (Tabla 4), no se aprecian diferencias significativas en la participación porcentual media en el total de gastos en el período 1989-97.

Tabla 4: Composición media de los Gastos Totales de las cooperativas hortofrutícolas valencianas en el período 1989-97, en valor absoluto (mill. pta.) y peso porcentual

	Gastos de personal	Total Compras	Otros Consumos	Gastos financieros	Amortización
Valencia	300,1 (22,1)	948,0 (68,5)	80,7 (6,0)	13,9 (1,0)	31,8 (2,3)
Castellón	184,6 (23,7)	518,7 (65,6)	57,1 (7,6)	4,5 (0,6)	18,7 (2,3)
Media	247,5 (22,6)	755,5 (67,6)	69,8 (6,5)	9,6 (0,9)	25,9 (2,3)

()= porcentaje respecto al total de gastos

Fuente: Elaboración propia

Puede observarse como la inversión acometida por las cooperativas de comercialización tiene como consecuencia la reducción de todas las partidas de gastos de la cuenta de resultados, lo que se traduce en una mayor liquidación a los socios, reflejándose esto en el crecimiento de la partida de compras (total consumos).

4.- Análisis de la rentabilidad de las inversiones

El importante esfuerzo inversor realizado durante el período debe traducirse en una rentabilidad económica para los propietarios socios de la empresa. Los sistemas de liquidación practicados en las cooperativas, transmiten esta rentabilidad directamente al socio, vía liquidaciones, haciendo muy difícil una evaluación de los resultados con los instrumentos de análisis financiero tradicionales. Al disponer de datos históricos que cubren 10 años, podemos acercarnos al cálculo de la rentabilidad económica de la cooperativa por la Tasa Interna de Rendimiento (TIR), obtenida a posteriori a partir de los datos contables, teniendo en cuenta los diferentes criterios de valoración que supone el análisis de la rentabilidad contable y la económica². Nos basaremos en la siguiente expresión donde la variable a obtener será k (asimilable a la rentabilidad económica):

$$-V_0 + \frac{F_1 - A_1}{1 + k} + \frac{F_2 - A_2}{(1 + k)^2} + \dots + \frac{F_n - A_n + V_n}{(1 + k)^n} = 0$$

2. Básicamente debido a la diferencia temporal entre los flujos de caja netos y el beneficio contable (contabilización del beneficio en el PGC), así como por la imputación de los costes indirectos (Brealey y Myers, 1981).

donde:

V_0 = Valor del Activo de la cooperativa en el año 1989

F_n = Flujos de caja, $n = 1, \dots, 8$

A_n = Incremento de inversión en cada campaña (aumento de la cifra de balance)

V_n = Valor del Activo de la cooperativa en el año 1997

k = Rentabilidad económica de las cooperativas (TIR).

La rentabilidad económica obtenida tras la aplicación de esta expresión presenta un valor medio del 6,86 por ciento. Existe una pequeña diferencia en la rentabilidad económica así calculada al considerar la localización, 7,05% en las cooperativas de Valencia frente a un 6,29% en las de Castellón.

Con el mismo procedimiento, se calcula de idéntica forma la rentabilidad de los Recursos Propios de las cooperativas (considerando incluidas en los mismos las aportaciones al Capital Social), obteniendo una rentabilidad media del 11,06 por ciento. Las cooperativas de Valencia presentan una rentabilidad mayor que las de Castellón (12,79% frente a 9,60%).

Pese a la baja rentabilidad económica obtenida, que en el período de estudio se sitúa muy por debajo del coste medio de la financiación en el sector agrario, se tiene un efecto apalancamiento financiero claramente positivo, elevándose la rentabilidad de los Recursos Propios a niveles usuales de la rentabilidad de inversiones alternativas para los socios en el período estudiado, particularmente en la provincia de Valencia.

No ha sido posible, dada la ausencia de datos contrastables y fiables según la propia Central de Balances del Banco de España (únicamente se poseen los resultados de seis empresas del sector hortofrutícola, para un número muy reducido de años, no siendo las mismas representativas del sector) la comparación con la situación de otras empresas del sector.

