

COMERCIALIZACION ASOCIATIVA HORTOFRUTICOLA  
EN LA CEE

EMILIA PUIG AMORÓS

DOCUMENTO DE TRABAJO 86/13

SERVICIO DE INVESTIGACION AGRARIA  
UNIDAD DE ECONOMIA Y SOCIOLOGIA AGRARIAS

2867



COMERCIALIZACION ASOCIATIVA HORTOFRUTICOLA  
EN LA CEE

EMILIA PUIG AMORÓS

DOCUMENTO DE TRABAJO 86/13

UNIDAD DE ECONOMÍA Y SOCIOLOGÍA AGRARIAS  
SERVICIO DE INVESTIGACIÓN AGRARIA  
DIPUTACIÓN GENERAL DE ARAGÓN  
ZARAGOZA



## 1. INTRODUCCION

Es un hecho ratificado por la experiencia, que todos los esfuerzos que desarrolla el agricultor para la mejora de su producción, resultaran siempre ineficaces, sino alcanza la inserción en el mercado y su plena participación en él. En este sentido las posibilidades que ofrece el asociacionismo agrario, en su sentido más general e independientemente de su forma jurídica, a los agricultores como fórmula que ayude a paliar sus problemas son más que evidentes, puesto que les permite constituir sociedades de dimensión económica y productiva adecuada, para abordar la comercialización de sus productos, e incrementar su renta con la participación en la renta generada en los sectores secundario y terciario.

Existen dos concepciones sobre el asociacionismo:

a) La primera tiende a definir las agrupaciones como instrumento de organización de la oferta, limitando su campo de actuación a las funciones clásicas de una empresa comercial (concentración, almacenamiento, distribución, etc.).

b) La segunda filosofía concibe a las agrupaciones o entes asociativos como una vía para organizar la producción, mediante programas productivos comunes, comportamientos comunes en la comercialización, contrataciones colectivas en la oferta de productos, etc. procurándose así, una plena revalorización de los recursos y de la producción agrícola, mediante una economía contractual y programada, esto es concibe a las agrupaciones como instrumento de la política agraria.

La importancia y el apoyo concedido a las agrupaciones de productores agrarios en el ámbito de la CEE, constituye un marco de referencia ineludible, en relación a la incorporación del sector hortofrutícola a la Organización Común de Mercados (O.C.M.) del área comunitaria.

## 2. COMERCIALIZACION ASOCIATIVA AGRARIA EN LA CEE

Las evoluciones políticas, económicas y sociales de los distintos países europeos desde el siglo XIX han desembocado en la actual multiplicidad y diversidad de los aspectos de la cooperación europea.

En el Reino Unido, el inicio de la industrialización a principios del siglo XIX y el cambio profundo de las condiciones socio-económicas, provocaron unos conflictos de clase que quebrantaron las bases del sistema capitalista. Así surgieron las cooperativas de consumo en el mundo obrero, que aún tienen un papel dominante en la actualidad.

El desarrollo de la libre empresa y de la burguesía en Francia, basado en la miseria económica creciente de las capas inferiores de la población, desencadenó las revoluciones de 1830 y de 1848. Los trabajadores, se agruparon en cooperativas obreras de producción, superados a lo largo del tiempo por las cooperativas agrícolas y de consumo.

En Alemania también el impacto del liberalismo y de la industrialización en los agricultores y obreros contribuyó de forma decisiva a la creación de las cooperativas. Así nacieron las cooperativas Raiffeisen en las zonas rurales.



La evolución histórica y las diferencias en las relaciones entre las Cooperativas y el Estado provocaron el desarrollo en los distintos países de Europa de diversas reglamentaciones legislativas relativas a la cooperación.

El Cooperativismo Agrario en la CEE tiene más de un siglo de existencia - (Cuadro 1).

En un principio las funciones de las cooperativas eran principalmente defender o proteger a los pequeños empresarios agrarios, frente a los abusos de quienes compraban sus productos o les proveían de los medios de producción. - En la actualidad y sin olvidar esa función que sigue siendo muy importante, - el papel de las Cooperativas se ha ampliado y diversificado.

