



**CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social
y Cooperativa, n° 46, noviembre 2003, pp. 117-150**

Causas, intereses y desarrollo histórico de la acción colectiva empresarial en el ámbito agrario: el caso del cooperativismo en el sector oleícola

**Alfonso Carlos Morales Gutiérrez
Teresa Romero Atela**

ETEA (Centro adscrito a la Universidad de Córdoba)

y María Dolores Muñoz Dueñas

Universidad de Córdoba

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

ISSN: 0213-8093. © 2003 CIRIEC-España

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

Causas, intereses y desarrollo histórico de la acción colectiva empresarial en el ámbito agrario: el caso del cooperativismo en el sector oleícola

**Alfonso Carlos Morales Gutiérrez,
Teresa Romero Atela**

ETEA (Centro adscrito a la Universidad de Córdoba)

y María Dolores Muñoz Dueñas
Universidad de Córdoba

RESUMEN

El objetivo de este trabajo consiste en profundizar desde una perspectiva histórica, en las raíces del cooperativismo en el sector oleícola mediante la revisión bibliográfica de los diversos estudios realizados a nivel autonómico y provincial en España. En primer lugar se profundiza en las causas que las motivan y en el proceso de la acción colectiva que se desarrolla para su constitución y el perfil de los agricultores beneficiados con estas experiencias. En segundo lugar se establece el nivel de desarrollo empresarial en el ámbito organizativo, humano y tecnológico, y se analizan los condicionamientos que limitan la acción cooperativa a las fases de acopio y transformación con escasa penetración de la cooperación de segundo grado en el envasado y refino. Por último se realiza un estudio empírico de la evolución en una de las provincias españolas en la que la incidencia de este tipo de cooperativas resulta significativa.

PALABRAS CLAVE: cooperativas agrarias, sector oleícola, desarrollo empresarial, historia agraria, ecología organizativa y gobierno de la empresa.

CLAVES ECONLIT: L200, L790, N540, N840, P130, Q130.

Raisons, intérêts et développement historique de l'action collective des entreprises dans le domaine agricole : le coopératisme dans le secteur oléicole

RÉSUMÉ: L'objectif de ce travail est d'explorer, du point de vue historique, les racines du coopératisme dans le secteur oléicole à travers la révision bibliographique des différentes études menées sur le plan autonome et provincial en Espagne. Il analyse les raisons qui l'ont fait apparaître, le processus de l'action collective qui s'est développée pour sa mise en œuvre et le profil des agriculteurs qui ont bénéficié de ces expériences. Il établit le niveau de développement des entreprises, en ce qui concerne les aspects organisationnels, humains et technologiques. Les contraintes qui limitent l'action coopérative aux phases de collecte et de transformation, avec une influence très réduite de la coopération de deuxième degré dans la mise en bouteille et le raffinage, sont analysées et une étude empirique est présentée sur l'évolution dans une des régions espagnoles dans lesquelles l'incidence de ce type de coopérative est significative.

MOTS CLÉ: Coopérative agricole, secteur oléicole, développement des entreprises, histoire agricole, écologie organisationnelle, gouvernement de la entreprise.

Causes, interests and historical development of agrarian co-operative business action: the case of the co-operative movement in the food oil sector

ABSTRACT: The objective of this paper is explore the roots of the co-operative movement in the food oil sector from a historical perspective through a bibliographical review of the diverse studies carried out at the regional and provincial levels in Spain. It explores the causes of co-operatives' creation and the profile of the farmers who benefited from the experience. It ascertains the level of business development in the organisational, human and technological spheres, analysing the conditioning factors limiting co-operative action to the stockpiling and production areas, with little penetration in co-operation at the second level of bottling and refining. An empirical study is made of evolution in one of the Spanish provinces where the incidence of this type of co-operative is significant.

KEY WORDS: Agrarian co-operatives, food oil sector, business development, agrarian history, organisational ecology, government of the enterprise.

1.- Delimitación del sujeto y objeto de la investigación

España es el país con mayor patrimonio oleícola del mundo, y el cooperativismo ha tenido un papel muy relevante en su desarrollo. Por eso no es de extrañar que las cooperativas cuya actividad es la de molturación de aceitunas, aunque pueden llevar alguna otra actividad anexa como su aderezo, son una de las realidades más importantes del cooperativismo agrario español, después del cooperativismo de suministros y el hortofrutícola. Este tipo de cooperación en la agricultura desempeña un papel crucial en el proceso de concentración de oferta en el sector oleícola en general: diversos estudios, en diferentes épocas, cifran entre un 50% y un 70% el grado de control que tienen este tipo de entidades sobre el proceso de concentración de oferta.

El cooperativismo oleícola está presente en más de un ochenta por ciento de la realidad estatal en cuatro comunidades autónomas: Andalucía (42,3%), Cataluña (17,5%), Valencia (12,8%) y Castilla La Mancha (11,6%), tal y como se desprende del cuadro 1. Esta concentración es un reflejo a su vez de la importancia del fenómeno en provincias como Jaén y Córdoba, Lérida, Valencia o Toledo.

1.- El presente trabajo se enmarca dentro del Proyecto I+D (BHSA 2002-2444) "El cooperativismo cordobés en el contexto del movimiento asociativo europeo (1939-2000). Patrimonio documental, nuevas tecnologías y análisis sociohistórico" financiado por la Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología (CICYT).

2.- Datos de la *Obra Sindical de Cooperación para 1973* cifran –de una forma bastante triunfalista– el número de cooperativistas en dos millones y medio y en 11.708 entidades que controlan el 50% de la producción olivarera, el 48% de la producción vitivinícola y el 45% de la producción algodonera (*Diario Córdoba*, 11-10-1974, p. 16).

3.- A. Ramírez y E. Fernández (1984) *Cooperativismo*, Gran Enciclopedia de Andalucía, p.982.

Cuadro 1. Distribución de cooperativas agrarias en España según principales actividades en 1998.

CC.AA	Coop.	Agricultores Socios	Suministros	Vino	Flores y Hortof.	Cereales	Ganadería	Aceite	
Andalucía	795	235.574	200	46	160	108	76	370	42,3%
Aragón	229	11.642	170	53	63	152	41	41	4,7%
Asturias	74	20.485	61	0	1	2	27	0	0,0%
Baleares	31	6.145	28	0	9	7	12	1	0,1%
Canarias	55	12.291	12	7	84	2	7	2	0,2%
Cantabria	20	7.682	15	0	1	2	10	0	0,0%
Castilla – Mancha	426	133.150	135	208	43	83	43	101	11,6%
Castilla – León	364	138.272	115	46	42	110	150	7	0,8%
Cataluña	446	81.939	330	123	119	90	60	153	17,5%
Extremadura	367	49.163	143	28	93	65	71	54	6,2%
Galicia	201	40.969	90	8	19	2	140	0	0,0%
La Rioja	66	8.194	33	26	23	4	0	13	1,5%
Madrid	39	15.364	3	6	12	4	13	7	0,8%
Murcia	69	25.606	13	3	42	0	3	2	0,2%
Navarra	137	24.582	75	41	53	50	7	10	1,1%
País Vasco	70	14.339	52	10	1	6	11	1	0,1%
Valencia	541	194.604	300	97	200	4	12	112	12,8%
			1775	702	965	691	683	874	

Fuente: elaboración propia a partir de los datos contenidos en el trabajo de F. J. Fuentes García y R. Veroz Herradón (1998).

En este sentido disponemos de datos que nos permiten cierta visión diacrónica de la realidad autonómica más estudiada y numerosa: la andaluza (Cuadro 2) de la que, además, procede el 80% del aceite de oliva español. A partir de estos datos se constata la concentración provincial a la que antes hacíamos referencia: las almazaras se han situado en los últimos veinte años en las provincias de Jaén –con cifras próximas al cincuenta por ciento de la realidad andaluza- y Córdoba –en torno al veinte por ciento-. La realidad de ambas provincias recoge prácticamente el setenta por ciento de las entidades existentes a nivel andaluz. Igualmente las cifras censales reflejan la estabilidad en el número de estas entidades con cifras próximas a las cuatrocientas entidades para Andalucía.

Cuadro 2.-Distribución de las almazaras cooperativas en Andalucía (1980-1997)

	Ceña Delgado et al (1980)	Lopez Ontiveros (1982)	Directorio 1985	Censo 1991	Datos Junta 1997
Almería	-			1 0,32	2 0,51
Cádiz	4 1,22		4 1,0%	2 0,64	3 0,76
Córdoba	64 19,04	73 17,63	66 17,3%	62 19,93	73 18,48
Granada	29 8,63	20 4,85	32 8,4%	31 9,96	35 8,85
Huelva	23 6,84		23 6,0%	12 3,85	23 5,82
Jaén	165 49,10	223 53,86	195 51,0%	141 45,37	192 48,6
Málaga	30 8,92	45 10,86	38 9,9%	36 11,57	39 9,87
Sevilla	21 6,25	53 12,8	24 6,3%	26 8,36	28 7,09
Total	336	414	382 1,0%	311 100	395 100

Fuente: elaboración propia.

No obstante, resaltada la importancia de este tipo de entidades en la agricultura en general y en el conjunto del cooperativismo en particular, conviene precisar que se trata de un nivel de cooperación de *baja implicación*. Según datos del IFA (1992) al menos el 66% de los olivereros no viven directamente del olivar, sino que tienen en este cultivo una fuente de renta complementaria y en los últimos años ese porcentaje ha ido en aumento. Este comportamiento tiene su traducción directa en la dinámica societaria y empresarial de las cooperativas olivereras⁴. Por tanto, la cooperación es un complemento de otras actividades. En otros tipos de cooperativas (hortofrutícolas, sobre todo) el nivel de implicación del cooperativista es mayor –aunque sólo dispongamos de percepciones más o menos generalizadas-: el cooperativista es un empresario agrario.

El objetivo de este trabajo es recopilar la información dispersa sobre el cooperativismo⁵ en el sector oleícola y analizarla desde una perspectiva histórica. A comienzos de los setenta un grupo de investigadores (Del Arco Alvarez et al, 1972), se lamentaban de la escasísima documentación disponible

4.- El conocimiento de la profesión de los presidentes puede ser un indicativo de la "complementariedad de la actividad". Un 35% son agricultores, un 13,3% son jubilados, y un 15% son profesionales o autónomos (empresarios, profesores, abogados, agentes comerciales, farmacéuticos,...) y un 10,1 trabajadores por cuenta ajena (empleados de banca sobre todo) (Moza, 1999).

5.- El cooperativismo en el ámbito agrario se relaciona con otros fenómenos y se agrupa dentro del concepto de asociacionismo, en donde se sitúan como principales protagonistas las cooperativas -que constituyen nuestro sujeto de estudio en sentido estricto- pero también otras formas societarias como las sociedades agrarias de transformación (SAT) -reguladas por el Real Decreto 1776/1981, de 3 de agosto- cuyo origen fueron los grupos sindicales de colonización, la comunidades de regantes -reguladas desde la Ley de Aguas de 1879 y la Real Ley de 25 de noviembre de Colonización y Repoblación Interior, y la Orden de 25 de junio de 1884, modificada, complementada por Orden de 6 de agosto de 1963- y otras agrupaciones de interés.

para realizar su investigación sobre este sujeto empresarial cuando se expresaban en los siguientes términos: *"Una variante del método sociológico es la constituida por el examen detenido y el análisis minucioso de documentos, textos y datos escritos con anterioridad a la investigación que pretende efectuarse. En el caso del cooperativismo agrícola este procedimiento resultaba inviable totalmente, ya que la documentación disponible sobre el tema es escasísima, reducida a unos cuantos artículos publicados en revistas y algún libro de escasa significación"*.

