

EL TOMATE EN GRAN CANARIA: LOS COSECHEROS-EXPORTADORES Y LA COMERCIALIZACIÓN

THE TOMATO IN GRAN CANARIA: THE EXPORTERS-HARVESTERS AND THE COMMERCIALIZATION

*Miguel Suárez Bosa**
*Manuel Rebollo López***

RESUMEN

Los cosecheros-exportadores surgen como empresas independientes que cultivan y exportan sus tomates al exterior, haciendo competencia a las casas exportadoras inglesas que, prácticamente, habían mantenido un monopolio hasta principios de los años veinte. Elder and Fyffes había conseguido aglutinar este negocio, controlando las navieras y el mercado consumidor. Se puede considerar que a partir de 1930 este colectivo dinamiza la agricultura de exportación del tomate en Gran Canaria.

PALABRAS CLAVE: tomate, agricultura, aparcería, Gran Canaria.

ABSTRACT

Harvesters and exporters appear as an independent companies that grow and export tomatoes, competing with British exporting companies, which practically had monopolized the industry until the early twenties. Elder and Fyffes had managed to bring together the business, controlling shipping lines and the consumer market. It can be considered that from 1930 this group boosts the tomato export agriculture in Gran Canaria.

KEYWORDS: Tomato, Agriculture, Sharecropping, Gran Canaria.

INTRODUCCIÓN

Aunque se han realizado una serie de estudios sobre los cosecheros y exportadores ingleses¹ que tuvieron una actuación destacada en el cultivo y la exportación del tomate, la presencia de los cosecheros-exportadores canarios, aún los de cierta envergadura, apenas se ha investigado, a pesar de su peso específico en nuestra economía durante varias décadas. En tal sentido, nos llama la atención esta laguna de la historiografía del siglo XX que pretendemos reivindicar.

El historiador parece más decidido a profundizar en la aparcería, defendiendo una situación social incuestionable, estudiando su evolución y sus características específicas. Posiblemente, estos trabajos toquen la fibra sensible del lector al contar una situación laboral injusta, sin embargo, habría que considerar esta parte de la historia de Canarias en un contexto más objetivo, y nos encontraremos con la parte humana de muchos cosecheros que entendieron la empresa como una entidad donde participaba el capital y el trabajo, en el que el uno sin el otro no funcionaba.

Este grupo de empresarios surge de distintos estratos de la sociedad: indianos inversores, comerciantes, terratenientes, y jóvenes emprendedores de la burguesía canaria; intermediarios exportadores que compran y arriendan terrenos, o los propios medianos agricultores que se ilusionan con los vecinos y entran en la dinámica exportadora por su cuenta, sin sopesar los gastos de comercialización inherentes a este negocio.

En la práctica les costó asociarse a los cosecheros. Desde 1918 se crea la Asociación Patronal de Exportadores, sin embargo, el intento de instaurar una Cámara de Exportación Agrícola desde 1927 no se llevó a término, y lo más cercano a esta aspiración fue el establecimiento de las Comisiones de Exportadores. En la década de los treinta se instaura el Sindicato de Frutos y Hortalizas, quien

*Investigador. Profesor titular de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Departamento de Ciencias Históricas. Las Palmas de Gran Canaria. España; Teléfono: +34928458913; Correo electrónico: msuarez@dch.ulpgc.es

**Investigador. Calle Obispo Rabadán, 30. Las Palmas de Gran Canaria. España; Teléfono: +34928366090; Correo electrónico: mrebollolopez@msn.com

consigue asumir algunos controles importantes; designar cupos a los cosecheros e inspeccionar, junto al SOIVRE, la calidad de la fruta embarcada.

Existía bastante diferencia entre las cifras exportadas por cada uno de los empresarios, y unos pocos no necesitaban de los demás para realizar la comercialización; el ejemplo más evidente de los años treinta lo encontramos en Hijos de Diego Betancor, S.A., que en 1938 expedía el 19% del total exportado. Tampoco *Wilfred Moore*, *L.H. Pilcher*, ni *David Leacock* tenían necesidad de asociarse para exportar; éstos siempre tuvieron resueltos los problemas del mercado consumidor.

ORGANIZACIÓN Y DISPOSICIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA TOMATERA EN GRAN CANARIA

La empresa tomatera tuvo un carácter eminentemente familiar, así lo podemos comprobar a través de muchos ejemplos de pequeños y medianos agricultores, o de los mismos cosecheros-exportadores. Se trataba de una empresa individual, donde el padre de familia ejercía de director gerente y los hijos se ajustaban dentro de los recursos humanos en los distintos puestos de trabajo: el cultivo, el pozo, el almacén, la administración, etc. Entre los ejemplos de los agricultores nombraremos a Luciano Pérez Rodríguez, hoy LUPEMA, donde la familia funcionó tal como exponemos.