Cuadro 1. Inicio de la Cooperación Agraria en los países de la CEE-9.

Países	Años
Reino Unido	1867
Luxemburgo	1875
Holanda	1880
Alemania	1881
Italia	1881
Dinamarca	1882
Francia	1884
Bélgica	1887
Irlanda	1889



La evolución de la importancia de las Cooperativas se aceleró con la creación del Mercado Común y con las condiciones económicas de competencia a que dió lugar. La acción dinámica de las Cooperativas en Europa, les ha permitido ser un importante socio de la industria de productos alimenticios, a la vez que en algunos países llegar a ser exportadores dominantes.

Por dar algunos datos que demuestren la importancia de las cooperativas en la CEE, decir que en la CEE-10, existen unas 40.000 cooperativas agrarias y de pesca, que cuentan con unos 10,7 de socios, ocupan a unas 600.000 personas y alcanzan unas cifras de ventas de más de 150.000 millones de ECU.

Como empresas comerciales y de servicios para los agricultores:

- Permiten abastecer a las explotaciones agrícolas más del 50 % de sus medios de producción necesarios.

- Recogen, transforman y comercializan más del 60 % de los productos agrícolas.

- Garantizan a sus miembros, prestaciones de todo tipo.

Las cooperativas agrarias en la actualidad contribuyen en gran medida al mantenimiento y al desarrollo de las regiones rurales y de su población, concediendo prestaciones para la infraestructura, la política regional, social y de empleo.

### 3. CUOTAS DE MERCADO

Entre los países miembro de la CEE las variaciones en las cuotas de mercados de las cooperativas son muy grandes. Encontrar las diferencias entre unas naciones y otras, no es fácil. Parece ser que las características más evidentes de un sector cooperativo con éxito son:

- a) Tener un adecuado acceso a la financiación.
- b) Un grado de capital propio entre los miembros que asegura la lealtad a la Cooperativa.
- c) Una gerencia adecuada en las cooperativas primarias y también en las secundarias y terciarias.

Algunos autores afirman que un tema que explica por sí solo la diferencia entre el desarrollo cooperativo de unos y otros países es el de la provisión de fondos. El verdadero significado de la provisión de fondos parece estar conectado con la relación de las cooperativas de crédito y cooperativas bancarias con las otras organizaciones cooperativas. El uso de los fondos de los miembros para el desarrollo cooperativo parece ser el sistema con más éxito.

En el terreno de la comercialización, las cooperativas han conseguido desarrollar fuertemente su posición, que en un principio era muy débil en los sectores de la carne y frutas y hortalizas. En el sector de la leche cuya recogida está controlada por las cooperativas en la mayoría de los Estados Miembros de la Comunidad, también controlan más del 3/4 de los productos transformados de la leche.



En el terreno del abastecimiento, las cooperativas han adquirido una posición dominante en lo que se refiere a distribución de los medios de producción; 60 % del sector de abonos y productos fitosanitarios, 80 % de la maquinaria agrícola en Italia, 60 ó 70 % de la producción y distribución de semillas en los Países Bajos y Francia.

Exponemos a continuación algunos datos que resaltan la cuota de mercado más importantes de las cooperativas en los países miembros de la CEE-10:

Holanda	: 90 % de la leche, 85 % de las frutas y hortalizas.
Dinamarca	: 92 % de la carne de cerdo, 70 % de hortalizas, 50 % de frutas.
Francia	: 70 % de cereales y oleaginosas, 40 % de frutas, 88 % de frutas desecadas, 65 % de carne de cerdo.
Luxemburgo	: 95 % de la producción de semillas y plantas, 86 % de leche.
Irlanda	: 100 % de la recogida de leche, 75 % del pescado.
Alemania	: 78 % de la leche, 52% de cereales, 36 % de hortalizas.
Bélgica	: 75 % de la leche, 55 % de las hortalizas.
Italia	: 60 % de las frutas, 35 % de la leche.
Reino Unido	: 30 % de huevos, 35 % de frutas.
Grecia	: 56 % de los alimentos para el ganado.

