

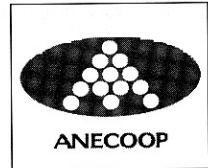


CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y  
Cooperativa, nº 19 extraordinario, octubre 1995, pp. 79-100

## Cooperativas Agrarias: ANECOOP S. Coop.

CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa  
ISSN: 0213-8093. © 1995 CIRIEC-España  
[www.ciriec.es](http://www.ciriec.es)    [www.uv.es/feciriec](http://www.uv.es/feciriec)

# **ANECOOP S. COOP.**



<b>NOMBRE DE LA EMPRESA :</b>	<b>ANECOOP S. COOP.</b>
<b>SECTOR ECONÓMICO :</b>	<b>AGRICULTURA (SERVICIOS)</b>
<b>ACTIVIDAD QUE DESARROLLA :</b>	<b>COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DEL CAMPO</b>
<b>FECHA DE CREACIÓN :</b>	<b>25 DE JUNIO DE 1977</b>
<b>DOMICILIO SOCIAL :</b>	<b>MONFORTE, 1-ENTLO 46010 VALENCIA</b>
<b>EMPLEADOS :</b>	<b>76</b>
<b>SOCIOS :</b>	<b>134 ENTIDADES Y 75.000 SOCIOS DE BASE</b>
<b>FACTURACIÓN AÑO 1993 /94:</b>	<b>32.002 MILLONES</b>
<b>EXPORTACIÓN :</b>	<b>91,12 %</b>

## 1.- Antecedentes

El 25 de junio de 1977 se constituye en Valencia la "SOCIEDAD COOPERATIVA DE EXPORTACIÓN DE FRUTOS CÍTRICOS - ANECOOP", cooperativa calificada como agrícola, fue aprobada por Orden del Ministerio de Trabajo de 8 de julio de 1977 e inscrita en el Registro General de Cooperativas de dicho Ministerio con el n° 22.949

Posteriormente y con la denominación actual de "ANECOOP S. COOP." adapta sus Estatutos a los principios y disposiciones de la Ley 3/1987, de 2 de abril, General de Cooperativas.

Anteriormente, desde finales de septiembre de 1975 y con el nombre de "AGRUPACIÓN NACIONAL DE EXPORTACIÓN DE COOPERATIVAS CITRÍCOLAS" (ANECOOP-CITRÍCOLA) y bajo la personalidad jurídica de la Unión Nacional de Cooperativas del Campo, funcionó el precedente de la actual Anecoop S. Coop.

Tres son los objetivos que movieron a los fundadores de la Entidad primitiva a su creación:

- Concentrar, progresivamente, la oferta de las cooperativas.
- Diversificar dicha oferta, tanto en variedades como en periodo de comercialización, estacionalizada como consecuencia de los condicionantes marcados por los entornos locales o comárcales de las cooperativas de primer grado.
- Como consecuencia de los anteriores objetivos, poder ser, en mejores condiciones negociadoras, interlocutores validos de la gran distribución (que ya, por aquellas fechas, había adquirido su protagonismo en la distribución agroalimentaria del Centro y el Norte de Europa, y se encontraba en constante expansión), así como de los, entonces, compradores estatales de los Países del Este.

La actual Anecoop S. Coop. se crea por cooperativas citrícolas y con vocación exportadora de cítricos. Efectivamente, durante el primer ejercicio se comercializa solo con destino a Alemania R.F. y D.D.R y a Checoslovaquia, y las diferentes variedades de cítricos son los únicos productos objetos de actividad.

No obstante, desde su creación la Entidad se prepara para ser mas plural. Desde el principio el ámbito geográfico es el de todo el territorio español y muy pronto demostrara, también, su voluntad diversificadora en productos, iniciando muy pronto la comercialización de hortalizas, a continuación de otras frutas no cítricas y posteriormente, vinos.

Si en un principio la actividad comercial se había centrado, exclusivamente, en la exportación, a partir de 1989, en la medida en que la normalización y estructuración del mercado español van creciendo, se inicia la actividad en el mercado español.

La evolución de Anecoop puede observarse con mayor detalle en el (cuadros ns. 1 y 2), el resumen del mismo nos da unos inicios en el ejercicio 1975-76 de algo mas de 13.000 Tm. de comercialización y 200 millones de Pts. de facturación al ejercicio 1993-94 con las cerca de 400.000 Tm. de productos comercializados y algo mas de los 32.000 millones de Pts. de cifra de facturación.

Desde el punto de vista social (cuadro nº 2), la evolución ha sido desde 31 entidades cooperativas que la constituyeron en sus inicios, hasta las 134 entidades asociativas que son socios en la actualidad.

### CUADRO N° 1

#### VOLÚMENES COMERCIALIZADOS POR ANECOOP S. COOP. GRUPOS DE PRODUCTOS / CAMPANAS (Tm.)

EJERCICIO	CÍTRICOS	HORTALIZ	FRUTAS	VINOS	TOTALES
1975-76	13 658	0	0	0	13 658
1976-77	22 882	139	0	0	23 021
1977-78	27 283	204	828	0	28 315
1978-79	29 910	793	2 265	0	32 968
1979-80	47 789	1 151	5 742	0	54 682
1980-81	50 276	3 798	7 077	0	61 151
1981 -82	74 123	4 739	4 876	45	83 783
1982-83	87 890	9 990	11 610	0	109 490
1983-84	116 185	15 071	13 584	0	144 840
1984-85	96 106	23 808	17 374	0	137 288
1985-86	130 403	33 380	16 318	105	180 206
1986-87	152 983	30 165	26 024	301	209 473
1987-88	184 732	29 170	26 430	773	241 105
1988-89	174 609	27 345	22 752	1 609	226.315
1989-90	161 519	20 219	14 706	4 998	201 442
1990-91	172 276	22 692	32 930	23 754	251 652
1991 -92	173 774	29 054	44 028	31 202	278 058
1992-93	237 461	39 296	58 039	37 603	372 399
1993-94	245 628	44 985	76 194	22 923	389 730