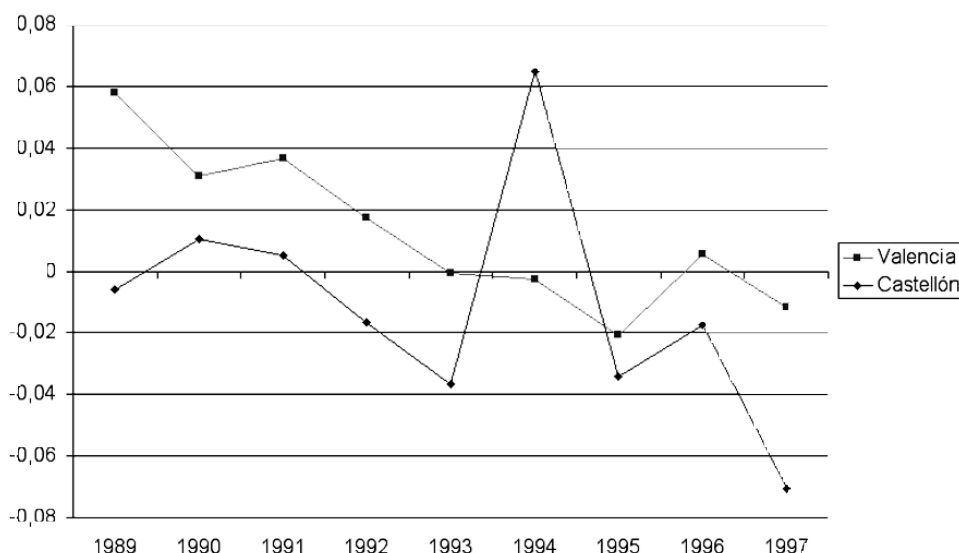
La evolución de los resultados empresariales muestra la ausencia de políticas alternativas al sistema de liquidación practicado. Tanto el comportamiento del Beneficio Antes de Intereses e Impuestos (BAII) como el del Beneficio Neto o Excedente Neto, son consecuencia del sistema de liquidación, sin que su evolución en el período induzca a pensar en problemas de gestión o comercialización. Realizado un análisis de la varianza para el BAII y el Excedente Neto, no se han encontrado diferencias significativas entre grupos para un nivel de significación del 95%.

El BAII ha experimentado un descenso importante en estas sociedades (224%), principalmente en la segunda mitad del período, con importantes oscilaciones en su valor. El valor medio en las cooperativas hortofrutícolas valencianas en el período 1989-97 ha sido cercano al medio millón de pesetas.

Por su parte, el Excedente Neto o cantidad disponible en la empresa para la retribución de sus propietarios, tiene un comportamiento similar al BAII, aunque su descenso es más pronunciado, un 418 por ciento, con unas pérdidas medias en el período ligeramente superiores a los 2 millones de pesetas.

A partir del comportamiento del BAII de estas sociedades podemos estudiar la evolución de su rentabilidad económica. Esta rentabilidad presenta una tendencia decreciente en el período, con valores negativos a partir de la mitad del período, más acusados en el último año. No se han encontrado diferencias significativas entre grupos al realizar el análisis de la varianza, para un nivel de significación del 95%. El valor medio de la rentabilidad económica de estas cooperativas en el período ha sido del 0,55 por ciento, con un descenso del 165 por ciento (Gráfico 4).

Gráfico 4: Evolución de la Rentabilidad Económica en las cooperativas hortofrutícolas valencianas en el período 1989-97 (%)



Fuente: Elaboración propia.

En un intento de profundizar en el análisis de la rentabilidad económica se estudian a continuación sus dos principales componentes: la Rotación del Activo, o volumen de ventas por unidad monetaria comprometida en el proceso productivo, y el Margen sobre Ventas, margen aplicado por unidad monetaria vendida.

El Margen sobre Ventas tiene un comportamiento idéntico a la rentabilidad económica, descenso del 162 por ciento, con un valor medio en el período del 0,29 por ciento. No se detectan diferencias significativas entre grupos en el análisis de la varianza. El bajo valor de este ratio pone de manifiesto el importantísimo papel que la liquidación a los socios tiene en estas cooperativas, a costa de mantener unos niveles muy bajos en cuanto a la rentabilidad económica de la sociedad. Si se quisiera incrementar el valor del ratio, la única solución posible sería modificar el sistema de liquidación, con la consiguiente tensión en la base social, aunque cabe señalar que la política de liquidación aplicada