Esta situación ha cambiado de manera significativa en las últimas décadas: las cooperativas agrarias han sido objeto desde entonces de numerosos estudios en España sobre todo a nivel económico y sociológico. Las perspectivas de dichos trabajos han sido muy diversas: descriptivas y prescriptivas a nivel general (Del Pino Artacho, 1974; Cruz Roche, 1986) analizando su papel en un sector en concreto como el oleícola (López Ontiveros, 1982; Domingo Sanz y De Loma –Ossorio, 1991; Vargas Sánchez, 1993) o profundizando en la problemática que suscita su funcionamiento empresarial en diversas áreas como la económico-financiera (Carrasco, 1995; Bel Durán, 1996) la de gobierno (Pérez Rojas, 1995; Mozas, 1998) o la psicosocial (Clemente Díaz, 1993).

Ciñéndonos al fenómeno que nos ocupa los estudios más relevantes a nivel específico del cooperativismo oleícola son los que figuran en el Cuadro 3. No obstante a estas investigaciones habría que añadir otras de índole más general como las de Del Arco Alvarez et al (1972) referida al cooperativismo agrario o el libro blanco de la Economía Social (Barea y Monzón, 1992) en todo el país o como la de De No-Louis (1974) que se circunscribe a una zona muy concreta -con una incidencia elevada del cooperativismo olivarero⁶- de la provincia de Córdoba pero que nos aportan datos dispersos y menos precisos.

Como se desprende del elenco de estudios revisados, no es posible realizar una visión diacrónica completa del fenómeno aunque el sujeto de investigación ha sido objeto de interés en un grado muy superior al de otros ámbitos cooperativos: al menos tres tesis doctorales publicadas íntegras o parcialmente se ocupan de profundizar en el fenómeno en el ámbito empresarial y enfocadas hacia las realidades provinciales más significativas (Jaén, Córdoba, Huelva).

6.- El número de cooperativistas de la zona alcanzaba la cifra de los 23.502, repartidos en 101 entidades, lo que implicaba que el 45% de la población del área estudiada se encontraba vinculada directamente con el cooperativismo. Más del setenta por ciento de estos socios pertenecía a cooperativas olivareras (50,94%) y vitivinícolas (20,49%).

Cuadro 3. Investigaciones sobre cooperativismo en el sector oleícola

	Ámbito	Objeto	Metodología y fuente de información	Entidades estudiadas	Fecha del estudio empírico
CEÑA DELGADO, F., PEREZ YRUELA, M., SEVILLA GUZMAN, E. (1983)	Autonómico (Andalucía)	Sociológico	Entrevista	74	1981
LOPEZ ONTIVEROS, A. (1982)	Autonómico (Andalucía)	Análisis descriptivo	Entrevista	27,05 de la población (112 de una muestra de 139)	1980
HOOVGELD Y JURUS (1990)	Provincial (Jaén, Córdoba, Toledo, Lérida)	Análisis descriptivo	Fuentes secundarias		1989
DOMINGO SANZ, J. Y DE LOMA-OSSORIO, E. (1991)	Autonómico (Andalucía)	Económico empresarial	Encuesta por correo	14,95% de la población (54 encuestas recibidas)	1990
VARGAS SÁNCHEZ, A. (1993)	Provincial (Huelva)	Tesis Doctoral; Económico Empresarial (Marketing)	Cuestionario	23 (100% de las entidades existentes en la provincia)	1992
PÉREZ ROJAS, F. (1997)	Provincial (Córdoba)	Económico empresarial (Contabilidad)	Entrevista con cuestionario a miembros del Consejo rector	59 entidades (92,18% de la población provincial)	1994
MOZAS, A. (1999)	Provincial (Jaén)	Económico empresarial (Organización)	Entrevista con cuestionario a miembros del Consejo rector	159 entidades de las 184 existentes a nivel provincial	1996
TORRES RUIZ (1998)	Provincial (Jaén)	Económico empresarial (Comercialización)	Encuesta	66 cooperativas (p.35)	1992-93

Fuente: elaboración propia.

2.- El cooperativismo olivarero: orígenes, desarrollo y ocaso

La crisis de los medios de producción y de subsistencia como consecuencia de la II Guerra Mundial, produce graves problemas alimentarios. La oferta de alimentos continuaba a cargo de una agricultura tradicional atenazada por una fuerte intervención estatal que le impedía desenvolverse y aprovecharse de los beneficios de la economía de mercado. En estas circunstancias, el problema fundamental del sector agrario era el aumento de la producción. En este contexto se comenzó a actuar en la distribución y venta en común de la producción⁷, aspecto que, salvo casos notorios pero excepcionales, estaba casi abandonado. Inicialmente este proceso se circunscribió, casi exclusivamente, a los subsectores olivarero y vitivinícola: muchas cooperativas olivareras surgen a lo largo de la década de los cincuenta. La actividad cooperativa se limitó a la elaboración y venta en común del producto, sin animar su distribución.

Pero el impulso definitivo se realizó en los sesenta y se consolidó al final de la década. Las cooperativas constituían una institución adecuada en el proceso de modernización de la política de precios agrarios y sistemas de intervención en los mercados acercándolos a los vigentes en los países de nuestro entorno: la creación del FORPPA, siguiendo las pautas del FORMA francés, la Ley de APA, posteriormente Organizaciones de Productores, la normativa sobre Consejos Reguladores de Denominaciones de Origen, las normas de Ordenación del Comercio Exterior, etc. Estas medidas suponían un golpe importante a la política agraria de la autarquía, aunque aún se mantuvieron muchos elementos, y la eliminación casi total de la participación del Sindicato Vertical en la política de precios, que ya venía perdiendo peso desde su omnipresencia en los años cuarenta (Langreo, 1995).

Pero esta raíz macroeconómica precisa de cierta profundización y matización a nivel micro. El estudio de las causas que originaron este tipo de experiencias fueron diversas, y han sido abordadas en diversos trabajos (Pino Artacho, 1975, Ceña Delgado et al, 1983, Vargas Sánchez, 1993).

El motivo fundamental que se identifica en el origen de la cooperativa -la mitad de los casos estudiados en Ceña et al (1983)- está relacionado con la necesidad de los socios de defender el precio de la aceituna desde el ámbito empresarial -ya que también existían otros foros de representación

7.- Las cooperativas estaban reguladas por la Ley de 1942 como uno de los medios más efectivos de modernización agraria y ordenación rural, es decir de penetración del capitalismo en la producción agrícola, a la par del control social y político que permitía sobre los productores. En el sector agrario subsistió en gran medida, con distinta denominación, el aparato funcional y patrimonial de la Confederación Nacional Católico Agraria (CNCA).

de intereses en otras instancias⁸. La necesidad de esta defensa surge del abuso de los compradores (corredores) privados que acudían a los pueblos a comprar la aceituna para las grandes almazaras comportándose estos como un monopsonio o un cartel. Además el comportamiento oportunista de las almazaras locales seguía la misma lógica abusiva que la de los corredores.

El profesor Del Pino (1974) lo expresa en estos términos: *Las cooperativas olivícolas surgieron como un reto del pequeño y mediano agricultor ante aquella situación que no sólo ofrecía precios bajos por kilogramo, sino que hacía prácticamente imposible el control de la cantidad de aceituna que se llevaba a la almazara y, por supuesto, mantenía muchas veces la inseguridad en el precio del producto hasta después terminada la campaña. El dinero entregado a cuenta de la liquidación definitiva de la aceituna llevada a la almazara venía, a veces, a sumarse al que se otorgaba, en el otoño, a cuenta del fruto de la campaña siguiente. Y la situación del comprador, acreedor del vendedor antes de iniciarse la recolección, llevaba a que el producto fuera a la almazara sin que se pudiera estipular un precio fijo.*

Pero los olivícolas no estaban exentos de cierta responsabilidad en esta tendencia de precios a la baja: la aceituna llegaba a la almazara en malas condiciones máxime cuando ésta se encontraba alejada del núcleo de población en el que se producía –además del encarecimiento que implica la imputación de los costes de transporte.

En el trabajo de Ceña Delgado et al (1983) indica la existencia de un grupo reducido de cooperativas olivícolas –una de cada diez aproximadamente- en el que la creación de la cooperativa responde a la necesidad de dar salida al producto ante la crisis y desaparición de las almazaras locales debido a su obsolescencia. En estos casos se entremezclan dos tipos de intereses muy distintos: por un lado, en algunas experiencias el propio dueño de la antigua fábrica se convierte en el principal promotor de la iniciativa cooperativa, resolviendo el problema de la viabilidad de sus instalaciones mediante la venta o el alquiler de las mismas al “nuevo” sujeto empresarial colectivo; por otro lado, son los clientes de las fábricas en quiebra los que se organizan para resolver el problema de la molituración de aceituna.

8.- Los foros de representación de intereses en el sector del aceite de oliva fueron diversos a lo largo del tiempo. En la primera fase de la transición política se mantuvo como asociación proveniente del Sindicato del Olivo la Unión de Olivícolas de España, asociación que tenía su origen antes de la Guerra Civil. Esta entidad llegó a participar en las negociaciones sectoriales en los primeros años, participando sobre todo a través de UFADE. Más tarde vio muy limitada su actividad y quedó reducida a algunas comarcas andaluzas. Más importante fue el proceso del Patrimonio Comunal Olivícola, cuyo origen se remonta a la Asociación Nacional de Olivícolas de España (junio 1925), incorporada más tarde al Sindicato Nacional del Olivo de la OS. En marzo de 1948 se creó el Servicio Sindical de Almacenes Reguladores como organismo autónomo del Sindicato Nacional del Olivo. En 1976 se constituyó el Patrimonio Comunal Olivícola como agrupación sindical de segundo grado al amparo de la Ley Sindical de 1971 con personalidad jurídica propia, integrando a las diferentes agrupaciones del la Unión Nacional de Empresarios del Sindicato Nacional del Olivo y asumiendo todo el patrimonio. Finalmente el RD 3183/79 organizó el Patrimonio Comunal Olivícola con carácter de corporación de derecho público en desarrollo de la Ley 21/77. Poco después la dirección de este organismo se cubrió en base a los electos en las Cámaras Agrarias en las provincias más olivícolas en las elecciones de 1978. El Patrimonio ha sido históricamente el que acumuló la mayor capacidad de almacenamiento de aceite, de ahí su importancia estratégica.

Un número reducido de cooperativas son conscientes de la deuda contraída en sus orígenes con la promoción desarrollada desde las instancias del estado. Estos casos responden a la expansión que alcanzó la UTECO⁹ en este subsector en algunas provincias –como Jaén–.