## CUADRO N° 2 EVOLUCIÓN DE NUMERO DE SOCIOS Y CIFRA DE NEGOCIO

EJERCIC	N°SOC	VOL. NEG.	EJERCIC	N°SOC	VOL. NEG.	EJERCIC.	N°SOC.	VOL. NEG.
1975-76	31	202	1982-83	75	5,233	1989-90	129	12.756
1976-77	34	400	1983-84	85	6.991	1990-91	130	17.235
1977-78	43	732	1984-85	96	7.480	1991-92	131	19.822
1978-79	51	840	1985-86	109	10.738	1992-93	132	24.856
1979-80	57	1.529	1986-87	112	12.693	1993-94	134	32.002
1980-81	65	1.983	1987-88	121	13.559	1994-95	--	
1981 -82	71	3.084	1988-89	128	14.127	1995-96	--	

Siendo el ámbito territorial, tal como indicado anteriormente, todo el territorio español, progresivamente se van asociando cooperativas de las diferentes Comunidades Autónomas. En la actualidad los 134 socios provienen de 9 Comunidades Autónomas y 17 Provincias. Siendo de destacar que entre los socios existen varias cooperativas de 2° grado, dos de ellas de carácter provincial y una interprovincial, calificadas como O.P.C.H..

## 2.-Bases de funcionamiento

### A.- SOCIALES:

- Anecoop S. Coop. es una cooperativa de segundo grado regulada por la Ley General de Cooperativas del Estado Español.
- La Asamblea General esta constituida por un representante de cada una de las cooperativas socios, elegido por la Asamblea General de la cooperativa de base.

El voto en la Asamblea General, de acuerdo con las previsiones legales, se estableció múltiple; primero para decisiones puramente económicas y a partir de 1988, con carácter general. El voto múltiple se establece en proporción a la relación de la actividad cooperativizada entre los socios y Anecoop, durante los dos ejercicios mas recientes, afectada por dos coeficientes, uno de participación y otro de relación histórica. El voto múltiple en poder de un socio se limita estatutariamente a un máximo del 10 % del total de los votos posibles, en cada caso.

## **B.- ECONÓMICAS:**

- Previamente al inicio de cada campaña comercial, los socios comprometen las cantidades a comercializar a través de Anecoop. Estas cantidades son proporcionales para las diferentes variedades de cada socio y se programa su entrega paralelamente a la evolución de la recolección en cada zona.
- La comercialización se efectúa por cuenta del socio, el producto que se obtiene, salvo las retenciones que se indican a continuación, se liquida a las cooperativas. A pesar de ello se establece, con carácter particular y de acuerdo con los socios interesados, un sistema de liquidaciones conjuntas, durante los periodos que se fijan previamente, por el que los productos de la misma calidad durante un mismo periodo perciben idénticos precios netos, independientemente del destino fijado para su comercialización. Los productos adicionales de la comercialización se distribuyen a los socios en la medida en que han utilizado los servicios que han provocado estos productos.
- Se garantiza el pago de los impagados por razones no imputables a la mercancía. En caso de producirse algún percance el pago del mismo se imputa, en primer lugar sobre el fondo estatutario creado, si este no fuera suficiente, sobre el fondo especial de insolvencias y en último lugar, en su caso, se distribuye entre los socios en proporción al volumen económico percibido en el ejercicio en que se ha producido el impago. Esto es como consecuencia de la aplicación de el principio de solidaridad entre los socios.
- La Asamblea General recibe la notificación de la auditoria anual de cuentas y aprueba, en su caso, el balance presentado por el Consejo Rector.
- Como complemento del funcionamiento económico de Anecoop, desde enero de 1984 funciona una Sección de Crédito, asociada a la Caja Rural Valencia, cuya finalidad principal es la de facilitar pagos anticipados a la mercancía entregada, y secundaria, la de rentabilizar puntas de tesorería.
- El compromiso de aportación real promedia de los socios se sitúa entre un 40-45 % en los últimos años; el mínimo estatutario establecido es el 15 %. Unos 25 socios aportan el 100 % de su potencial de comercialización.

## **C.- ORGANIZATIVAS:**

Aparte de los Órganos de Gobierno, y dependiendo directamente del Consejo Rector, existe un Equipo Ejecutivo, que bajo la coordinación y responsabilidad del Director General, ejecuta, dentro de las líneas generales esbozadas por los Órganos de Gobierno, todo tipo de acciones y decisiones que constantemente son necesarias para el desarrollo normal de la "empresa" y el mejor cumplimiento de sus fines.

Desde el punto de vista de equipo directivo, ejecutivo y auxiliar, a nivel español, los recursos humanos a fecha 31 de mayo de 1.995 eran de 76 personas, con los siguientes niveles de cualificación académica (cuadro n° 3).

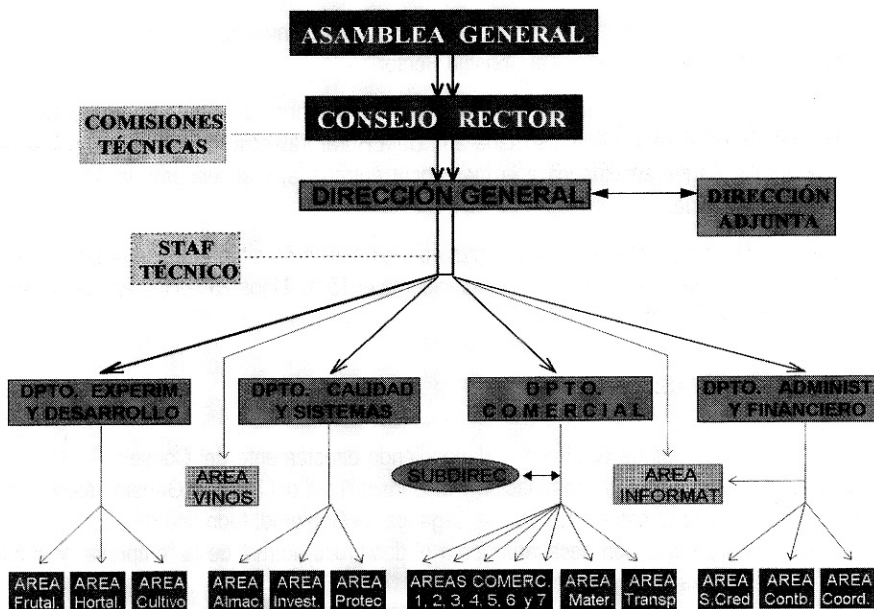
**CUADRO N° 3  
CUALIFICACIÓN ACADÉMICA DEL EQUIPO HUMANO**

	TITULADOS SUPERIORES	TITULADOS MEDIOS	C.O.U. Y SIMILARES	FORMACIÓN PROFESIÓN	B.U.P.Y SIMILARES	TOTAL
N° PERSONAS	24	11	21	11	9	76

Desde el punto de vista de política de personal, las necesidades se cubren dando opción prioritaria a las personas provenientes, profesionalmente, del cooperativismo de base y en su caso con preferencia sobre socios o hijos de socios de las cooperativas de base. No obstante priva la preparación y posibilidades de desarrollo en los momentos de la selección.