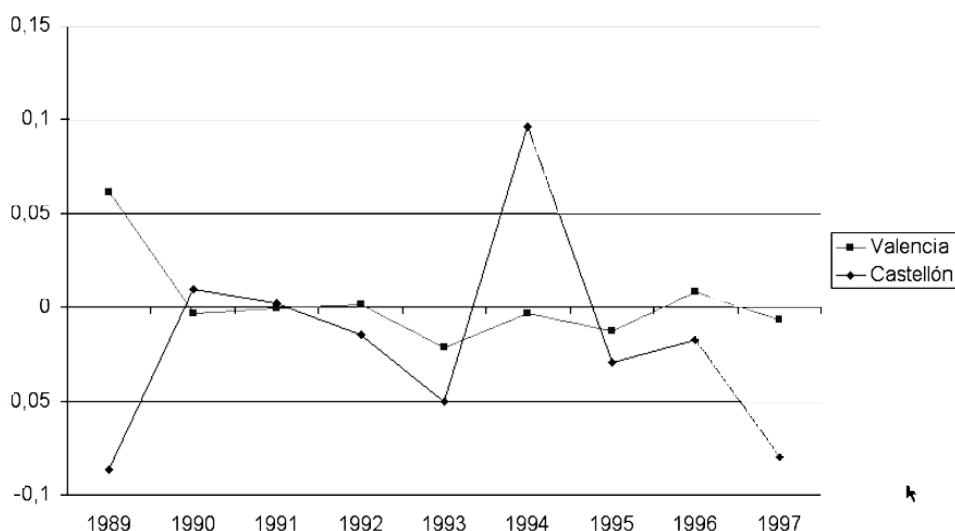
hasta ahora no ocasiona un desequilibrio financiero en la cooperativa (descapitalización), dada la no exigibilidad de las deudas por parte de los socios, lo que a efectos prácticos supone considerar los Recursos Propios de la cooperativa a un coste nulo (lo que sería inviable en otro tipo de sociedades, dado el efecto apalancamiento negativo que acarrea).

La otra componente de la rentabilidad es la Rotación del Activo, que ha permanecido casi constante en el período, con un mínimo descenso del 2,5 por ciento, y un valor medio de 2,75. En este caso sí que existen diferencias significativas entre grupos, con un mayor descenso en las cooperativas de Castellón (9%) que en las de Valencia (1,5%), aunque los valores medios en el período son ligeramente superiores en Castellón, 2,91 y 2,62 respectivamente, lo que pondría de manifiesto una mayor eficiencia en la utilización de los recursos por peseta vendida en las cooperativas de Castellón.

Por último, cabe analizar el comportamiento de la rentabilidad financiera, que en términos estrictos mide la retribución de los capitales aportados por los socios (Recursos Propios), aunque podría argumentarse que el significado de esta rentabilidad en las cooperativas no es el mismo que en el resto de las empresas, ya que en este caso las aportaciones al Capital Social son retribuidas vía intereses, en teoría descontados a la hora de obtener el Excedente Neto, por lo que esta partida no debería ser considerada dentro de los Recursos Propios. En nuestro caso, vamos a continuar englobándola dentro del Propio, dado que no existe evidencia cierta sobre el pago de esos intereses.

La rentabilidad financiera de estas sociedades ha experimentado en el período 1989-97 un descenso del 211 por ciento (Gráfico 5), con un valor medio del -2,2 por ciento, lo que apuntaría hacia un efecto apalancamiento negativo en estas sociedades. No existen diferencias significativas entre grupos al realizar un análisis de la varianza.

Gráfico 5: Evolución de la Rentabilidad Financiera en las cooperativas hortofrutícolas valencianas en el período 1989-97 (%)



Fuente: Elaboración propia.

5.- Conclusiones

Hemos podido contrastar la existencia de dos modelos de empresa diferentes en cuanto a la diferenciación por actividades y por productos: las cooperativas de Castellón, con sólo una actividad comercializadora centrada en los cítricos y las de Valencia, multiactividad y multiproducto; sin embargo, ambos modelos mantienen una identidad genérica en cuanto a que su desarrollo empresarial está íntimamente vinculado al volumen de productos comercializados. Quizás, la diferencia más importante la encontramos en el tamaño medio de las explotaciones de los socios, que es sensiblemente más reducido en las de mayor tamaño.

En la medida que este tamaño se aleja de la explotación media nos encontraríamos que la cooperativa se ha convertido en un refugio de la agricultura a tiempo parcial y, en el caso de cítricos, cada

vez menos profesionalizada, facilitando el mantenimiento de esta situación vía la prestación de servicios, que origina el desarrollo de otras actividades por la cooperativa.

Resulta difícil admitir que este tipo de socios tengan los mismos objetivos que los agricultores más profesionales y, en la medida en que los socios determinan la estrategia de la empresa, que ambos grupos respondan a los mismos intereses sectoriales.

Las diferencias observadas en la evolución de la estructura económica de las cooperativas pueden ser explicadas por la caracterización empresarial establecida. La evolución en la composición del Activo incide mucho más en las cooperativas que tienen una diversificación de actividades y en las que los procesos de integración vertical están más desarrollados (cooperativas de Valencia frente a las de Castellón).

El incremento del circulante parece responder al incremento en volumen de producción, y como consecuencia de ello a una necesidad de ampliar las disponibilidades de materiales de confección (existencias) y facilidades de pago a los clientes.