En uno de cada cinco casos estudiados por Ceña Delgado et al (1983) ha existido cierta oposición de las almazaras privadas locales. Por lo general han actuado difundiendo rumores sobre la inviabilidad de la cooperativa o los riesgos que correrían quienes se asociaran a ella. Otras veces han actuado elevando coyunturalmente los precios de la aceituna para disuadir a los agricultores socios potenciales de la cooperativa. No obstante, no se detectaron ningún caso en el que la oposición de las almazaras privadas haya impedido el funcionamiento de la cooperativa una vez creada.

3.- La articulación de la acción colectiva en la constitución de entidades de pequeña dimensión

Las cooperativas olivereras responden, en general, a un cooperativismo agrario de pequeña dimensión. Los diversos estudios manejados sobre la realidad andaluza así lo demuestran¹⁰. Así López Ontiveros (1982) evalúa en 362 la media de socios por cooperativa en la provincia de Córdoba¹¹ y en 341 socios las de la provincia de Jaén, cifrando en un 80% las cooperativas almazaras andaluzas que están integradas por un volumen de socios comprendido entre los 100 y los 600 afiliados. Pérez Rojas (1995) estima que un 74,57% de las cooperativas cordobesas cuyo número de afiliados se encuentra comprendido en dicho tramo. Sin embargo, Domingo Sanz y Loma-Ossorio (1991), obtienen como media, la de 445 socios para las cooperativas almazaras andaluzas, siendo el intervalo más habitual entre 100 y 500 socios.

Estas cifras responden al resultado de un proceso de constitución escalonado. En la mayor parte de los casos el grupo de socios fundadores –con menos de quince miembros– se responsabilizan de la organización y articulación de los diversos intereses que originan la iniciativa. Estos grupos funda-

9.- Las cooperativas en la etapa franquista estaban por supuesto encuadradas en la Organización Sindical y en su entidad especializada, la Obra Sindical de Cooperación. Además, debían obligatoriamente afiliarse a las Uniones territoriales (UTECO) y nacionales (UNACO) de sus respectivas clases. Más que organismos de representación y defensa de los cooperadores unidos, estas "uniones" eran organismos de vigilancia en los cuales era difícil encontrar indicio de democracia cooperativa. De tal forma que llegaba a tanto la suspicacia, que a nivel del cooperativismo no agrario, las uniones sólo se constituyeron a nivel nacional. (Haubert, 1984).

10.- Con el trabajo de Ceña Delgado et al (1983), no es posible realizar comparaciones acerca del número de socios, ya que sus datos están referidos a un período de tiempo (1974-79), y la escala utilizada no permite obtener cifras con exactitud, ya que, por ejemplo, para determinar el intervalo 101-300 socios, los autores utilizan tres intervalos, de 101-175, de 176-250 y de 251-325 socios, sin poder determinar qué número de cooperativas tienen entre 301-325 socios a fin de restar para obtener el dato correcto.

11.- En el trabajo de Pérez Rojas (1994) el total de socios activos encontrados en las 59 cooperativas entrevistadas asciende a 22.865, lo que equivale a una media de 387 socios por cooperativa.

dores amplían la base de reclutamiento constituyendo un grupo más numeroso –grupo promotor¹². de menos de 50 socios en la mitad de los casos (Ceña et al, 1983). Seguidamente se produce un crecimiento paulatino de la base social. Este comportamiento se refleja indirectamente en el cuadro 4 en el que se refleja la evolución de la dimensión media de las entidades cooperativas olivareras por provincias en Andalucía.

Cuadro 4. Evolución de la dimensión de las entidades cooperativas olivareras 1964-1980 en Andalucía

	Nº inicial de socios	Valores medios en cada periodo del nº de socios por coop.			Cooperativas Activas 1980
		1964-1968	1969-1973	1973-1979	
Almeria					-
Cadiz	26	178	202	281	4
Cordoba	81	283	372	407	64
Granada	44	121	152	208	29
Huelva	84	92	137	389	23
Jaén	60	319	315	345	165
Málaga	46		398	520	30
Sevilla	59	59	164	186	21
Media	57,1	175,3	248,5	333,7	336

Fuente: elaboración propia a partir de los datos contenidos en el trabajo de Ceña Delgado et al (1983).

Este proceso de formación inicial es coherente con el fin instrumental de la entidad –obtención de un precio razonable de compra de la aceituna- y con la escasa implicación del socio en la dinámica cooperativa. Las diversas investigaciones realizadas sobre la participación de los mismos en la dinámica societaria (Domingo y Loma-Ossorio, 1991, Pérez Rojas, 1997, Mozas 1999) refleja desinterés participativo que se traduce en incumplimiento y desconocimiento de funciones, siempre que el objetivo fundamental se salvable: obtener la máxima liquidación en la venta de su producto a la cooperativa¹³. La lógica de la dualidad cooperativa se vive incompleta: se sienten exigentes proveedores de la cooperativa¹⁴ pero no sus propietarios en el sentido pleno de la palabra.

12.- Las cooperativas promovidas por la Administración tienden a tener mayor número de socios fundadores que las demás. A su vez las mediatizadas por los dueños de las fábricas suelen constituirse con grupos de socios fundadores pequeños (menos de quince). La explicación viene dada en parte por las diversas formas de cooptación de socios que cada uno de estos agentes utiliza.

13.- Mozas (1999) estima el porcentaje de socios a los que sólo le interesa la liquidación máxima en prácticamente el ochenta por ciento. Aunque la baja participación del socio en las sociedades cooperativas no es exclusiva del cooperativismo olivarero; López (1982), Pino (1995) y Lees (1997).

14.- En el caso de las cooperativas agrarias el rol que predomina es el de proveedor (Lucas, 1972). La explicación a este hecho resulta fácil; los retornos monetarios que le llegan al olivicultor provienen exclusivamente del volumen de actividad cooperativizada que mantiene con la sociedad de la que es miembro, es decir, por su condición de proveedor.

4.- Homogeneidad y control social

4.1.- La base social de las almazaras cooperativas

Después de los datos aportados sobre origen, dimensión y proceso de constitución podríamos preguntarnos que tipo de agricultores han sido los más beneficiados con este tipo de iniciativa. Esta cuestión puede ser contestada parcialmente mediante el estudio de la composición de base social de las cooperativas. Los socios con aportaciones medianas y pequeñas, representan prácticamente las cuatro quintas partes del total de socios, (el 86% para López Ontiveros, el 79,9% en Perez Rojas (1995). Además este tipo de socios estaban presentes en casi todas las cooperativas, no ocurriendo lo mismo con los grandes olivareros, que sólo tienen alguna representación en algo más de la mitad de las cooperativas y su cuota numérica es baja, existiendo una variación sobre cinco puntos en las provincias de Sevilla, Málaga y sobre todo Córdoba¹⁵.

Perez Rojas (1997) realizó un análisis de base social para las 59 cooperativas estudiadas que refleja el cuadro 5. No todos los grupos están presentes en todas las cooperativas, dependiendo su presencia o no, de la comarca natural en la que está encuadrada la cooperativa. Así, no hay socios de aportación muy importante en 17 cooperativas (28,80%) de la muestra; ni de aportación importante en 6 cooperativas (10,17%).

Cuadro 5. Distribución de la base social en las cooperativas olivareras cordobesas según kgs. de aceituna aportada

Número de socios	Número de Cooperativas				
	Muy importante (más de 100.000 kg.)	Importante (entre 50.001 y 100.000 kg.)	Media (entre 10.001 y 50.000 kg.)	Pequeña entre los 2.501 y 10.000 kg.	Muy pequeña (menos de 2.500 kg)
	1.028 socios (4,50%)	3.566 socios (15,60%)	8.691 socios (38,01%)	5.803 socios (25,38%)	3.777 socios (16,51%)
1 a 100	41 (69,5%)	42 (71,17%)	24 (40,67%)	36 (61,02%)	39 (66,11%)
101 a 200	1 (1,7%)	7 (11,88%)	16 (27,11%)	17 (28,80%)	11 (18,64%)
Más de 200	----	4 (6,78%)	18 (30,50%)	6 (10,17%)	----
Sin socios	17 (28,8%)	6 (10,17%)	1 (1,72%)	----	9 (15,25%)
Total	59 (100%)	59 (100%)	59 (100%)	59 (100%)	59 (100%)

Fuente: elaboración propia a partir de los datos contenidos en el trabajo de Perez Rojas (1995).

15.- Pérez Rojas (1995) eleva estas cifras de presencia de los grandes agricultores para la realidad cordobesa. Los socios que contribuyen con una producción que se encuentran entre 50.001 y 100.000 kgs. de aceituna (grande) están presentes en el 89,83% de las cooperativas y los socios con aportación muy importante (más de 100.000 kgs. de aceituna) lo hacen en el 71,2% de las cooperativas.

4.2) El control social de las entidades

Esta escasa presencia de los grandes agricultores no implica escasa influencia: suele ocupar puestos importantes en los órganos representativos de la realidad cooperativa. En el trabajo de Pérez Rojas (1994) y Morales se ha analizado la composición de cada consejo rector en función del grupo al que pertenecen cada uno de sus miembros, habiéndose obtenido los resultados que recoge el cuadro 6.

El grupo mayoritario de socios que forman parte de los diferentes consejos rectores, está representado por los socios medianos -entregan entre 10.001 y 50.000 kilogramos de aceituna a la cooperativa-, que acapara el 41,72% del total de miembros que integran los consejos rectores analizados; siguiéndole en importancia, los socios pequeños que aportan entre 2.501 y 10.000 kilogramos de aceituna a la cooperativa, con un 21,21%, siendo minoritario los socios muy pequeños, con una aportación de aceitunas de hasta 2.500 kg.

Cuadro 6. Composición del Consejo Rector según el volumen de producción aportado

Grupo	Número de socios	Presidente	Vicepresidente	Secretario	Tesorero	Vocales
Socio con aportación muy importante (1)	73 (17,02%)	17 (30,35%)	12 (30,77%)	11 (19,64%)	7 (12,50%)	26 (11,71%)
Socio con aportación importante (2)	66 (15,38%)	9 (16,09%)	4 (10,25%)	4 (7,15%)	14 (25,00%)	35 (15,76%)
Socio con aportación media (3)	179 (41,72%)	19 (33,92%)	13 (33,33%)	20 (35,71%)	24 (42,85%)	103 (46,39%)
Socio con aportación pequeña (4)	91 (21,21%)	11 (19,64%)	7 (17,94%)	17 (30,35%)	9 (16,07%)	47 (21,17%)
Socio con aportación muy pequeña (5)	20 (4,67%)	----	3 (7,71%)	4 (7,15%)	2 (3,58%)	11 (4,97%)
TOTAL	429	56 (100%)	39 (100%)(*)	56 (100%)	56 (100%)	222 (100%)

(*)En diecisiete de las cooperativas entrevistadas, no existe la figura de Vicepresidente.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de Pérez Rojas (1997).

Si se cruzan los datos obtenidos sobre la composición de la base social por volumen de entrega de productos y los porcentajes de participación de los diferentes grupos en la composición de los consejos rectores, obtenemos los datos que figuran en el Cuadro 7. Los grupos económicamente fuertes, Grupos 1 y 2, acaparan conjuntamente, el 32,4% (prácticamente la tercera parte) de los socios que ostentan cargo, relevante o no, en los consejos rectores, siendo su participación en el colectivo de socios activos de una quinta parte (20,10%).