El organigrama funcional (cuadro n° 4) resumido de Anecoop, en estos momentos es:

**CUADRO N° 4  
ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE ANECOOP S. COOP.**



### 3.-Historia de la realidad actual

- **Septiembre de 1975:** La Asamblea General del Grupo de Exportación "Cooperativas" acuerda crear la Agrupación Nacional de Exportación de Cooperativas Citricolas (ANECOOP-Citricola) con personalidad jurídica dependiente de la Unión Nacional de Cooperativas del Campo (UNACO). Las actividades se inician en los locales de la Cooperativa Agrícola San Luis Bertran de Torrent (Valencia).
- **8 de julio de 1977:** Son aprobados por la Dirección General de Cooperativas del Ministerio de Trabajo los Estatutos de la Sociedad Cooperativa de Exportación de Frutos Cítricos (ANECOOP S. Coop.).
- **Ejercicio 1978-79:** Se constituye nuestra primera empresa filial, ANECOOP-FRANCE, que inicia, de inmediato, la actividad importadora, comercializando en esa primera campaña 5.200 Tm.
- **Ejercicio 1980-81:** Adquisición del primer valor inmueble por Anecoop: unos almacenes ubicados en el mercado de Saint Charles de Perpignan (Francia), de 2.100 m2 de superficie con capacidad de 500 m3. de cámaras frigoríficas, para ser utilizados como centro de recepción y distribución, por nuestra filial francesa.
- **Ejercicio 1981-82:** Organizadas por Anecoop, se celebran en Denia las "I Jornadas de comercialización y Desarrollo de la Empresa Cooperativa Agraria.
- **Ejercicio 1982-83:** Adquisición de las actuales oficinas centrales en Valencia, cuya ocupación se realiza a partir de octubre de 1983.
- **Ejercicio 1983-84:**
  - A principios de enero de 1984 inicia su actividad la Sección de Crédito de Anecoop S. Coop.
  - Se crea el "Departamento de Cultivos", precursor del actual "Departamento de Experimentación y Desarrollo", con la finalidad de promocionar nuevos cultivos y coordinar experiencias de campo en diversas cooperativas.
- **Ejercicio 1984-85:**
  - Compra de almacenes ubicados en el Termino Municipal de Algemés (donde actualmente se encuentran las instalaciones de AGRICONSA), con una superficie total de 15.000 m2. de superficie, de los que 9.500 estaban construidos y con capacidad de 3.250 m3. de desverdización o conservación frigorífica.
  - Constitución de la sociedad auxiliar UNADAL FRUITS" en Francia. Actualmente esta empresa ha cambiado de objetivos y nombre, denominándose "International Fruits Service".

- Participación, de un 10 %, en la sociedad inglesa FESA U.K. Ltd., para la comercialización de nuestros productos en el Reino Unido. En la actualidad nuestra participación es del 25 %.
- Constitución de la Sociedad "ANECOOP GmbH" en Alemania R.F., con fines comerciales y de representación. Posteriormente la empresa cambio de nombre, llamándose "Spanco GmbH" que ha sido disuelta recientemente (31.12.94), por ser absorbidos los objetivos por otras sociedades.
- **Ejercicio 1985-86:** Se crea la Sección de Vinos iniciándose, de forma exclusiva, la exportación conjunta de vinos de las primeras seis cooperativas que se asocian.
- **Ejercicio 1987-88:**
  - Creación del Departamento Técnico Post-cosecha actualmente evolucionado al "Departamento de Calidad y Sistemas".
  - Adquisición de 30.000 m2. de terrenos junto a las instalaciones de Algemesi.
  - Presentación del "Estudio de Viabilidad" de la Industria Agroalimentaria.
  - Creación de la empresa "ANECOOP TRÁNSITOS S.A.", participada al 60 % por Anecoop S. Coop., con objetivos de gestión de tránsitos y desduanamientos.
  - Primera ampliación de las oficinas centrales hasta 1.050 m2.
- **Ejercicio 1989-90:**
  - Constitución de la empresa "FRUCHTPARTNER GmbH", con sede en Manheim (Alemania) y participación del 74 % por parte de Anecoop. Posteriormente se haría una cesión del 20 % a dos grupos cooperativos italianos.
  - Ampliación de los terrenos en Algemesi con la compra de 15.000 m2. adicionales.
  - Organización de las "II Jornadas de Comercialización y Desarrollo de la Empresa Cooperativa Agraria" en Septiembre de 1989 en Alicante.
  - Constitución de la empresa "Agricultura y Conservas S.A." (AGRICONSA) para la fabricación de zumos, conservas y congelados. En la actualidad la participación de Anecoop es del 20 % de su capital social.
  - En colaboración con la Generalitat Valenciana a través de su Conselleria de Agricultura y Pesca, con la Federación de Cooperativas Agrarias de la Comunidad Valenciana (FECOAV) y de la Caja Rural Valencia, se ponen en marcha dos proyectos de experimentación en la producción hortofrutícola:
- **Ejercicio 1990-91:**
  - Puesta en marcha de la Sección de Mercado Interior.
  - Creación del "Departamento de Producción y Desarrollo".
  - Realización de un "audit" interno-externo como base de un Plan de Marketing a medio y largo plazo.
- **Ejercicio 1991-92:**
  - Creación de la firma alemana I.F.T.A. (International Fruit Trading of Anecoop), participada

al 90 % por ANECOOP S. Coop., en Berlín, para atender el desarrollo de las nuevas estructuras comerciales de los Países del Este.