#### 4. EMPRESAS ASOCIATIVAS DE COMERCIALIZACION Y LA PAC

Para alcanzar el objetivo de inserción en el mercado y de plena participación en él, la producción debe estar en condiciones de suministrar con la estacionalidad precisa, las cantidades y calidades que la demanda exige. Para ello deben superarse dos obstáculos, la escasa dimensión de las entidades aso

ciativas en primer lugar, y en segundo la frecuente debilidad de los vínculos que existen entre las asociaciones y sus socios. Para ayudar a la producción agrícola a superar estos obstáculos, la Comisión de Comunidades Europeas desde el inicio de la CEE ha considerado siempre como fundamental dentro de la PAC, el estímulo a las agrupaciones de Productores y sus uniones.

Ya en 1960 la Comisión propuso al Consejo de Ministros de la Comunidad la conveniencia de favorecer todas las iniciativas individuales y colectivas de las empresas agrarias, especialmente aquellas cuyo objetivo fuera el facilitar la adecuación de la producción a la demanda. La primera experiencia se puso en marcha con el Reglamento 159/66. En el 67, la Comisión elaboró la primera propuesta tendente a favorecer la constitución de agrupaciones de productores en todos los sectores y países, seguida de dos nuevas propuestas en el 70 y 71. En el año 72 se hizo un intento de reglamento cuyo objetivo era favorecer una organización capaz de agrupar a la producción agraria mediante normas y acciones comunes, y válido para toda la Comunidad. Este reglamento que en principio tuvo un consenso general, planteó luego una serie de divergencias de situaciones e intereses de los Estados Miembros, que finalmente impidieron su adopción.

Finalmente, en el año 1978, y vista ya la imposibilidad de alcanzar una normativa uniforme para todos los países de la Comunidad, se presentó una nueva propuesta de reglamento limitada territorialmente a Italia y aplicable sucesivamente a otras regiones europeas, que finalmente se tradujo en el Reglamento 1360/78 relativo a las agrupaciones de productores y sus uniones. Este reglamento se aplica exclusivamente a todo el territorio italiano, a ciertas regiones francesas meridionales y de ultramar y a todo el territorio

belga. Los beneficios de este reglamento se extendieron a todo el territorio helénico como una de las condiciones del acta de incorporación de Grecia a la Comunidad, y análogamente ha ocurrido con la adhesión de España.

El citado reglamento excluye de su ámbito de aplicación al sector hortofrutícola para el que sigue vigente el Reglamento 1035/72 que es el que regula todo el mercado hortofrutícola y dentro de él se incluye la reglamentación comunitaria sobre agrupaciones de productores del sector.

Como características generales del Reglamento 1360/78 sobre agrupaciones de productores, cabe señalar, que se constituyen al objeto de adaptar en común la producción y la oferta de sus miembros a las exigencias del mercado.

Están integradas por productores individuales o bien por productores individuales y organizaciones que a su vez agrupen únicamente a productores agrarios. Se entiende por productor agrario, al titular de una empresa agraria productora de productos agrícolas o ganaderos, o que siendo productor de dichos productos de base, produce igualmente transformados de los mismos en ciertos casos.

Las uniones están integradas exclusivamente por agrupaciones reconocidas o calificadas y sus propósitos y objetivos son los mismos que los de las agrupaciones pero a un nivel mayor.

Se establece que toda agrupación o unión debe determinar y aplicar normas comunes de producción y comercialización e incluir en sus estatutos la obligación para sus socios de comercializar la totalidad de su producción a través de la agrupación o unión.

A diferencia de las agrupaciones que pueden reconocerse en base al reglamento sectorial hortofrutícola, las agrupaciones calificadas en base al Reglamento 1360/78 deben satisfacer unas exigencias mínimas en cuanto a número de socios y volumen de producción o cifra de negocio.