López Ontiveros (1982), especifica en su trabajo, con relación al poder, que las categorías grandes y medianas tienen una mayor significación porcentual en el Consejo Rector que en el colectivo de socios, posiblemente debido a que su nivel cultural es más elevado y esto, en teoría, los capacita para acceder a puestos directivos y, además, en cualquier pueblo, estos agricultores tienen mayor poder social en la comunidad, lo cual da lugar al ejercicio de un poder personal ejercido por estos grupos, siendo los muy pequeños unos socios pasivos, porque poseyendo la mayoría, no logran imponerla en la junta rectora.

Esta representatividad es lógica, ya que si tenemos en cuenta la distribución de socios activos según su volumen de entrega, el grupo de socios medianos, representa el 38,01% de los socios y el grupo de socios de pequeña aportación, el 25,38%, siendo ambos grupos mayoritarios en el colectivo de socios activos. Sin embargo, en la ocupación de cargos relevantes no ocurre lo mismo, es decir, que también sea mayoritaria su representatividad, ya que sólo es del 42,45% para el grupo 3, y del 48,35% para el grupo 4, siendo ambos grupos superados por la representatividad del Grupo 1, (socios que aportan más de 100.000 kgs. de aceituna a la cooperativa) con una participación del 64,38%, siendo minoritario en el colectivo de socios activos (4,50%) y casi igual ocurre con el grupo 2 (socios que entregan entre 50.001 y 100.000 kgs. de aceituna a la cooperativa), que con su 15,60% del colectivo de socios, su representatividad en los cargos relevantes es del 46,96% de los mismos, superior a la representatividad del grupo 3 y casi idéntica a la representatividad del grupo 4.

Cuadro 7. Distribución porcentual de los socios que forman parte de los consejos rectores según que ocupen o no cargos relevantes

	Distribución según volumen de entrega	Participación en los C. Rectores	Cargos relevantes ¹⁶	Vocales
Socio con aportación muy importante (1)	4,50	17,02	64,38	35,62
Socio con aportación importante (2)	15,60	15,38	46,96	53,04
Socio con aportación media (3)	38,01	41,72	42,45	57,55
Socio con aportación pequeña (4)	25,38	21,21	48,35	51,65
Socio con aportación muy pequeña (5)	16,51	4,67	45,00	55,00
TOTAL	100,00	100,00	---	---

Fuente: elaboración propia.

Los socios económicamente más poderosos dominan los consejos rectores de las cooperativas almazaras –en este caso cordobesas- bajo dos formas: En primer lugar, teniendo mayor representatividad en dichos consejos, siendo minoritarios en el colectivo de socios; y en segundo lugar, ostentado los cargos más relevantes dentro de cada consejo¹⁷.

Además López Ontiveros (1982), llega a la conclusión de que en la mayoría de las cooperativas almazaras andaluzas, los cargos de presidente, secretario y tesorero, en el 50% de los casos, permanecen en el poder de cuatro años en adelante. Así, el 41% de los presidentes llevaban más de ocho años en el cargo, e igual ocurría con el 31% de los secretarios y el 32% de los tesoreros¹⁸. En una minoría importante de cooperativas, la norma es un estilo de dirección personalizado que concentra el poder en pocas manos, y es lógico que si no se comparte la toma de decisiones, se tienda a con-

16.- Entendemos por cargo relevante, los de presidente, vicepresidente, tesorero y secretario. Los porcentajes obtenidos para las columnas de "cargos relevantes" y "vocales", están obtenidos sobre el número de socios que de cada grupo, forma parte de los distintos consejos rectores. Así, por ejemplo, para el grupo 1, tenemos una participación de 73 socios que forman parte de los consejos rectores, de los cuales, 47 (64,38% de 73) ocupan cargos relevantes y 26 (35,62% de 73), son vocales y así sucesivamente para los demás grupos.

17.- En dicho trabajo se estudiaron otras formas para determinar el control del gobierno de la empresa por parte de los socios con mayor aportación. Los criterios para estimar el número de cooperativas "controladas" fueron dos. El primer criterio consiste en lo siguiente: si la mitad, teniendo en cuenta el voto de calidad del Presidente, o la mitad más uno de los miembros del Consejo Rector pertenecen a los grupos económicamente fuertes, cualquiera que sea el grupo que según la comarca natural en la que esté ubicada la cooperativa sea dominante económicamente, siendo estos grupos minoritarios en cuanto a la composición de su base social, entendemos que dicho órgano colegiado, y por tanto, la cooperativa, se encuentra dominada por los intereses económicos de los más fuertes. De acuerdo con este criterio, las cooperativas dominadas y no dominadas alcanza la misma cifra: la mitad de la muestra (28 cooperativas). El segundo criterio sería: se observa el grupo al que pertenece el Presidente, el Vicepresidente, si existe, el Secretario y el Tesorero y se determina cuál es estadísticamente la Moda, eligiéndose el grupo al que pertenece el Presidente en caso de empate. De acuerdo con este criterio, los datos obtenidos han sido los siguientes: 35 cooperativas no dominadas (62,50%) y 21 cooperativas dominadas. Analizando las cooperativas dominadas según un criterio u otro, existe coincidencia en 17 de ellas, es decir, que cualquiera que sea el criterio utilizado, aparecen dichas cooperativas dominadas por los intereses de los grupos económicamente más fuertes. Esto representa un 60,71% de las cooperativas dominadas encontradas aplicando el criterio A y de un 80,95% de las encontradas según el segundo criterio.

18.- Cifras similares obtiene Pérez Rojas (1995) para tres mandatos (quince años), la mayoría de los cargos sobrepasan el 75% de las cooperativas entrevistadas. Así, para el cargo de Presidente, el tercer mandato supone el 70,69%, siendo para el cargo de Vicepresidente del 87,5%, para el de Secretario del 86,2%, para el Tesorero del 81,03% y para los Vocales, el 90,95% de los mismos.

servar la posición de mando. Los socios grandes y medianos agricultores tienen una representación en las juntas rectoras superior a la que poseen en el colectivo de socios, y como hemos visto, ocupan los cargos más relevantes, presidente, tesorero, etc. que mantienen durante mucho tiempo.

5.- El desarrollo empresarial a nivel organizativo, humano, tecnológico y comercial

La extracción de aceite de oliva no utiliza una tecnología punta en el sentido de máxima sofisticación o que se produzca una continua innovación en el proceso. Tres datos refuerzan esta percepción un funcionamiento empresarial "simple", la escasa cualificación de los recursos humanos que a lo largo de varias décadas han ido configurando la estructura organizativa de estas empresas, y la lentitud en el proceso de innovación de procesos.

5.1.- El desarrollo organizativo

Podría establecerse el nivel de desarrollo empresarial de estas entidades mediante el estudio de la complejidad organizativa o de alguna de sus dimensiones (diferenciación o formalización). Domingo Sanz y De Loma-Ossorio (1991) indican que existe cierto rechazo general hacia la figura del gerente en las cooperativas agrarias ya que muchos agricultores, a veces de edad avanzada y con poca mentalidad innovadora, consideran que si la empresa ha funcionado bien hasta la fecha, no es necesaria la presencia de esta figura para manejar sus intereses. Lo cual lleva a López Ontiveros (1982) a dudar de la existencia de una gestión racional y moderna en el conjunto de las cooperativas olivareras andaluzas, dado el raquitismo que se advierte en su máquina administrativa. De hecho muchas cooperativas externalizan las funciones "de oficina". Vargas (1993), para la provincia de Huelva, fija esa cifra en el 22%. En el estudio que Domingo y Loma-Ossorio (1991) llevaron a cabo sobre las almazaras cooperativas en toda Andalucía, la cifra de cooperativas que no contrataban personal para cumplir con las labores administrativas se eleva al 36%, mientras Mozas (1999) señala que un 22,6 % de las cooperativas no cuenta en su estructura con personas que desempeñen las labores propias de gestión. En el caso de que se asuma la estructura organizativa es bastante simple. El Cuadro 8 nos da una idea del bajo nivel de diferenciación horizontal (puestos diferentes) y vertical (número de niveles).

Además de consideraciones culturales -desconfianza hacia el control tecnocrático- han de tenerse en cuenta argumentos funcionales. Las cooperativas olivareras suelen desarrollar un funcionamiento monista¹⁹: en la mayoría de las ocasiones el consejo rector asume las funciones directivas de hay que

19.- El reconocimiento parcial -explícito o implícito- de la figura del gerente y la influencia de estos factores nos hace vislumbrar la existencia de dos modelos básicos de gestión de las empresas de economía social: uno monista, en el que no existe la persona del directivo (aunque la función sea asumida por diversos órganos) y un modelo dualista, en el que existe tanto la figura como la función.

la figura del gerente sea bastante excepcional. Aunque el libro blanco de la Economía Social (1992) ofrece un porcentaje de un 44,9% de media de cooperativas agrarias con gerente o similar, en el estudio de Mozas (1999) la gerencia en almazaras cooperativas es reconocida sólo por un 4,9% de las entidades.

Por tanto la lógica del control social es más relevante que la lógica del control racional-técnico. Mozas, Poza y Vallejo (1997) demuestran que los criterios de selección del personal que se utilizaban a la hora de la contratación en las almazaras cooperativas eran de naturaleza informal: "socio o familiar de socio", "persona conocida", "persona de confianza". Los criterios de eficiencia: experiencia, formación, competencias personales, etc., casi nunca eran tenidos en cuenta.

Cuadro 8. Diferenciación vertical y horizontal en la estructura de las almazaras cooperativas jiennenses

	Nº de empleados que desempeñan el puesto	% de empleados que desempeñan el puesto	Nº de cooperativas en las que se encuentran	% de cooperativas que cuenta con los puestos
Gerente	7	4,5	7	4,9
Jefe de Administración	20	12,8	20	13,9
Administrativo	68	43,6	63	43,7
Auxiliar administrativo	41	26,3	36	25,0
Oficial (1ª y 2ª)	20	12,8	18	12,5
Totales	156	100,0	144	100,0

Fuente: A. Mozas (1999)

5.2.- El capital humano

En cuanto a los recursos humanos que componen estas experiencias, han sido diversas las investigaciones del sector oleícola andaluz que muestran el escaso potencial de los recursos humanos de las cooperativas. Según el Libro Blanco de la Economía Social en España (Barea y Monzón, 1992), el nivel de formación del gerente/director en el subsector de cooperativas almazaras en España se distribuía de la siguiente manera: sin estudios, un 17,3%; con estudios primarios el 23,5%; con estudios medios el 30,5%, y con titulación universitaria el 28,7%. Domingo y Loma-Ossorio (1991, pp. 90 y 91) obtienen que tan sólo un 5% de las cooperativas agrarias poseen un potencial humano adecuado.

En el estudio de Mozas (1999) se distingue entre personal con escasa preparación (trabajadores que no disponen de titulación universitaria y, por lo tanto, les sería difícil responsabilizarse de la gestión de la oficina de cualquier empresa), personal con una formación potencial (titulados universitarios con conocimientos que no tienen nada que ver con la administración de empresas) y personal especialmente preparado (titulados universitarios que poseen conocimientos de administración de empre-

sas). El predominio del personal con escasa preparación es la tónica general: sólo el 9% del personal lo podemos calificar como preparado para llevar la riendas de una empresa y poder asesorar en las labores de gestión.