- Puesta en funcionamiento de las oficinas de ANEC-SUR en Almería.
- Diseño del Plan Estratégico "A N E C O O P - 93"

#### **- Ejercicio 1992-93:**

- Creación de la empresa "MERCATO GmbH" en Sinsheim (Alemania), participada en el 64 % por Anecoop S. Coop., con el objeto de intervenir directamente en la distribución a los puntos de venta concertados.
- Reestructuración del anterior Servicio de Coordinación de Confección, ampliando sus funciones y medios transformándose en el Departamento de Calidad y Sistemas.
- Última ampliación de las oficinas centrales, hasta una superficie total de 1.350 m<sup>2</sup>.

#### **- Ejercicio 1.993-94:**

- En noviembre de 1993 entra en servicio la oficina de Sevilla para atender las producciones de los socios de Sevilla y Huelva y otras producciones de Cádiz.
- En marzo de 1994 entra en servicio la oficina de Murcia para atender las producciones de los socios de la Comunidad de Murcia y del Sur de la Provincia de Alicante.
- Apertura de oficinas de representación en Poznan, Praga, Helsinki y Basilea para mejorar la atención de nuestros intereses y el servicio a nuestros clientes de Polonia; Chequia, Eslovaquia y Hungría; Finlandia y Suiza.
- Diseño del Plan Estratégico "A N E C O O P-95".

#### **- Ejercicio 1994-95:**

- Nuevo diseño para el funcionamiento de la filial francesa I.F.S. que a partir de octubre inicia sus actividades de comercialización y servicios logísticos con dedicación inicial al mercado austríaco y con proyectos de expansión hacia el mercado suizo y de otros países.
- Constitución de la empresa "PLATAFORMA" (50 % de Anecoop) para la distribución de productos en España y empaquetado diferenciado del P.I. (Producto Controlado).

## **4.-Nuestros objetivos**

### **A.- Concentración y diversificación de la oferta:**

Son los objetivos iniciales en la creación de ANECOOP en 1975. Las cooperativas, conscientes de sus limitaciones (a nivel de cantidad y diversidad) que están condicionadas por su ubicación

y limitación geográfica de influencia, crean ANECOOP para romper estas limitaciones, deseando conseguir, mediante esta nueva sociedad

- un calendario mas amplio en la oferta de cada producto,
- una gama de productos a ofertar mucho mas completa, y
- mayores cantidades de productos.

### **Concentración:**

En la actualidad y desde hace seis ejercicios, Anecoop es la primera empresa española de comercialización de frutas y hortalizas y una de las mayores realidades cuantitativas, por cantidad y variedad de productos, en la comercialización de productos frescos de toda la U.E.

Ciertamente su comercialización no alcanza a la totalidad de la producción de sus socios, pero esta va progresivamente aumentando y cada vez son mas los socios que confían la totalidad de sus producciones a ANECOOP. El limite de sus posibilidades se encuentra en el de su misma capacidad de control y eficacia y en esta dirección se encaminan sus esfuerzos para ampliar sus posibilidades y aumentar su capacidad de concentración.

El cuadro n° 6 nos indica, a nivel de producto comercializado en mercado, las diferentes agrupaciones de cooperativas por índices de entrega durante el ejercicio pasado 1993/94.

Las cifras que no se refieren a la totalidad, por falta de algunos datos, si que abarcan una muestra suficientemente representativa (85 % de los socios productores de frutas y hortalizas y 95 % de aportación total).

Para el ejercicio actual que se cierra el próximo 30 de septiembre de 1995 han aumentado en 5 el numero de entidades con compromiso de exclusividad de entrega de producto comercializable en fresco.

### **CUADRO N° 5 NIVELES DE APORTACION DE PRODUCTO POR GRUPOS DE SOCIOS**

GRUPO POR % ENTIDADES	NUMERO	PRODUCCION COMERCIAL TOTAL DE LAS ENTIDADES	PRODUCCIÓN COMERCIAL ENTREGADA A ANECOOP	% MEDIO
100	24	95.768 Tm.	95.768 Tm.	100,00
75-100	11	40.807 Tm.	33.144 Tm.	81,23
50-75	14	76.988 Tm.	47.031 Tm.	61,10
25-50	29	249.821 Tm.	92.762 Tm.	37,15
15-25	18	219.425 Tm.	38.856 Tm.	17,75
< 15	11	96.802 Tm.	10.032 Tm.	10,40

Por otra parte, desde Anecoop y en colaboración con la Federación de Cooperativas Agrarias Valenciana y con la Confederación Española de Cooperativas Agrarias se esta llevando a la practica un programa de concentración de estructuras locales y comarcales tendentes a la creación de "consorcios cooperativos comarcales" como paso intermedio a la constitución de cooperativas de segundo grado del mismo ámbito geográfico, que alcancen los siguientes objetivos:

- racionalización y redimensionado de centrales de confección,
- ejecución de planes productivos comarcales de producción,
- centralización de potenciales de adquisición de "inputs" y racionalización de estructuras de distribución de los mismos,
- aumento de los niveles de profesionalización y especialización de sus estructuras,
- concentración de la oferta a través de planteamientos de exclusividad con Anecoop y planificación de puesta en mercado de sus producciones,
- homogeneización de criterios cualitativos y de presentación,
- tratamiento conjunto de liquidaciones a los socios, y
- planteamientos de inversiones acordes con las necesidades del conjunto.