Este reglamento responde ya a la filosofía de fomentar las agrupaciones de agricultores, al objeto de su intervención en el proceso económico, mediante las oportunas disciplinas de producción y comercialización y de esta manera procurar el cumplimiento del artículo 39 del Tratado de Roma en cuanto a la renta individual de los que trabajan en el sector y procurar la estabilidad de los mercados.

Como manifestación evidente del protagonismo que atribuye la Comunidad a las agrupaciones de productores reconocidas conforme a las normas comunitarias, cabe destacar, que solo a dichas agrupaciones y a sus uniones, se les concede las funciones de intervención en el mercado y en la producción, previstas en los Reglamentos Comunitarios sectoriales, lo cual convierte a las agrupaciones en un instrumento de la Política Agrícola Común.

Las facultades que se conceden pues a las agrupaciones de productores son de gran importancia, y tanto más cuanto que lo que entrañan es exceptuar a las agrupaciones de la aplicación del artículo 85 del Tratado de Roma, que condena ciertas prácticas restrictivas de la competencia como son entre otras, la fijación de precios, la limitación de la producción o el reparto de los mercados o zonas de aprovisionamiento.



Como ya hemos dicho, el sector hortofrutícola está excluido de la Reglamentación general de las asociaciones. Un importante avance en el protagonismo de las agrupaciones, lo constituye el Reglamento 1035/72 y sus posteriores modificaciones por el que se establece la Organización Común de Mercados (O.C.M.) para el sector de frutas y hortalizas frescas. El título segundo del citado Reglamento está dedicado íntegramente a las agrupaciones de productores, que quedaban excluidas del Reglamento 1360.

Las agrupaciones definidas en este Reglamento hortofrutícola son esencialmente iguales a las contenidas en el reglamento genérico, deben estar constituidas por productores agrarios, pero además de poner a disposición de sus miembros los medios técnicos adecuados para el acondicionamiento y comercialización de sus productos deben tener como objetivo principal, la concentración de la oferta y la regulación de los precios en la fase de producción. Y es aquí donde ya aparece el papel que la Comunidad otorga a las agrupaciones de productores, de ser instrumentos de la Política Agrícola Común, y en base a ello otorgarles la responsabilidad de ordenación del Mercado, al menos en la primera fase de la comercialización que es el origen.

Las agrupaciones de productores reconocidas, podrán fijar un precio de retirada por debajo del cual no pondrán a la venta los productos entregados por sus asociados. Para determinados productos, que fija el Reglamento hortofrutícola, conceden a sus productores asociados una indemnización por las cantidades de productos que queden sin vender. Podrán decidir reglas de comercialización tendentes a limitar el volumen de la oferta no poniendo a la venta determinadas calidades y calibres. Crearán un fondo de intervención o compensación interna y podrán efectuar retiradas preventivas durante los primeros meses de campaña. Podrán solicitar del Estado Miembro lo que se denomina

"extensión de la regla" y que consiste en que cuando una organización de productores, considerada representativa en una determinada circunscripción económica, adopte medidas para el conocimiento de la producción, para la mejora de la calidad, para la adaptación del volumen de la oferta a las exigencias del mercado o para la retirada de los productos del mercado, los Estados Miembros podrán extender la obligatoriedad de dichas normas al resto de los productores no integrados en la organización en cuestión. A los efectos anteriores se entiende por "circunscripción económica" una región compuesta por zonas de producción limítrofes o vecinas en las que las condiciones de producción y comercialización sean homogéneas.

La modificación anterior ha sido complementada por el Reglamento 3285/83, según el cual, para considerar representativa a una organización de productores en una determinada circunscripción económica debe agrupar, hasta el 1 de junio de 1987, a más del 50 % de los productores de la circunscripción y al mismo tiempo a más del 50 % de la producción. A partir de esta fecha, el 50 % se elevará a los dos tercios.