Merece destacarse el fuerte progreso de la financiación hacia posturas altamente conservadoras, buscando la financiación exclusiva por Recursos Propios, más evidente en las cooperativas de Castellón.

Aunque podríamos considerar que esa búsqueda de la seguridad en la financiación responde a una estrategia propia de las cooperativas, probablemente la imposibilidad de obtener rentabilidad económica dado el sistema de liquidación practicado, impida el establecimiento de estrategias de financiación más arriesgadas, lo que parece corroborarse tras analizar la cuenta de resultados.

6.- Bibliografía

- BAREA, J.; MONZÓN, J.L. *Libro Blanco de la Economía Social en España*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1992.
- BAREA, J.; MONZÓN, J.L. *Informe sobre la situación de las cooperativas y las sociedades laborales en España*. Valencia: CIRIEC-España, 1996.
- BOLLETÍ DE INFORMACIÓ AGRARIA *L'empresa Cooperativa Agraria Valenciana. Senyes economic-financeres*. nº 125, año XIII, 1997.
- BREALEY, R.A.; MYERS, S.C. *Principles of Corporate Finance*. Ed. Mc.Graw-Hill. Nueva York, 1981.
- CABALLER, V. Reflexiones en torno al cooperativismo (La situación española actual). *CIRIEC-España*, nº 5, 1988, pp. 165-178.
- CABALLER, V. La crisis de la agricultura. Un enfoque empresarial. *CIRIEC-España*, nº 15, 1993, pp. 11-42.
- CABALLER, V. La realidad empresarial del cooperativismo agrario valenciano y su futuro. *II Congreso de Cooperativismo Agrario Valenciano*. FECOAV. Alicante, 1995.
- CABALLER, V.; SEGURA, B. *Análisis factorial de los costes en las Entidades Asociativas Agrarias de Producción de la Comunidad Valenciana*. Informe a la Conselleria d'Agricultura, Pesca i Alimentació. Valencia, 1995.
- CABALLER, V.; JULIÁ, J.F.; SEGURA, B. *Economía de la Cooperativa Hortofrutícola*. M.A.P.A. Dirección General de la Producción Agraria. Madrid, 1985.
- CABALLER, V.; JULIÁ, J.F.; SEGURA, B. *Las cooperativas agrarias valencianas: un análisis empresarial*. III Premio Pascual Carrión. Ed. AEDOS, 1987.
- JULIÁ, J.F.; SEGURA, B. El cooperativismo agrario en España y la integración en las Comunidades Europeas. *CIRIEC-España*, nº 2, 1987, pp. 57-77.
- JULIÁ, J.F.; SEGURA, B. *El cooperativismo agrario en España*. CIRIEC España. Cuadernos de trabajo. nº 3, 1989.
- JULIÁ, J.; SERVER, R.; FERNÁNDEZ, M. *Informe sobre la situación de las cooperativas y las sociedades laborales en España. Las Cooperativas Agrarias*. CIRIEC-España, 1996, pp. 18-73.
- JULIÁ, J.; SERVER, R.; FERNÁNDEZ, M. *Las cooperativas agrarias. Libro Blanco de la Economía Social en la Comunidad Valenciana*. CIRIEC-ESPAÑA, 1998, pp. 199-254.

- OLTRA, M.J. *Caracterización Empresarial de las Bodegas Cooperativas de la Comunidad Valenciana*. Tesis Doctoral. E.T.S.I.A. Valencia, 1992.
- ROMERO, C.; DOMINGO, J. (1987). *Las empresas cooperativas agrarias: Una perspectiva económica*. Ed. Mundi-Prensa. Madrid, 1987.
- SEGURA B.; OLTRA M.J. Caracterización empresarial de las bodegas cooperativas de la Comunidad Valenciana. *Actas de Horticultura*. nº 85, 1993, pp. 452-457.
- SEGURA B.; OLTRA M.J. Eficiencia en la gestión de las cooperativas agrarias de comercialización. *Investigación Agraria. Economía*. Vol. 10(2), 1995, pp. 217-232.
- SEGURA, B.; SERVER, R. Situación económico-financiera de las Organizaciones de productores de frutas y hortalizas (OPFH) en la Comunidad Valenciana. *Investigación agraria*, Vol. 5 (1), 1990, pp. 19-37.
- VIDAL, F.; SEGURA, B.; MARTÍNEZ-CARRASCO, L. Evolución de la estructura empresarial de las cooperativas de comercialización hortofrutícola. *III Congreso Nacional de Economía Agraria*. Lérida, 1998.
- VIDAL, F. *Eficiencia económica de las cooperativas de comercialización hortofrutícola de la Comunidad Valenciana*. Tesis Doctoral. ETSIA. Valencia, 1999.