5.3.- El desarrollo de la tecnología

La incorporación de los avances tecnológicos en este tipo de empresa es muy lento. En el ámbito agrario, la persistencia de salarios muy bajos que expulsó a gran parte de la mano de obra²¹, por un lado, y la necesidad de los propietarios de aumentar o mantener sus beneficios, por otro, es lo que induce a desarrollar la mecanización, dando lugar a esa primera modernización del campo que sustituye trabajo por maquinaria. Incluso la prensa hidráulica, un invento que no se puede calificar como moderno subsiste todavía en algunos establecimientos. Esto no impide que existan pequeñas mejoras en el sistema tradicional: “una almazara de hoy aunque mantenga la prensa hidráulica se parece bien poco a una de hace veinte o treinta años” Como señala López Ontiveros (1982): *Los grandes molinos de rulos comienzan a desaparecer, las batidoras se perfeccionan día a día; se automatizan las bombas de prensas hidráulicas, ha desaparecido el bosque de volantes y correas, y se ha sustituido por la propulsión autónoma de cada máquina*²².

Paulatinamente la tecnología del sector ha evolucionado y los sistemas de producción continua –que han supuesto un punto de ruptura en el desarrollo tecnológico- se han ido imponiendo en la mayoría de las cooperativas. López Ontiveros (1982) detecta a 11 almazaras cooperativas con sistemas de producción continua (tres fases) y 89 con sistema tradicional. Según el trabajo de Pérez Rojas (1995) en el colectivo de almazaras cordobesas –la más avanzadas tecnológicamente para López Ontiveros en su estudio de 1982-, 19 cooperativas utilizaban un sistema de producción continuo integral (dos fases²³)- el más avanzado, 38 entidades el sistema continuo (tres fases), mientras 17 cooperativas todavía utilizaba procedimientos tradicionales de prensado de la aceituna. Por tanto puede afirmarse que el proceso de la última adaptación significativa a nivel tecnológico en este tipo de empresas es muy reciente: a comienzos de la década de los noventa.

21.- Sirva como ejemplo el caso cordobés: en la década de los sesenta la cuarta parte de la población cordobesa tuvo que emigrar –el cuarenta por ciento de dicho colectivo tenía una edad entre quince y veintinueve años-.

22.- Estas mejoras en el sistema tradicional se perciben como una tecnología “moderna”. A título de ejemplo el *Diario Córdoba* (4-1-1958, p.6) hace referencia a la inauguración de la cooperativa olivarrera de N.º 5ª de la Estrella (Aguilar de la Frontera, Córdoba) calificando sus instalaciones como “una de las mejores” cuando la descripción que realiza en el texto responde a simples mejoras en el sistema tradicional.

23.- Ver ANEXO 1.

5.4.- El desarrollo comercial

En 1970 Andalucía producía más del 70% de todo el aceite de oliva nacional. El porcentaje de aceite de oliva exportado por las cooperativas sólo alcanzaba un 2,26%. En las campañas anteriores ese porcentaje era todavía menos significativo: un 1,53% en 1969; 1,49% en 1968. De ese porcentaje máximo del periodo 1968- 1970, tres cooperativas no andaluzas representaban toda la exportación oleícola cooperativa: Unión Agraria Cooperativa de Reus, UTECO de Lérida y UTECO de Toledo.

Estos datos son un indicador de la escasa penetración del cooperativismo oleícola en las fases que implican el acceso al consumidor (envasado, refinado,...) Diversos estudios (Ceña et al, 1983; Domingo Sanz, 1989) demostraban que la mayor parte de las cooperativas olivícolas no pasan de la primera fase de transformación o de la prestación de servicios elementales a sus socios, pasando a desempeñar -en el caso de las cooperativas de transformación- el papel de nuevos concentradores de oferta, beneficiando en consecuencia, a otro tipo de empresas que actúan en otras fases de transformación, y que representan para aquéllas un coto vedado. Así quedan relegadas a un espacio intermedio específico, en el proceso de producción-transformación, en el que las demás empresas no están interesadas.

El proceso de conquista de otras fases en el proceso productivo se intentó acometer mediante el cooperativismo de segundo grado y así aprovechar las ventajas competitivas existentes en el sector mediante la integración vertical tanto ascendente (aprovechamiento de subproductos del olivar)²⁴ como descendente (actividades de segunda transformación como refino, envasado, venta directa al consumidor, etc.).

5.5.- Integración vertical ascendente

La necesidad de aportar un mayor valor añadido a los productos, en este caso el orujo que producían las almazaras, frente al abuso de las industrias extractoras es una de las causas fundamentales de la formación en 1967 de la cooperativa de segundo grado Oleícola El Tejar. Así se consolida su actividad principal: el aprovechamiento de los subproductos del olivar, especialmente de la industria almazarera con el tratamiento de los diferentes tipos de orujos y sus componentes. Por tanto el desarrollo empresarial de un emprendedor colectivo, como es el caso de una cooperativa de cooperativas, no estuvo exento de dificultades. Obstáculos administrativos en el reconocimiento e inscrip-

24.- ¿Qué se puede esperar de los subproductos del olivar? A título indicativo pueden citarse: (1) A partir del alperujo -masa de aceituna de primera centrifugación- se obtiene aceite de oliva de segunda centrifugación; (2) con la pulpa separada del hueso, se fabrica pienso para el ganado y fertilizante orgánico, y se utiliza además como biocombustible; (3) con el hueso, separado de la pulpa, se fabrica carbón activo en una planta instalada en Palenciana que produce 1.250 Tm. al año; (4) para el aprovechamiento masivo del alperujo húmedo se ha instalado una central eléctrica que, utilizando este biocombustible, produce 13 Mw/hora, consume 150.000 Tm./año de alperujo y factura cerca de 1.000 millones de pesetas al año. El aprovechamiento de los residuos de la poda del olivo, también es susceptible de múltiples aprovechamientos. Se dispone de una máquina capaz de recoger, astillar y cargar dichos residuos y se han estudiado diversas líneas de producto a obtener. Por un lado, la hoja deshidratada y separada de la madera se usaría en la preparación de pienso para el ganado y, por otro, se han estado desarrollando un conjunto de pruebas para comprobar la viabilidad técnica y económica de utilizar dicha madera como materia prima de otros procesos industriales.

ción ante los recelos que representaba la iniciativa, presiones comerciales al sufrir durante tres años seguidos el boicot de los compradores de aceite de orujo son sólo algunos ejemplos de los problemas exógenos a los que esta experiencia singular tuvo que hacer frente a sus comienzos en la década de los setenta. Sin embargo, las dificultades iniciales ayudaron a definir, mejor si cabe, el objetivo central de la cooperativa y permitió un crecimiento continuo en número de socios y en volumen de producto tratado, con el consiguiente beneficio derivado de la economía de escala. Así Oleícola El Tejar es actualmente un grupo empresarial²⁵ que aglutina a un centenar largo de entidades entre Cooperativas y SAT, fundamentalmente de Andalucía, pero también de Extremadura. Estas a su vez asocian a más de 40.000 agricultores que cultivan más de 300.000 Has lo que supone una producción de más de 120.000 Tm. de aceite de media anual: alrededor del 20% del orujo de España y el 25% de Andalucía. Oleícola El Tejar exporta también la pulpa de aceituna sobrante tras la extracción de la materia grasa para alimentación animal y como biocombustible para calefacción en los países del Norte de Europa (Morales Gutiérrez, 1999).

5.6.- Integración vertical descendente

El avance en la estrategia comercializadora se ha ido fraguando en el sector cooperativo progresivamente. Las fórmulas jurídicas para constituir entidades en el campo del envasado y el refino, y posterior comercialización al consumidor con marca en el mercado nacional y extranjero, han sido muy diversas: sociedades anónimas –como es el caso de ABASA-, sociedades mixtas –como el Grupo Picual Virgen²⁶ en Jaén- y sobre todo experiencias cooperativas de segundo grado –como Agro Sevilla²⁷ (1975), Hojiblanca²⁸ (1987) en Antequera, o Cordoliva y Alcofed en Córdoba.

En relación con esta estrategia merece consignarse la promulgación, durante 1972 y 1974, del conjunto de disposiciones que configuran y regulan las APA, concebidas como instrumento para mejorar la comercialización agraria y las condiciones de consumo mediante la concentración de la oferta, la tipificación de los productos, la realización de una adecuada gestión comercial a la escala necesaria, y la mejora y clarificación del mercado y de los circuitos de distribución. No obstante el campo

25.- El grupo de empresas de Oleícola El Tejar está compuesto por Ibérica de Carbones Activos S.A. que produce carbón activo a partir del hueso de aceituna y Oleotejar S.A. dedicada al refinado de aceites de orujo, oliva y girasol. Agroenergética de Baena S.L. para la producción de energía eléctrica con los residuos de la aceituna, se encuentran actualmente en fase de construcción, al igual que Agroenergética de Pedro Abad S.L. en donde se ubica una planta de producción de energía eléctrica. Entre las empresas asociadas, se incluyen Vapor y Electricidad El Tejar S.L. que genera energía eléctrica a partir de una central de 12,6 megawattios y en la que Oleícola El Tejar dispone de una participación del 34%.

26.- Iniciativa de cooperativas (40%), almazaras industriales (40%) y Fundación del Olivar (20%) para competir con las grandes envasadoras en la provincia de Jaén.

27.- Situada entre los diez principales exportadores de aceite de oliva, así como en los primeros puestos de la producción, envasado y exportación de aceitunas de mesa. Presente en cuarenta países donde sus marcas Coopoliva, Olicoop, Seville Premium y Agro Sevilla tienen una posición de liderazgo (Andalucía Económica, Diciembre 2002, p.73).

28.- En el año 1987 un grupo de 13 cooperativas dedicadas a la producción de aceite de oliva virgen extra y de aceitunas de mesa dedicó a constituir una cooperativa de segundo grado, integrada hoy por 23 almazaras asociadas localizadas en más de veinte municipios andaluces y que producen unas 50.000 toneladas de aceite. Hojiblanca, probablemente la mayor agrupación mundial de productores, es hoy una de las locomotoras que tiran de la economía de la comarca de Antequera. Tiene una filial –Oleícola Hojiblanca S.A. que en 2001 facturó unos 24 millones de euros, 600 de los cuales son de las ventas realizadas en 30 países de América, Europa, Asia y África (Andalucía Económica, Diciembre 2002, p.73).

que queda por recorrer en este terreno queda reflejado en la Figura 1: las almazaras cooperativas representan el 45,6% de la transformación, el envasado es asumido por un 30% de empresas bajo la fórmula cooperativa y se reduce prácticamente a la mitad en la fase de refino.

No obstante, los procesos de integración vertical son inexorables en los sectores agroalimentarios y bordean la comisión de prácticas monopolísticas como ocurre con CECASA. En 1998 se constituyó la sociedad de Aceites Cooperativos integrada por la jiennense Fedeliva, ocho cooperativas y una SAT de diversas provincias andaluzas. Posteriormente se constituyó la sociedad Mundoliva. Actualmente ambas sociedades se han asociado con almazaras privadas, entidades financieras y han constituido la Compañía Española Comercializadora de Aceite (CECASA), cuyo fin es lograr la estabilidad de los precios en origen adquiriendo aceite en el mercado cuando se produzca una bajada por debajo del umbral de rentabilidad²⁹.