### CUADRO N° 6 PRODUCTOS Y PERIODOS DE COMERCIALIZACIÓN (1.993-94)

PRODUCTOS	CANTIDADES COMERCIALIZADAS	ÉPOCAS DE COMERCIALIZACIÓN
SATSUMAS	35.400 Tm	septiembre a febrero
CLEMENTINAS	49.800 Tm	septiembre a marzo
OTRAS TANGERINAS	5.100 Tm	noviembre a abril
NARANJAS	117.000 Tm	octubre a julio
LIMONES	18.000 Tm	septiembre a agosto
POMELOS	300 Tm	octubre a junio
ALBARICOQUES	10.900 Tm	mayo a junio
CIRUELAS	5.900 Tm	mayo a septiembre
MANZANAS Y PERAS	1.500 Tm	julio amarillo
MELOCOTONES Y NECT.	8.500 Tm	abril a julio
MELONES	2.000 Tm	abril a octubre
NÍSPEROS	2.800 Tm	abril a junio
SANDIAS	32.100 Tm	abril a septiembre
UVAS	5.400 Tm	junio a diciembre
ALCACHOFAS	2.500 Tm	noviembre a junio
APIOS	2.400 Tm	noviembre a mayo
CEBOLLAS	6.300 Tm	abril a septiembre
COLES E HINOJOS	5.300 Tm	octubre a mayo
ESPARRAGOS	1.000 Tm	febrero a junio
LECHUGAS	5.000 Tm	octubre a mayo
PATATAS	2.500 Tm	abril a junio
PEPINOS	6.200 Tm	octubre a abril
PIMIENTOS	10.600 Tm	septiembre a agosto
TOMATES	1.700 Tm	enero a junio
OTROS PRODUCT. FRESCOS	3.000 Tm	septiembre a agosto
VINOS Y MOSTOS	230.000 Hl	septiembre a agosto



Actualmente existen tres consorcios constituidos bajo la fórmula jurídica de “agrupaciones de interés económico” (A.I.E.), en proceso de desarrollar sus objetivos, uno de ellos se encuentra en fase de transformación en cooperativa de segundo grado y otro en fase de estudio de dicha evolución.

### **Diversificación:**

A nivel de calendario se consigue este objetivo extendiendo la zona de producción en el sentido Norte-Sur para las diferentes zonas de producción de los diversos productos. Actualmente se puede afirmar que ANECOOP cubre toda la gama de oferta de producción hortofrutícola española, con los productos mas representativos, y durante la mayor parte de producción del ciclo productivo español.

El cuadro n° 7 (pagina anterior) nos indica, durante la pasada campana, las cifras correspondientes a los productos mas representativos y los calendarios de producción de los mismos.

Como mas adelante veremos existe un esfuerzo constante en poner a disposición de los socios posibilidades de cultivos que puedan representar alternativas a producciones desfasadas por productos que puedan tener una demanda mejor por el mercado: En cualquier caso el objetivo de la diversificación esta marcado por una atención prioritaria al mercado y por un servicio mas completo a la red comercial; en esta dirección se están realizando diversas tentativas, con resultados lentos, para obtener alianzas de suministro, prioritariamente con entidades similares, ubicadas en zonas geográficas de producción complementaria (prioritariamente países de América del Sur).

## **B.- Progresiva creación de una red comercial:**

La creación de una estructura comercial propia también fue uno de los objetivos iniciales; la cobertura del mismo pretende alcanzar la mayor relación directa entre la producción y la distribución con el objeto de acortar circuitos y permitir la traslación mejor y mas rápida de los deseos de la demanda a la producción y de las necesidades de esta a la demanda. ANECOOP se considera como una organización de la producción creada al objeto de dar mejor servicio a la demanda mediante:

- la concentración y diversificación de la oferta,
- la mejora de la presentación y de los servicios logísticos, y
- el establecimiento de circuitos propios y lo mas sencillos posibles,

al objeto de conseguir para la producción:

- un mejor conocimiento del mercado,
- el que los valores añadidos se sumen a los propios de la producción, y
- mejorar, dentro de sus posibilidades, las condiciones de sus socios.

Este objetivo, de la creación de una estructura comercial propia se va consiguiendo de forma escalonada, lo hemos indicado a nivel de datos en el apartado tercero y ahora vamos a detallar la situación actual de la citada estructura:

### **ANECOOP-FRANCE S.A.R.L.:**

Participación de Anecoop S. Coop: 95 % (Capital Social + Reservas: 1.283.000,- FF.)

Objeto social: Venta y distribución de nuestros productos en el mercado francés; adicionalmente puede vender productos de terceros e incluso se negocia el mantenimiento de relaciones comerciales estables con entidades similares a la nuestra.

Estructura humana: 27 personas.

#### Instalaciones:

Oficinas: 440 m2.

Almacenes: 1.620 m2., carga, descarga y pre-paking (en proyecto ampliación).

Instalaciones frigoríficas: 448 m2. x 5 m = 2.240 m3.

Ubicación: Almacenes 46-50, M.I. Saint Charles, Perpignan (France).

#### Otros datos económicos (Ejercicio 1993-94):

Volumen de productos comercializados: 35.000 Tm.

Volumen de negocio: 172.331.679,- FF.

### **FESA U.K. Ltd.:**

Participación de Anecoop S. Coop: 25 % (Capital Social + Reservas: 722.000,- £.)

Objeto social: Venta a los mercados mayoristas y supermercados de Gran Bretaña y recepción, pre-paking, en su caso, y suministro de frutas y hortalizas a los centros de distribución de los supermercados británicos.

Estructura humana: 55 personas.

#### Instalaciones:

Oficinas: 576 m2.

Almacenes: 1.475 m2. a temperatura ambiente + 929 m2. climatizados.

Instalaciones frigoríficas: 1.203 m2 x 6 m = 7.218 m3.

Ubicación: Hawthorn Bank, Spalding Lincs, PE11 1JZ- England

Otros datos económicos (Ejercicio 1993-94):

Volumen de productos comercializados: 43.497,79 Tm.

Volumen de negocio: 23.681.170,- £.

### **FRUCHTPARTNER GmbH:**

Participación de Anecoop S. Coop.: 54% (Capital Social: 100.000,- DM.)

Objeto social: Comercialización prioritaria (un 75 % aproximadamente) de nuestros productos en el Centro y el Sur de Alemania, especialmente.

Estructura humana: 8 personas.

Instalaciones:

Oficinas: 250 m2.

Almacenes: 2.500 m2. (climatizados).

Ubicación: Conjuntamente con Mercato GmbH en Sinsheim (Germany).

Otros datos económicos (Ejercicio 1993/94):

Volumen de productos comercializados: 68.000 Tm.

Volumen de negocio: 94.750.000,- DM.

### **IFTA GmbH (International Fruit Trade of Anecoop):**

Participación de Anecoop S. Coop.: 90 % (Capital Social: 100.000 D.M.)