Dentro de la Comunidad Económica Europea, las cooperativas agrarias intensifican el intercambio de experiencias y se unen para la defensa de sus mutuos intereses. Con esta finalidad surgió en 1959 el Comité General de la Cooperación Agrícola (COGECA) con su sede central en Bruselas, y que se fundó por las asociaciones centrales cooperativas de los seis Estados Miembros fundadores del Mercado Común.

Sus funciones son: a) representar los intereses generales y específicos de las cooperativas ante la CEE y otros organismos, b) realizar estudios jurídicos, económicos, financieros y sociales, c) promover relaciones entre las cooperativas y d) representar el cooperativismo en el Comité de Organizaciones Profesionales (COPA).

El COGECA tiene la tarea esencial de influir en las políticas, medidas o iniciativas elaboradas por las autoridades de las Comunidades Europeas, y que estén relacionadas de una u otra forma, con el sector cooperativo.

#### 5. LAS ASOCIACIONES DE PRODUCTORES AGRARIOS (APA), LÍDERES DEL MERCADO EUROPEO

Toda la reglamentación comunitaria tendente a potenciar el asociacionismo agrario en el sector de la producción y comercialización, ha provocado que en la actualidad, las APAS o las agrupaciones de APAS tengan una importancia fundamental en los mercados de gran parte de los productos agrarios, destacando sobre todo en frutas y hortalizas, debido a las importantes partidas económicas que la CEE dedica a este tipo de agrupaciones. Por países es necesario destacar la gran cantidad de APAS que funcionan en países como Francia, Italia y Holanda, donde el cooperativismo agrario tradicional ha servido como embrión para la transformación de estas cooperativas en asociaciones de productores agrarios.

Cuadro 2. Porcentaje de participación en el mercado de las APAS europeas.

País	Producto	Cuota de mercado nacional
Francia	Frutas	53 %
	Hortalizas	60 %
	Manzanas	60 %
	Peras	50 %
	Pepinos	60 %
	Coliflores	60 %
Italia	Frutas	60 %
	Cítricos	65 %
	Manzanas	76 %
	Peras	52 %
	Tomates	74 %
Bélgica	Frutas	55 %
	Hortalizas	55 %
	Manzanas	47 %
	Pepinos	70 %
	Tomates	87 %
	Coliflores	75 %
Holanda	Manzanas	78 %
	Peras	85 %
	Pepinos	80 %
	Tomates	98 %
	Coliflores	97 %
	Fresas	80 %
	Flores	90 %

Cuadro 3. APAS sector frutas y hortalizas.

País	Cantidad	Socios
Bélgica	16	17.000
Dinamarca	25	2.519
Alemania	66	128.000
Francia	327	97.000
Grecia	-	-
Irlanda	2	55
Italia	106	218.064
Luxemburgo	1	14
Holanda	44	22.000
Inglaterra	47	977
España	117	36.690
Portugal	-	-



En el sector de frutas y hortalizas destaca Italia por el número de asociados y el volumen de comercialización. La estructura de APAS en el país trasalpino tienen un carácter claramente dirigido a la concentración de asociaciones en grandes agrupaciones de APAS por zonas de producción. En la actualidad, Italia cuenta con un total de 106 agrupaciones de productores agrarios de frutas y hortalizas, que agrupan a más de 218.000 socios y comercializan un total de más de 8,5 millones de toneladas de productos, destacando la línea de cítricos con más de la mitad del total. La gran estructura comercial de estas "asociazioni" repartidas por toda Italia, permite su presencia en el mercado con cotas que alcanzan en el caso

de las frutas el 60 % de la comercialización total y en cítricos más del 65 %. En peras llegan al 52 %, en manzanas al 76 % y en tomates, tanto frescos como transformados, alcanzan una cuota del mercado superior al 74 %.

En Francia por su parte las agrupaciones de productores agrarios alcanzaron un desarrollo espectacular sobre todo en los años 70, donde prácticamente todos los sectores agrarios disponían de un buen número de APAS, aunque posteriormente se han ido estabilizando y al igual que en Italia se tiende hacia un proceso de concentración. En la actualidad existen un total de 1.336 agrupaciones de productores o "groupements", destacando por sectores las APAS del sector ganadero y las hortofrutícolas.