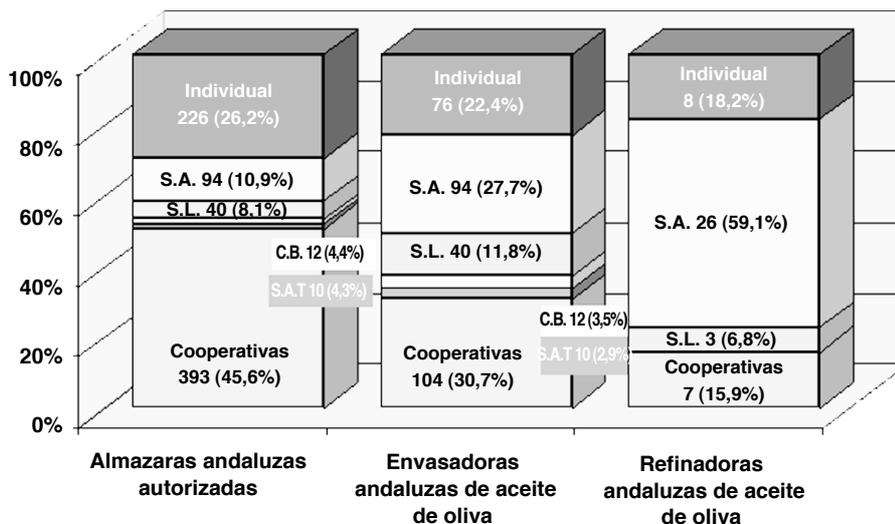
6.- Los límites de la cooperación en el sector olivarero: las conclusiones de un análisis ecológico a nivel provincial

La ecología organizacional considera que la evolución y cambio de las organizaciones se da a través de los procesos de selección natural, siendo los principales, las fuerzas de inercia, isomorfismo, competición y legitimación. La metodología empleada para el análisis de la evolución, desarrollo y crecimiento de las cooperativas agrarias es la que aporta por tanto el enfoque ecológico organizacional (Hannan y Carroll, 1992). Se considera como unidad de análisis la población de este tipo de organizaciones bajo la influencia de procesos ecológicos de selección. Los análisis a desarrollar, desde el enfoque ecológico, de la población de organizaciones de cooperativas olivareras, se hace en este caso tomando datos a nivel provincial centrándose en tres aspectos: se analiza el patrón de crecimiento de la población de organizaciones, se estudia la relación de dependencia de las tasas de fundaciones o nacimientos con la densidad poblacional o censo (en qué medida el número de organizaciones en funcionamiento afecta a la creación de organizaciones de una población). El análisis ecológico, y el posterior contraste de las hipótesis propuestas, requirió la realización de un trabajo documental en el archivo del Registro de Cooperativas de la Delegación Provincial para aportar los datos básicos para el periodo considerado de fundaciones, cooperativas activas, cooperativas inactivas, cooperativas disueltas y datos censales. Los resultados de este trabajo documental para las cooperativas olivareras se aporta en el Anexo 2. Se van a contrastar dos hipótesis relacionadas con su crecimiento y con su comportamiento ecológico básico³⁰.

29.- En estos momentos su actividad está paralizada por decisión del Tribunal de la Competencia, tras quejas por parte de Asoliva, Anierac (Andalucía Económica, Diciembre 2002, p.67)

30.- La formulación de otras hipótesis está restringida por la ausencia de datos. En concreto, habría interesado estudiar el posible efecto competición de las cooperativas agrarias con las sociedades agrarias de transformación. Las dificultades para encontrar datos fiables sobre este tipo de organizaciones en el periodo considerado y el corto período de existencia de estas organizaciones –reguladas desde 1981– desaconsejaron profundizar en esta línea.

Figura 1. Distribución de las Almazaras, Envasadoras y Refinadoras de aceite de oliva andaluzas, según naturaleza jurídica (al 31/12/94)



Fuente: Consejería de Agricultura y Pesca.

6.1.- Hipótesis 1: La evolución de las cooperativas olivereras en el ámbito provincial ha alcanzado su techo como especie organizativa.

El crecimiento o la capacidad de la población para aumentar el número de individuos que la componen constituye el aspecto dinámico más relevante de los que se manifiestan en las poblaciones de organizaciones. El análisis del ciclo de vida de las organizaciones, como ocurre con los organismos vivos, permite examinar las organizaciones o las poblaciones de organizaciones en cada uno de los diferentes estados del ciclo de vida: nacimiento, crecimiento, maduración, decadencia y resurgimiento. El análisis de este ciclo permite situarnos en condiciones de conseguir diversos objetivos, tales como: ser capaz de identificar la posición de la población dentro de su ciclo de vida; estudiar las diversas estrategias que pueden utilizarse para posicionarse en un momento determinado de dicho ciclo; comprender la dependencia de las poblaciones respecto a su ciclo de vida. La consecución de estos objetivos resulta sumamente importante. Toda organización se encamina hacia diferentes estados a través de un proceso de cambio continuo. Este proceso requiere una postura de la organización, en cada momento, en orden a dirigir y gestionar la transición entre los diversos estadios.

La legitimación de una determinada forma organizativa será escasa cuando existen pocas organizaciones en una determinada población y su nivel de participación en la actividad general de la sociedad es reducida. A medida que crece el número de organizaciones en la población -aumento de la

densidad poblacional-, en algún punto del rango de la densidad, la legitimación crece con una tasa creciente para posteriormente cambiar hacia una tasa decreciente cuando la densidad es elevada. Este comportamiento sugiere que la forma de crecimiento será en S, por lo que el ajuste se puede realizar mediante los modelos logístico y Gompertz. Además, dichos modelos proporcionan un punto de partida, así como un vínculo con la teoría matemática aplicada a la dinámica de poblaciones. Los estudios muestran que el crecimiento de los individuos biológicos y de las organizaciones son similares y ambos utilizan un patrón exponencial de crecimiento. Los datos más relevantes que deben conocerse en el análisis del crecimiento de una población serán, entre otros la capacidad de carga, el valor inicial (N_0) -primer dato de la serie que delimita el período de estudio-, el punto de inflexión, t_i , y el Valor de N_i o densidad poblacional cuando ocurre el cambio de tendencia³¹.

Cuadro 9. Estimación de la curva de crecimiento logístico

	N	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
b1	68.12236	0.4981197	136.759	0.000	67.12326	69.12146
b2	0.168133	0.005766	29.159	0.000	0.1565678	0.1796982
b3	1959.285	0.2270698	8628.557	0.000	1958.83	1959.741

$$N=68.12236 / \{1+\exp[-0.168133*(An-1959.285)]\} \quad (R^2 =0,9985, R^2 \text{ ajustado } =0,9984)$$

Fuente: elaboración propia a partir de base de datos del Proyecto BHSA (2002-2004)

Se trata de un buen ajuste (Figura 2) tal y como indica el R^2 ajustado (0,9984) y el nivel de significación de los coeficientes estimados según el estadístico z. A partir de esta función se estimaron las variables básicas que explican el modelo de crecimiento de esta especie en este ámbito territorial concreto: capacidad de carga ($K=b_0+b_1$) y punto de inflexión. La capacidad de carga para esta población se produce en torno a las 68 entidades. Para el período considerado el crecimiento del número de miembros de la población cambia de tendencia hacia la fase de amortiguamiento y estabilización -punto de inflexión y máxima pendiente- en el año 1959. En dicho año el censo poblacional sería de 33 entidades. Por tanto se confirma la primera hipótesis: nos encontramos ante una especie organizativa que ha agotado su capacidad de crecimiento –en las condiciones del entorno consideradas- de la que sólo cabe esperar el mantenimiento o la disminución del número de entidades por disolución o fusiones entre ellas, como se constata en el caso de algunas localidades en donde existen cooperativas que desempeñan la misma función económica –aunque no la misma función social- y la presión de la eficiencia les lleva a plantearse la fusión entre ellas.

31.- Las fórmulas para la obtención de dichos datos se realiza siguiendo los métodos clásicos de diferenciación e integración, siendo en el modelo utilizado las siguientes: Capacidad de carga ($K = b_1$) tendencia asintótica de la variable N -densidad poblacional-, cuando t tiende a infinito que se corresponde con el límite tendencial de la etapa o fase de estancamiento; Punto de inflexión ($t_0 = b_3$) instante del tiempo donde la curva cambia de cóncava o convexa que coincide con el punto temporal en el que la pendiente de la curva alcanza su valor máximo; y valor de N en el punto de inflexión ($N(t_0) = b_1/2$).

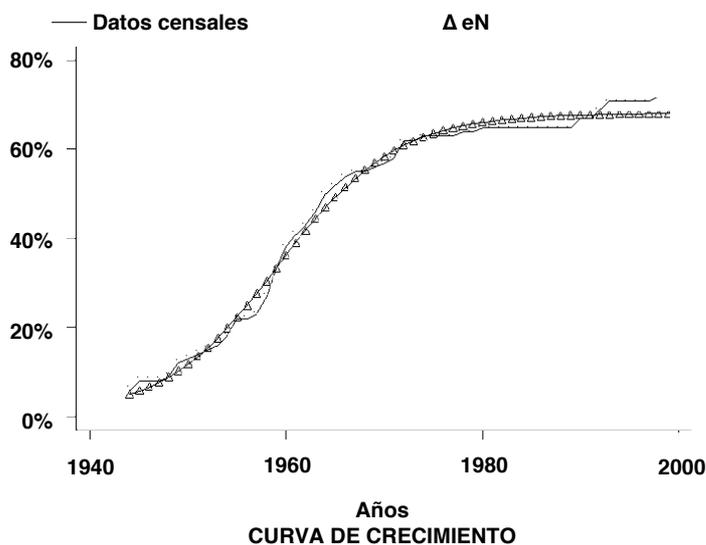
6.2.- Hipótesis 2: La dependencia de la evolución de las cooperativas respecto a la densidad poblacional

Las fundaciones organizacionales o tasas de entrada en una población de organizaciones, responden a procesos de competición y legitimación, viéndose alterados estos procesos en función del número de organizaciones existentes y de las condiciones del entorno. El modelo utilizado para explicar la dependencia de las tasas de fundaciones respecto a la densidad poblacional está basado en las hipótesis desarrolladas por Hannan y Carroll (1992). Estos autores, consideran primeramente, la relación que existe entre los procesos de legitimación y competición y las tasas de vida de las organizaciones, para posteriormente relacionar la legitimación y la competición con la densidad. Las teorías sobre la competición y legitimación implican que la dependencia de las fundaciones sobre la densidad es positiva cuando ésta es reducida y negativa cuando es elevada. Por lo tanto es de esperar que la tasa aumente con el crecimiento de la densidad hasta cierto nivel y que posteriormente disminuya ante nuevos aumentos de la densidad -forma de U invertida-. Un modelo matemático que puede explicar el anterior teorema es el modelo generalizado de Yule, utilizado por Hannan y Carroll en sus investigaciones.

$$\lambda(t) = d(t) \cdot N^\alpha(t) \exp(\beta N^2(t))$$

con las predicciones: $\alpha > 0$ $\beta < 0$

Figura 2.-Estimación de la curva de crecimiento logístico para las cooperativas olivareras en Córdoba 1944-1999



Fuente: elaboración propia a partir de base de datos del Proyecto BHSA (2002-2004).