Objeto social: Seguimiento de desarrollo y promoción en los mercados de Europa del Este, coordinación de las oficinas de Praga y Poznam, venta a clientes directos de Hungría, Chequia, Eslovaquia, Polonia, Lituania y Rusia.

Estructura humana: 3 personas

Instalaciones:

Oficinas: 40 m2.

Ubicación: Milinowski Str., 26, D-1000 Berlín, 37 - Germany

Volumen de negocio Ejercicio 1993-94:

Volumen de productos comercializados: 23.500 Tm.

Volumen de negocio: 14.500.000,- \$ USA

**MERCATO GmbH:**

Participación de Anecoop S. Coop: 64 % (Capital Social: 500.000,- D.M.)

Objeto social: Recepción, "piking", venta y distribución de productos hortofrutícolas y ornamentales a puntos de venta; actuación prioritaria concertada sobre 130 puntos de venta.

Estructura humana: 61 personas.

Instalaciones:

Oficinas: 480 m2.

Almacenes: 5.000 m2. climatizados.

Instalaciones frigoríficas: 200 m2. x 7 m. = 1.400 m3.

Ubicación: Neulandstrasse, 25-A, D-74889 Sinsheim - Germany

Otros datos económicos (Ejercicio 1994/95):

Volumen de productos comercializados: 64.000 Tm.

Volumen de negocio: 114.700.000,- D.M.

**I.F.S. (International Fruits Services):**

Participación de Anecoop S. Coop: 50 % (Capital Social: 1.000.000,- F.F.), el resto del capital es de Anecoop France.

Objeto social: Venta de productos, servicios logísticos y suministros mixtos a clientes con necesidades de mayor personalización en cantidad y/o confección de productos. Su área de actuación prioritaria es Austria y países limítrofes.

Estructura humana: 6 personas.

Instalaciones:

Oficinas: 25 m2.

Almacenes: 300 m2.

**Otros datos económicos: Primer ejercicio en nueva actividad.****AGRICULTURA Y CONSERVAS S.A. ("AGRICONSA"):**

Participación de Anecoop S. Coop: 20 % (Capital Social: 1.150.000.000,- Pts.)

Objeto social: Fabricación de transformados (conservas y zumos) a partir de productos hortofrutícolas frescos (mandarinas, naranjas, alcachofas, melocotones, peras y pimientos).

Estructura humana: 13 Personas en servicio continuo + 650 Personas eventuales.

Instalaciones:

Oficinas: 315 m2.

Almacenes y fabrica: 18.000 m2 + 60.000 m2 de solares.

Instalaciones frigoríficas: 600 m2. x 7 m. = 4.200 m3.

Ubicación: Ctra. Valencia-Jativa, km. 28,5,, 46680-Algemesi - Valencia/España

Otros datos económicos (Ejercicio 1993/94): Volumen de productos transformados: 42.000 Tm. de materia prima. Volumen de negocio: 2.040.000.000,- Pts.

### **SOCIEDADES EN CONSTITUCIÓN:**

Nueva sociedad comercial en Munich (Alemania) de 200.000 D.M. de Capital Social, participación de Anecoop: 70 %.

Sociedad de distribución y empaquetado personalizado para producto P.I. con 25 millones de Capital Social, participación de Anecoop: 50 %.

### **OFICINAS DELEGADAS:**

Sin "status" oficial, pero a nivel de dedicación exclusiva, funcionan oficinas delegadas, a nivel de promotores, en las siguientes ciudades:

Helsinki (Finlandia): Con dedicación exclusiva al mercado finlandés.

Poznan (Polonia): Dedicación principal al mercado polaco y atención secundaria a los mercados de las Repúblicas Bálticas.

Basilea (Suiza): Dedicación principal al mercado suizo y asistencia ocasional al austríaco.

Praga (República Checa): Atención a los mercados checo, eslovaco y húngaro.

Montreal (Canadá): Dedicación principal al mercado canadiense y secundaria a USA.

Esta red comercial que concentra el suministro de aproximadamente un 40 % del total de la comercialización de ANECOOP a través de la misma se complementa con las actuaciones comerciales a través de la Oficina Central de Valencia que suministra directamente a:

- centrales de distribución propias o concertadas de cadenas de filialistas y de supermercados: en un 30 %, aproximadamente, del total de la cifra de negocios.
- mayoristas de mercados tradicionales: 20 %, aproximadamente de la cifra total de negocios.
- agentes importadores con trabajo programado: el restante 10 %.

La coordinación de todos los servicios se encuentra centralizada en las Oficinas de Valencia.

La red comercial de ANECOOP, a nivel de suministros, se completa con una serie de oficinas delegadas en puntos estratégicos de la geografía española que tienen como misión facilitar la relación de los socios y productores de sus zonas de influencia con los planteamientos estratégicos de producción, suministro y comercialización del conjunto de ANECOOP. Estas delegaciones se ubican en:

Andalucía Occidental: Sevilla.  
 Andalucía Oriental: Almería.  
 Sur-Este español: Murcia.

Toda esta red comercial posibilita la distribución de los diferentes productos de Anecoop en los diferentes mercados internacionales que se concreta, para el Ejercicio 1993-94, en el cuadro nº 7.