En este último apartado existen un total de 327 APAS con cerca de 97.000 socios que dominan el 60 % de la comercialización de hortalizas y el 53 % de la cuota de mercado de frutas. Por productos concretos, en peras las APAS francesas comercializan el 50 %, en manzanas el 60 %, en pepinos el 60 %, al igual que en coliflores.

En otros sectores de la producción agraria, como es el caso de la ganadería, incluido el lácteo, existen 585 agrupaciones con importantes cuotas de mercado en la comercialización directa de los productos. En avicultura están reconocidas 182 agrupaciones de productores, en viticultura 154 y en las llamadas producciones especiales, que incluyen la miel, el algodón, el tabaco, - el aceite de oliva o la horticultura, existen un total de 70 APAS.

Pero si en Francia e Italia, las APAS juegan un papel fundamental en el control del mercado, en Holanda, un país donde prácticamente toda la agricultura tiene una estructura cooperativa, es donde el desarrollo de las agrupa-

ciones de productores agrarios ha alcanzado un mayor nivel de participación de los agricultores, y donde resulta difícil encontrar productores que no pertenezcan a una APA, o, en términos holandeses, a un "veilling".

Por sus especiales características, vamos a describir que es un "veilling" y como funciona.

Los "veilling" son cooperativas de productores de frutas y/o hortalizas que practican la venta de sus productos por subasta con reloj. Este sistema de venta no es posible más que por la concentración de la oferta y la demanda. La dependencia del sector hortícola holandés de la exportación ha forzado a los "veilling" a responder a las necesidades del comercio "concentrado" con una fuerte concentración de la oferta y con la aplicación de cierto número de medidas de marketing. Gracias a esta política, la posición comercial de los "veilling" permanece fuerte cara a los compradores más importantes.

Sus principales características son:

- La obligación estatutaria para todos los miembros (productores) de vender toda su producción por intermedio del "veilling". El acondicionamiento es hecho por el productor en su explotación, debiendo utilizar el embalaje del "veilling".

- A la llegada al "veilling" el acondicionamiento, es controlado por los contraladores del "veilling", que a su vez son supervisados por los inspectores oficiales (represión de fraudes).

- Los productos de "masa" (tomates, pepinos, lechugas, pimientos, etc.) son reagrupados en "bloques", lotes uniformes en calidad, calibre, color y embalaje. Los pequeños productos (por ejemplo el perejil) se venden en lotes individuales.

La venta con subasta practicada por los "veiling" holandeses facilita la compra en pocos minutos de cantidades muy grandes de productos, uniformes en calidad, calibre, color y embalaje lo que es importante para servir a los mayoristas de los Países Bajos y sobre todo del extranjero.

Se constata en Europa una concentración de la demanda en el Noroeste, seguido gradualmente por el Sur (Grandes Almacenes, Cadenas, Sucursales, Etc.). Este comercio concentrado tiene necesidad de grandes lotes uniformes en calidad, calibre, color y presentación y pide también un servicio calificado.

La concentración de la demanda ha provocado la concentración de la oferta en los Países Bajos por 2 sistemas:

- La fusión de los "veiling" (concentración geográfica):

<u>Año</u>	<u>Nº</u>	<u>Cifra negocios</u>
1946	146	307 millones florines
1983	44	2.750 millones florines

- Una concentración en el tiempo de la oferta, por la fijación de horas uniformes de venta por producto. Así, por ejemplo, en tomates, todos los "veilling" miembros del Bureau Central (que cubre el 100 % de la producción nacional de tomates) deben comenzar su venta de tomates a las 10 en punto, la de pepinos a las 10,30, etc.

Las ventajas de la concentración de la oferta son:

- Hace la oferta accesible o más mayoristas compradores
- Amplía la gama de productos que ofrece un "veilling".
- Mejora la formación del precio.
- Estabiliza los gastos de explotación de "veilling" (2 a 3 %) para los grandes "veilling" de hortalizas de invernadero, 5 a 6 % para las frutas.