El modelo final, además de los efectos de la densidad poblacional sobre la tasa de fundaciones, utiliza como variables dependientes el número de fundaciones del año anterior (B). La existencia de un gran número de organizaciones, así como el hecho de muchas fundaciones recientes, agotarán la oferta de los recursos disponibles para la creación de nuevas organizaciones, por lo que el efecto de las fundaciones recientes tendrá también un efecto similar al de la densidad. En el caso de cooperativas se ha utilizado como versión más aproximada a este modelo la regresión de la función máximo-verosímil de Poisson, estimada mediante el programa estadístico STATA 5.0 (Veroz 1999). En el Cuadro 10 aparecen reflejados los valores de los coeficientes estimados y el grado de ajuste según la función χ^2 .

Cuadro 10. Estimación del número de fundaciones respecto a la densidad población según un regresión de Poisson

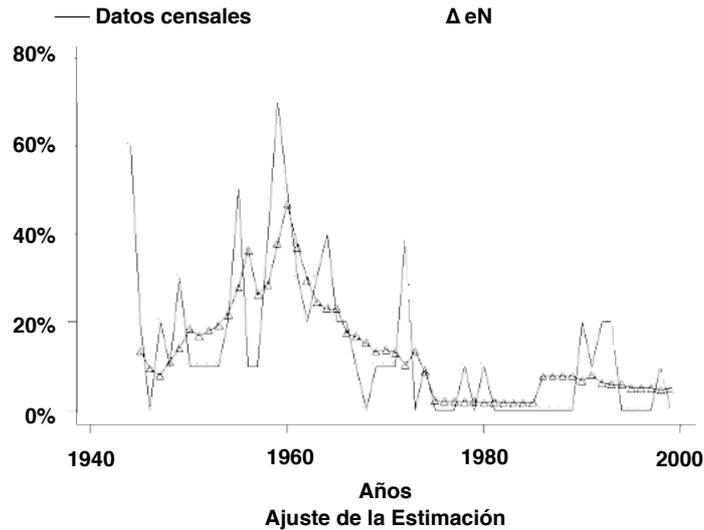
	Coef	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
LnN	1.437524	.4767822	3.015	0.003	.5030485	2.372
N2	-.0007855	.0001995	-3.938	0.000	-.0011765	-.0003945
B	.11077	.0672444	1.647	0.100	-.0210265	.2425665
Constante	-3.252994	1.282128	-2.537	0.011	-5.765918	-.7400695

Goodness-of-fit χ^2 (33) = 58.269; Prob > χ^2 = 0.2256; Model χ^2 (3) = 40.378; Prob > χ^2 = 0.0000

Fuente: elaboración propia.

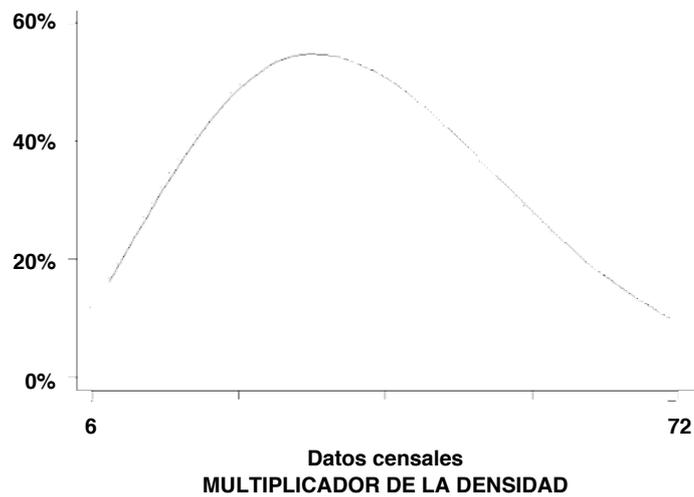
El nivel de significación al 95% de los coeficientes estimados –y la bondad del ajuste de la χ^2 – nos indica el comportamiento de las variables fundamentales –densidad poblacional y número de fundaciones del año anterior- en la dirección sugerida por la hipótesis. En la Figura 3 se aporta las diferencias entre la realidad de las fundaciones de cooperativas y las estimaciones realizadas para cada año en función de la regresión obtenida. El análisis del multiplicador de la densidad (Figura 4) confirma que la tasa de fundaciones aumenta con el crecimiento de la densidad hasta cierto nivel y posteriormente disminuye ante nuevos aumentos de la densidad -forma de U invertida.

Figura 3. Constitución de cooperativas olivareras en Córdoba y estimación (ef)



Fuente: elaboración propia.

Figura 4. Multiplicador de la densidad poblacional



Fuente: elaboración propia.

7.- Conclusiones

Después de los datos aportados procede resaltar aquellos aspectos más significativos del presente estudio:

1. El motivo fundamental que se identifica en el origen de la cooperativas olivereras -almazaras- está relacionado con la necesidad de los socios de defender el precio de la aceituna ante el abuso de los compradores (corredores) privados y el comportamiento oportunista de las almazaras locales.

2. La cooperación en el sector oleícola se ha ido configurando como un cooperativismo de baja implicación -la renta generada para el cooperativista constituye un complemento de otras actividades no necesariamente relacionadas con la agricultura- y escaso nivel de desarrollo empresarial -estructuras simples, escasas necesidades de formación para la gestión y predominio de una tecnología poco sofisticada y de avance muy lento-.

3. En una minoría de estas experiencias, los socios económicamente más poderosos dominan los consejos rectores bajo dos formas. En primer lugar, teniendo mayor representatividad en dichos consejos, siendo minoritarios en el colectivo de socios; y en segundo lugar, ostentado los cargos más relevantes dentro de cada consejo, en los que permanecen durante varios mandatos.

4. El fenómeno cooperativo, a pesar del esfuerzo realizado en la formación de iniciativas de segundo grado para acometer fases en las que se juega una gran parte del valor añadido, va perdiendo protagonismo a medida que avanza en la cadena de valor hacia la venta al consumidor final: las almazaras cooperativas representan el 45,6% de la producción, el envasado es asumido por un 30% de empresas bajo la fórmula cooperativa y se reduce prácticamente a la mitad en la fase de refino.

5. El análisis ecológico organizacional realizado para la provincia de Córdoba refleja que nos situamos ante una especie organizativa que ha agotado su capacidad de crecimiento de la que previsiblemente sólo cabe esperar el mantenimiento o la disminución del número de entidades por disolución o fusiones entre ellas.

La evolución en diversas dimensiones expuesta a lo largo del trabajo, las presiones que ejerce el entorno hacia una mayor grado de competitividad empresarial, las transformaciones en las condiciones que rigen el mercado por parte de los agentes reguladores en la Unión Europea y las presiones sociales -de renovación de los cargos sociales- parecen vislumbrar a medio plazo cambios profundos a nivel cualitativo en este tipo de entidades. En esta dinámica se seguirá poniéndose a prueba la capacidad de adaptación que tienen estas organizaciones para sobrevivir en un mercado abierto y mantener con coherencia la identidad que supone el compromiso cooperativo.

Bibliografía

- ALDRICH, H.E. *Organizations and environments*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1979.
- ARCO DEL ALVAREZ, J. L. y OTROS. Análisis Económico y Sociológico del Cooperativismo Agrícola. Confederación Española de Cajas de Ahorro, Madrid, 1972.
- AZNAR ENGUIDANOS, A. La información, formación y participación en el seno de las cooperativas y SAT, *Revista de Estudios Agrosociales*, nº 135, abril-junio 1986, pp. 55-74.
- BALLESTERO, E. La cooperativa ¿puede funcionar como una sociedad anónima?, *Agricultura y sociedad*, nº 10, 1979, pp. 217-243.
- BAREA TEJEIRO, J. y MONZON CAMPOS, J. L. *Libro Blanco de la Economía Social en España*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 1992.
- BEL DURÁN, P. *Las cooperativas agrarias en España. Análisis de los flujos financieros y de la concentración empresarial*, CIRIEC-España, Valencia, 1997.
- BRITTAIN, J y FREEMAN, F. Organizational Proliferation and Density-Dependent Selection. In John KIMBERLEY y Robert H. MILES (Eds.) *Organizational Life Cycles*. San Francisco: Jossey-Bass, 1980.
- CARRASCO CARRASCO, M. y VARGAS SÁNCHEZ, A. (Coords.) *Orígenes, evolución y perspectivas del cooperativismo agroalimentario en la provincia de Huelva*. Fundación Caja Rural del Sur, Huelva, 2002.
- CARROL, G. R. Organizational Ecology. *Annual Review of Sociology*, 10, 1984, pp. 71-93.
- CARROL, G. R. (Ed.) *Ecological Models of Organizations*. Cambridge, Mass: Ballinger, 1988.
- CARROLL, G.R. y HANNAN, M.T. Density Dependence in the Evolution of Population of Newspaper Organizations, *American Sociological Review*, vol. 54, nº 4, 1989.
- CEÑA DELGADO, F., PEREZ YRUELA, M., SEVILLA GUZMAN, E. *El Cooperativismo Agrario como forma de acción social colectiva: Análisis del caso andaluz*. Instituto de Sociología y Estudios Campesinos, Universidad de Córdoba, 1983.
- CLEMENTE DIAZ, M. et al. Análisis del conflicto interior de las cooperativas agrarias y estrategias de superación, *Cuadernos del Banco de Crédito Agrícola* nº 6, 1993.
- CRUZ ROCHE P. *Situación actual y posibilidades de crecimiento de las empresas asociativas de transformación y comercialización de productos agroalimentarios*. Ministerio de Agricultura y Pesca, Madrid, 1984.