### CUADRO Nº 7 ACTIVIDAD COMERCIAL DE ANECOOP POR PAISES DESTINO

PAÍS	CÍTRICOS	OTR. FRUT.	HORTALIZ.	TOTALES	% S/. TOT.
ALEMANIA	78.402	17.692	13.524	117.668	30,47
FRANCIA	39.877	11.603	10.134	72.028	18,65
ESPAÑA	9.607	18.625	6.066	34.307	8,88
HOLANDA	17.352	1.697	1.220	20.350	5,27
REINO UNIDO	10.805	2.591	2.973	16.443	4,26
BÉLGICA	11.083	2.210	197	13.540	3,51
FINLANDIA	4.937	1.586	2.815	9.338	2,42
DINAMARCA	3.779	1.657	2.175	7.648	1,98
ITALIA	2.096	4.336	84	7.019	1,82
AUSTRIA	5.989	790	80	6.900	1,79
SUECIA	3.018	836	2.121	5.978	1,55
PORTUGAL	466	956	427	1.849	0,48
<b>TOTAL U.E.</b>	<b>187.411</b>	<b>64.579</b>	<b>41.816</b>	<b>313.068</b>	<b>81,08</b>
SUIZA	6.612	5.877	481	13.124	3,40
NORUEGA	4.129	2.197	657	6.983	1,81
ANDORRA	0	0	0	12	0,00
<b>TOTAL OTROS EU.OCC.</b>	<b>10.741</b>	<b>8.074</b>	<b>1.138</b>	<b>20.119</b>	<b>5,21</b>
CHECO-ESLOVAQUIA	23.748	374	1.450	25.571	6,63
POLONIA	6.982	24	10	7.309	1,89
HUNGRÍA	3.780	218	34	4.032	1,04
OTROS P. ESTE	6.504	54	272	6.838	1,77
<b>TOTAL P.ESTE</b>	<b>41.014</b>	<b>670</b>	<b>1.766</b>	<b>43.750</b>	<b>11,33</b>
CANADÁ	4.607	47	1.008	5.170	1,34
EE. UU.	667	18	9	704	0,18
OTROS	0	0	0	12	0,00
<b>TOTALES</b>	<b>244.440</b>	<b>73.388</b>	<b>45.737</b>	<b>382.823</b>	<b>100</b>

## **C.- Mejora de la profesionalidad. Calidad y fiabilidad de nuestras instalaciones y productos:**

El Departamento de Calidad y Sistemas de Anecoop, creado en 1.993, para fortalecer y mejorar nuestro Servicio de Vigilancia de la Calidad y Homogeneización de Presentaciones, al que absorbió, es el responsable del desarrollo de dicho objetivo, para lo cual actúa en diferentes direcciones:

- 1.- Estudio y mejora de líneas de confección:
- 2.- Propuestas en las ejecuciones de nuevas instalaciones:
- 3.- Formación de los servicios de "control de calidad" de las cooperativas:
- 4.- Creación de un "Servicio de Control de Calidad de Anecoop":
- 5.- Coordinación y vigilancia en el cumplimiento de los "Estándares de Calidad de Anecoop":
- 6.- Control de la situación higiénica de instalaciones y maquinaria de confección:
- 7.- Vigilancia y control de las diferentes medidas a adoptar para aumentar la condición del producto:
- 8.- Introducción de tecnología:
- 9.- Estudio y diseño de envases y empaquetados:
- 10.- Estudios sobre costos de confección:

El Departamento dispone de laboratorio de análisis y cultivos propio con el fin de realizar sus propias experiencias y facilitar el seguimiento de los análisis de las muestras obtenidas en los diferentes almacenes y líneas de confección.

## **D.- Puesta en práctica de alternativas productivas y de mejora en la producción:**

Es el objetivo principal de nuestro Departamento de Experimentación y Desarrollo en colaboración con la Sección de Producción Integrada de la Federación de Cooperativas Agrarias Valencianas (FECOAV).

Nuestro Departamento de Producción y Desarrollo creado al amparo de un Convenio de Colaboración suscrito entre la entonces Conselleria de Agricultura, Pesca y Alimentación (C.A.P.A.) de la Generalitat Valenciana, por una parte y por Caja Rural Valencia, FECOAV y ANECOOP, por otra, y en el además colaboran técnicos de: las Direcciones Generales de Transferencia de Tecnología y de Producción Vegetal, de la Universidad Politécnica de Valencia (U.P.V.) y del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (I.V.I.A.), es el encargado de coordinar todos los trabajos que se incluyen en dicho proyecto dirigidos a:

- Experimentar variedades de frutales de hueso importando material vegetal directamente de los Centros de Investigación y de los obtentores privados, con el fin de obtener una valoración de su aclimatación a nuestras zonas de producción y el "valor comercial" de sus producciones en las mismas.
- Experimentar el comportamiento de nuevas variedades y líneas de hortalizas.
- Experimentar mejoras en los diferentes tipos de cultivo.
- Transferir a los técnicos de las cooperativas, para que estos transmitan a sus socios, todos los resultados provenientes de estas experimentaciones.
- Experimentar la posibilidad de ampliar programas de producción.
- Programar, en su caso, la puesta en practica de los diferentes calendarios.
- Experimentar en el manejo de invernaderos de alta tecnología.
- Programar, vigilar y distribuir los programas de producción en vivero.

Fruto del trabajo y desarrollo de este Departamento y del Convenio de Colaboración esta siendo:

- La producción y comercialización (durante ó meses al ano) de mas de 40.000 Tm./ano de sandias sin semillas.
- La puesta en producción, después de los periodos de experimentación y transferencia, de mas de 2.000 Tm. de lechugas enanas (tipo cogollo).
- El actual proyecto, en fase de implantación a nivel de agricultor, de cultivos que permitan la comercialización del citado producto a lo largo de 10 meses al ano, del que este ano saldrán a mercado mas de 4.000 Tm./ano.
- Entrega a los agricultores de nuevas variedades de melocotón, nectarina y ciruela.
- Formación sobre cultivo y transferencia a los agricultores en productos tales como: brócoli, coliflor, berenjena, fresón, etc.
- En la actualidad se esta experimentando en nuevas variedades de: tomate, albaricoque, lechugas enanas, melones, sandias, coliflores, etc.

Independientemente de esta faceta de experimentación y desarrollo que afecta directamente a la parte productiva, y en estrecha correlación con la misma, ANECOOP esta actuando de pionera en el desarrollo de la Producción Integrada (P.I.) tendente a conseguir productos cada vez mas sanos y por medios progresivamente menos agresivos con el medio ambiente. En este sentido, en colaboración y relación estrecha con el Convenio suscrito entre FECOAV y la Conselleria de Agricultura, Anecoop colabora y facilita una línea de comercialización personalizada, a las cooperativas que están desarrollando las técnicas de P.I. al objeto de abrir una mercado a este producto con un tratamiento diferenciado, desarrollando un marketing singular para este tipo de producción en línea con las experiencias italianas en la comercialización de este tipo de productos.