La concentración de la oferta no es suficiente por sí sola, los cuatro instrumentos del marketing (productos, presentación, publicidad y precio) se aplican como sigue:

#### A) Producto

Se trata de estimular una alta calidad de los productos ofrecidos por los "veilling" y de asegurar la correcta aplicación de las normas de calidad.

Se hace control de residuos de pesticidas por ejemplo, y los que sobre pasen los límites fijados por la oficina central se suspende su venta.

La gama de productos ofertados por un "veilling" se amplía por la fusión con otros.

Se sigue una política de introducción de nuevas especies durante el período de experimentación, se le garantiza al agricultor que está encargado de probar un nuevo cultivo una renta.

Los expertos del Bureau Central siguen la venta del producto para conocer las reacciones de la distribución y de los consumidores.

#### B) Presentación

La utilización por todos los miembros del embalaje uniforme por producto es obligatorio, se centraliza la compra de embalajes para asegurar su disponibilidad durante la campaña, su uniformidad y un precio razonable.

#### C) Publicidad

Los gastos de publicidad se elevan anualmente a 12<sub>1</sub> de florines. El servicio de publicidad propone para cada producto importante un programa de publicidad con su presupuesto. El Comité del producto toma la decisión.

#### D) Otros Servicios

Prestan a los compradores numerosos servicios: almacenes y oficinas, - cámaras de frío, paletización, publicación de análisis de mercados, etc.

Las ventajas de los "veilling" son:

A) Para los productores

El "veilling" es un método útil para vender sus productos. No se ocupa de la venta, y está a salvo de los malos pagadores pues el "veilling" paga siempre al productor.

B) Para los compradores

La posición comercial del "veilling" permanece fuerte porque la oferta de los "veilling" está de acuerdo con las necesidades de los compradores.

Los compradores tienen un crédito de 10 días, cuando después de estos 10 días la compra no está pagada, al comprador le está prohibido comprar en ningún "veilling".

Actualmente existen en Holanda 44 "veilling" de frutas y verduras, 14 de flores y plantas y 4 de huevos. Por otra parte, están constituidas 33 grandes agrupaciones de productores de leche y productos lácteos, dos de ganado, carnes y productos cárnicos, una de productores de patatas y una de productores de azúcar. Las cuotas de comercialización en el mercado varían según los sectores. en huevos el volumen es del 25 %, en frutas y hortalizas el 84 %, en flores el 90 %, en patata de siembra el 45 % y en patata de consumo el 30 %. En las 44 APAS del sector hortofrutícola están agrupados 22.000 productores, lo que representa un porcentaje bastante elevado sobre el total de la población agraria activa dedicada este sector. Por productos concretos, los "veill

ling" comercializan el 78 % de manzanas, el 85 % de peras, el 98 % de pepinos, el 100 % de tomates, el 97 % de coliflores ó el 80 % de las fresas, por poner algunos ejemplos.

En el resto de la Europa comunitaria, el desarrollo de las APAS es muy variable y está directamente relacionado con la importancia que para la economía nacional tienen la agricultura. En el sector de frutas y hortalizas que es tal vez el más importante por el número de APAS en los distintos países, - destacan, al margen de los citados anteriormente, Bélgica con 16 asociaciones y 17.000 miembros; Dinamarca con 25 asociaciones y 2.500 socios; Alemania con 66 APAS y 128.000 miembros; Irlanda con 2 agrupaciones y tan sólo 55 socios; - Luxemburgo con una asociación y 14 miembros e Inglaterra con 47 APAS y casi 1.000 socios. Grecia tiene un nivel de asociacionismo prácticamente inexistente y al igual que Portugal, carecen de estructuras suficientemente fuertes para poder establecer agrupaciones de productores agrarios, capaces de competir con garantías en la comercialización de sus productos en el mercado.





\*006349\*