- DEL ARCO ALVAREZ, J. L. y OTROS. *Análisis Económico y Sociológico del Cooperativismo Agrícola*. Confederación Española de Cajas de Ahorro, Madrid, 1972.
- DE NO-LOUIS (Dir.). *Estudio sobre el socio cooperativo y su medio en la provincia de Córdoba (Zona de Campiña)*. Córdoba: Organización Sindical de Cooperación, 1974.
- DIAZ del MORAL, J. *Historia de las agitaciones campesinas andaluzas*, Madrid: Alianza Editorial, 1969.
- DOMINGO SANZ, J. y DE LOMA-OSSORIO, E. *Las almazaras cooperativas en Andalucía*. Cámara Oficial de Comercio e Industria de Jaén, 1991.
- FREEMAN, J. Organizational Life Cycles and Natural Selection Process. In Barry STAW and Lawrence CUMMINGS (eds.) *Research in Organizational Behavior*, vol. 4 Greenwich. Conn: JAI Press, 1982.
- FUENTES GARCÍA, F. J. y VEROZ HERRANDÓN, R. *Las cooperativas agrarias en Andalucía*, Informe anual del sector agrario en Andalucía, 1998, pp. 359-416.
- GARCÍA MARTÍ, E. Los principios cooperativos en el seno de la almazara cooperativa andaluza, *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, núm. 70, 2000, pp. 103-123.
- HANNAN, M. T. y FREEMAN, J. The Population Ecology of Organizations. *American Journal of Sociology*, 82, 1977. pp. 829-964
- HANNAN, M. T. y CARROL, G. *Dynamics of Organizational Populations*. Oxford University Press, 1992.
- HANNAN, M. T. y FREEMAN, J. Structural Inertia and organizational Change. *American Sociological Review*. Vol 49, 1984, pp.149-164.
- HANNAN, M. T. y FREEMAN, J. *Organizational Ecology*. Cambridge, Harvard University Press, 1989.
- HANNAN, M. T. y FREEMAN, J. The Ecology of Organizational Founding: American Labor Unions, 1836-1985. *American Journal of Sociology*, 92, 1987, pp. 910-943.
- HAUBERT, M. *Cooperativismo y crisis económica en Andalucía*. Universidad de Sevilla, Instituto de Desarrollo Regional, 1984.
- HOOVGUELD, A. y JURJUS, A. *Olive oil in Spain: Strategies and prospects*, Institute for Social and Behavioral Sciences, Nijmegen, Holanda, 1990.
- LANGREO NAVARRO, A. y GARCIA AZCARATE, T. Las interprofesionales agroalimentarias en Europa, segunda parte de *La coordinación vertical de los sectores agroalimentarios en España*. MAPA, 1995.
- LOPEZ ONTIVEROS, A. *El sector oleícola y el olivar: oligopolio y costes de recolección*. Servicio de Publicaciones del Ministerio de Agricultura, Madrid, 1978.
- LOPEZ ONTIVEROS, A. *Las cooperativas olivares andaluzas. Una realidad problemática*. Publicaciones del Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Córdoba. Córdoba, 1982.

- LUCAS, J. L. Las posibilidades de las cooperativas, *Revista de Estudios Agrosociales*, nº 78, 1972, pp. 85-99.
- MORALES GUTIERREZ, A. C. Las cooperativas como acción colectiva: una reflexión desde el ámbito rural andaluz, *Revista CIRIEC-España*, nº 18, Julio 1995, pp.57-82.
- MORALES, GUTIÉRREZ, A. C. *Ineficiencias del mercado y Eficacia de las cooperativas*. Ed: Instituto Nacional de Fomento de la Economía Social. INFES, 1996.
- MORALES GUTIÉRREZ, A. C. *Empresas y emprendedores en Córdoba: 30 casos de éxito*. Diputación de Córdoba, 1998.
- MOYANO ESTRADA, E. *Corporatismo y Agricultura: asociaciones profesionales y articulación de intereses en la agricultura española*. MAPA, 1984.
- MOYANO ESTRADA E. *Acción Colectiva y Cooperativismo en la Agricultura Europea*. Serie Estudios, MAPA, Secretaría General Técnica 80, Madrid, 1993.
- MOYANO FUENTES, J. Financiación de la producción y comercialización del aceite de oliva en las almazaras cooperativas, *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, núm. 63, 1997, pp. 79-92.
- MOZAS, A. Organización y gestión de las almazaras cooperativas: un estudio empírico, Consejería de Trabajo e Industria, Dirección General de Economía Social, Sevilla, 1999.
- MOZAS MORAL, A.; POZA PÉREZ DE LA, J. y VALLEJO MARTOS, M. C. La gestión de recursos humanos en las sociedades cooperativas agrarias: un estudio empírico. *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, 1997, nº 63, pp. 93-119.
- PÉREZ ROJAS, F. *Las almazaras cooperativas cordobesas: Una aplicación desde la contabilidad en las organizaciones*. Tesis Doctoral, 1995.
- PEREZ ROJAS, F., MORALES GUTIERREZ, A.C. y GARCIA PUERTA, J.A. *El Principio de Homogeneidad en las Cooperativas Almazaras Andaluzas*. Comunicación presentada al Congreso de Cooperativismo, Zaragoza. Septiembre 1994.
- PINO ARTACHO, J. Del. *El cooperativismo en Málaga*, Málaga: Servicio de Publicaciones de la Diputación Provincial de Málaga, 1974.
- PINO ARTACHO, J. Del. El cooperativismo agrario como factor de integración de la agricultura de Andalucía en la Unión Europea, *Revista CIRIEC-España*, 1995, nº 18, julio, pp. 83-109.
- SALINAS RAMOS, F. J. *La cooperativa agraria*, Ediciones CEAC, Barcelona, 1987.
- SAN JUAN MESONADA, C. (Coord.) *La modernización de la agricultura española 1956-1986*. MAPA, Madrid, 1989

CAUSAS, INTERESES Y DESARROLLO HISTÓRICO DE LA ACCIÓN COLECTIVA EMPRESARIAL EN EL ÁMBITO AGRARIO: EL CASO DEL COOPERATIVISMO EN EL SECTOR OLEÍCOLA
(pp. 117-150)

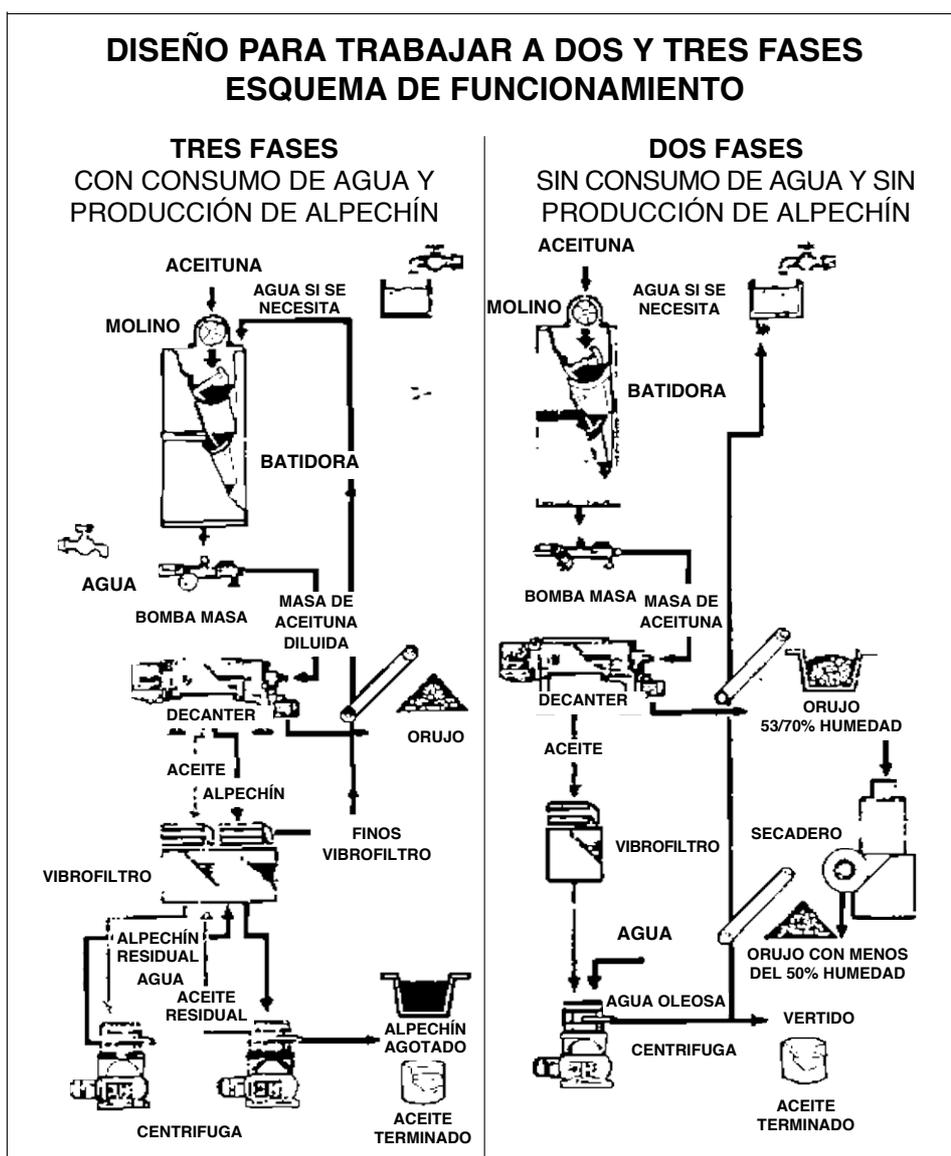
147

TORRES RUIZ F. J. *Las cooperativas jiennenses y la comercialización de los aceites de oliva: una perspectiva estratégica*. Instituto de Estudios Jiennenses. Diputación Provincial de Jaén, 1998.

VARGAS SÁNCHEZ, A. *Las almazaras cooperativas onubenses. Una propuesta de actuación ante la crisis*. Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Córdoba, Huelva, 1993

VEROZ HERRADÓN, R. *El cambio en las organizaciones empresariales: Análisis ecológico y aplicación a instituciones de economía social*. Tesis doctoral. Universidad de Córdoba, 1993.

Anexo 1: Sistemas de producción en tres fases y dos fases



Anexo 2: Evolución provincial de las cooperativas oleícolas en Córdoba (1944-1999)

Año	Cooperativas creadas (F)	Cooperativas disueltas	Cooperativas inactivas	Cooperativas activas (N)	Cooperativas (a) activas (b)
1944	6			6	6
1945	2			8	8
1946				8	8
1947	2	1(1974)	1 (1984)	8	10
1948	1			9	11
1949	3			12	14
1950	1			13	15
1951	1			14	16
1952	1			15	17
1953	1			16	18
1954	2			18	20
1955	5	1(1990)		22	25
1956	1	1 (1991)		22	26
1957	1			23	27
1958	4			27	31
1959	7	1 (2001)		33	38
1960	5			38	43
1961	3			41	46
1962	2			43	48
1963	3			46	51
1964	4			50	55
1965	2			52	57
1966	2			54	59
1967	1			55	60
1968				55	60
1969	1			56	61
1970	1			57	62
1971	1			58	63
1972	4			62	67
1973				62	67
1974	1			63	67
1975				63	67
1976				63	67
1977				63	67
1978	1			64	68

Año	Cooperativas creadas (F)	Cooperativas disueltas	Cooperativas inactivas	Cooperativas activas (N)	Cooperativas (a) activas (b)
1979				64	68
1980	1			65	69
1981				65	69
1982				65	69
1983				65	69
1984				65	68
1985				65	68
1986				65	68
1987				65	68
1988				65	68
1989				65	68
1990	2 (1)			67	69
1991	1	1 (2001)		67	69
1992	2			69	71
1993	2			71	71
1994				71	71
1995				71	71
1996				71	71
1997				71	71
1998	1 (2)			72	72
1999				72	72
	78			72	72

(1): CORCA 0591: Semillas oleaginosas.

(2): CORCA 1000: Oleícola El Tejar.

(a) En esta columna, la contabilidad se hace restando la cooperativa al año en que se fundó, independientemente de su fecha de disolución o inactividad.

(b) En esta, según la fecha de disolución (fecha registral) o inactividad (esta última fecha un tanto ambigua, según listados). Es la fecha que aparece entre paréntesis.

Fuente: elaboración propia a partir de datos registrales