## **E.- Mejora del nivel de comunicación. Relación e imagen administrativas con nuestros proveedores y clientes:**

Es nuestro Departamento de Administración, apoyado por nuestro Servicio Informático, el responsable de ejecutar progresivamente estas mejoras, cuyos objetivos, en funcionamiento incipiente, se están desarrollando en las siguientes direcciones:

- Aumento de la agilidad informativa.
- Simplificación y sistematización de los sistemas administrativos.
- Potenciación de líneas modales que permiten la comunicación de nuestros sistemas informáticos con los de nuestras cooperativas socios y con nuestras empresas filiales.
- Mejora de los programas de análisis que permitan un mejor seguimiento de las relaciones comerciales y económicas con nuestros socios y clientes.

Finalmente y en este apartado cabe destacar la función importante desarrollada por la Sección de Crédito de Anecoop que actuando, operativamente, como oficina de Caja Rural Valencia, maneja unos pasivos medios de alrededor de 2.000 millones de Pts. siendo sus funciones primordiales:

- Conceder anticipos sobre el importe de mercancía pendiente de pago para solucionar problemas estacionales de liquidez de algunas cooperativas.
- Rentabilizar las puntas de tesorería como consecuencia de la gestión económica y comercial de Anecoop.

## **F.- Actuaciones en formación y marketing:**

Son actividades complementarias al desarrollo de ANECOOP y que tienen una indudable importancia para el desarrollo a nivel interno y en su principal actividad, la comercialización. A nivel enunciativo pueden dividirse en las siguientes facetas:

### **1.- Formación:**

Independientemente a la formación técnica encomendada a los diferentes departamentos y ya descrita en los mismos, en colaboración con FECOAV, se realizan varios cursos anuales dirigidos a miembros de los Consejos Rectores de las cooperativas y Ejecutivos de las mismas, así como al personal de Anecoop, sobre las siguientes materias: Marketing agrario, Marketing relacional, Idiomas, Reciclaje del Consejo de Dirección y Equipos Ejecutivos, Informática, Técnicas de relación y venta, etc.

## **2.- Marketing Interno y Relación Social:**

Encaminado a mantener y acrecentar la relación entre ANECOOP y sus cooperativas socios, así como a fomentar el mejor ambiente de colaboración dentro del Propio Consejo Rector de Anecoop: Impresos de divulgación social y societaria, Viajes de estudio, Asambleas participativas e informativas, Asistencia a Consejos y Asambleas de las Cooperativas, Memorias, folletos y objetos de comunicación, etc.

## **3.- Imagen Corporativa:**

Acorde con la realidad empresarial de Anecoop, proyectándola sobre el entorno exterior tanto a nivel institucional y social como económico, utilizando los medios usuales de comunicación, tales como: Prensa, radio y TV, Folletos de presentación e imagen, Memorias, Folletos y objetos de comunicación, Videos corporativos, etc.

## **4.- Promoción de nuestros productos:**

Realizada por los medios habituales, incluida la TV, y con actuaciones tanto genéricas (grupo de productos) como puntuales (productos concretos), especialmente a nivel de punto de venta, en colaboración con nuestros clientes. Los medios mas utilizados son: Cartelería, Folletos y recetas, Hojas informativas, Noticias divulgativas, Cunas publicitarias en prensa, radio y TV, Degustaciones, Mailings, etc.

## **5.-Epílogo**

- ANECOOP es una empresa de servicios que fue creada por las cooperativas al servicio de las cooperativas.
- Su primer objetivo fue el de comercializar conjuntamente los productos de sus socios:
  - acortando circuitos,
  - concentrando la oferta,
  - diversificando la gama de productos a ofertar,
  - potenciando la producción de los agricultores asociados a sus cooperativas,
  - dando mejor suministro a sus clientes y mejorando el servicio a los consumidores ...

- Hoy, y desde hace unos años, Anecoop se ha convertido en la primera empresa de comercialización de productos agrícolas frescos y una de las primeras de la U.E., su cifra de más de 32.000 millones de Pts. de facturación y cerca de 400.000 Tm. de productos comercializados, así lo avalan.

- Pero ANECOOP no solo es eso, no solo es una empresa de comercialización, es mucho más, ANECOOP también se preocupa por:

- Ofrecer nuevas alternativas a los agricultores de sus cooperativas intentando estar al día en los avances varietales, genéticos y tecnológicos que deriven en una orientación de cultivos: modernos, tecnológicamente avanzados, racionalmente distribuidos y con producciones apetecidas por el consumidor.
- El respeto del medio ambiente, mediante la introducción de técnicas menos agresivas que consecuentemente van a dar productos más sanos.
- La mejora en la profesionalización, tecnificación y modernización continuada de sus almacenes y la mejora de su logística para poder ofrecer un mejor servicio a sus clientes, la distribución.
- La implantación de controles de calidad, cada vez más selectivos, que garanticen las mejores condiciones a nuestros consumidores.

- Desde el punto de vista social y económico, ANECOOP ha actuado:

- Aprovechando su punto de relación frecuente, mediante la necesaria asistencia a sus Asambleas Ordinarias, Extraordinarias o Informativas, que han provocado una mayor y más frecuente relación humana y que ha derivado, consecuentemente en iniciativas de indudable interés para sus socios.
- Tomando su situación económica, relaciones e implantación comercial como “punta de lanza” para actividades económicas relacionadas con las necesidades de su entorno: AGRICONSA, INDUCITRIC, etc. son realidades difíciles de concebir sin las actuaciones iniciales y las iniciativas de ANECOOP que además permanece como socio.
- Ejerciendo una verdadera política agraria, dentro de sus limitaciones, que abarca, entre otros, tanto a planteamientos estructurales productivos como en los de distribución al consumidor.
- Interviniendo en los procesos de concentración empresarial a nivel comarcal (fusiones, consorcios, cooperativas de segundo grado) sirviendo de aglutinante, base de actuación, y apoyo, desde toda su estructura técnica y legal.
- Actuando, desde el punto de vista económico, como punto de referencia y ejemplo potenciador, respetable y respetado del sector cooperativo agrario valenciano y español dentro del entorno económico e institucional y tanto a nivel español como internacional.

A pesar de todo, ANECOOP es y debe seguir siendo una empresa creada por cooperativas de agricultores, al mejor servicio de estos, mediante la consecución de obtener la mayor rentabilidad en sus producciones dando una correcta satisfacción al consumidor.