En las grandes empresas observamos que, cuando fallecía el padre, se separaban dos entidades: una patrimonial, como comunidad de bienes, y otra de negocio, como sociedad anónima o limitada. Ejemplos: Hijos de Diego Betancor, Hijos de Bruno Naranjo, Hijos de Leonardo Valido, Hijos de Juan y Juliano Bonny, etc.

En ocasiones se formaron comunidades de explotación como la “Comunidad Veneguera” (Níceto Flores, Francisco Quintana y Alberto Eleizgaray) y CAUCE (Marcelo Báez, Juan Suárez Valido, Manuel Cárdenes, Salvador Perdomo y Federico Perdomo León).

También ocurrió que los hijos partieron su herencia y se convirtieron individualmente en empresarios; causa, entre otras, de la gran cantidad de exportadores que aparecen registrados en la Cámara de Comercio desde comienzos de los años treinta.

Los cosecheros-exportadores de tomates de Santa Cruz de Tenerife y de Las Palmas se agruparon para la comercialización de desigual manera. Esta diferencia la podemos analizar tras un breve resumen de las características específicas de estos grupos a finales de los años treinta.

Los *comerciantes-exportadores* son los que, actuando como personas físicas o jurídicas, compran los tomates a los pequeños agricultores de dos formas: a) recogen el fruto cosechado por los agricultores sin empaquetar, acuden con sus camiones, lo compran al peso en la propia finca o lo reciben en sus almacenes donde son llevados en carros o en los burros por los propios labradores; b) los compran empaquetados al agricultor, quién siguiendo las instrucciones del exportador lo empaquetaba y etiquetaba en su propia casa.

La corriente de familiaridad entre ambos resultaba manifiesta y, en cierto modo, el comerciante exportador participaba en la producción de la fruta, contribuyendo desde el inicio de la campaña con anticipos monetarios, abonos, semillas, insecticidas, etc.

En el difícil periodo de los años treinta se habían establecido algunos de los intermediarios que, hasta entonces, se movían entre el agricultor y la casa exportadora, recogiendo el tomate en sus camiones y llevándolo a los almacenes ya empaquetados. Cuando consiguieron cierto grado de independencia se convirtieron en exportadores y se construyeron sus almacenes de empaquetado, allí recibían el tomate y lo pesaban, liquidando cada semana dependiendo del precio cotizado semanalmente. Este precio se iba valorando por anticipado dependiendo del mercado consumidor.

Los *cosecheros-exportadores* son los empresarios que ejercen como agricultores y exportadores a la vez. Producen en sus propias fincas y realizan de manera autónoma la exportación, lo que les hace estar exentos del pago de contribución industrial, siempre que no exporten tomates comprados a otros agricultores. Este beneficio fiscal estableció unas condiciones muy complejas para los pequeños agricultores, sobre todo a partir de 1950, cuando la oferta se centraba en un menor número de casas exportadoras. Esta circunstancia les obligaba a sindicarse, a pesar de lo reacios que estaban a unirse, por las experiencias poco favorables que habían tenido anteriormente.

En la relación de firmas exportadoras de 1938, del total del tomate exportado por la provincia de Las Palmas, un 66,44% lo realizaban los cosecheros-exportadores, un 29,65% los exportadores y, un 3,91% los sindicatos. Para la provincia de Santa Cruz de Tenerife estos porcentajes son los siguientes:

los sindicatos exportan el 88,12% y los exportadores 11,88%.² Estas proporciones evidencian las diferencias que existen en las dos provincias en la gestión del negocio.

	SINDICATOS		EXPORTADORES		COSECHEROS -EXPORTADORES	
	Las Palmas	Santa Cruz de Tenerife	Las Palmas	Santa Cruz de Tenerife	Las Palmas	Santa Cruz de Tenerife
1938	3,91	88,12	29,65	11,88	66,44	-
1939	5,41	90,33	36,85	9,67	57,74	-
1940	6,07	96,28	35,59	3,72	58,34	-

*Distribución de las exportaciones: porcentaje anual por entidades (1938/1940).
Fuente: MAPA AGRONÓMICO NACIONAL (Islas Canarias) 1943.*

En el epígrafe de exportadores, habría que destacar la presencia durante los años treinta de *G.S. Dunn, L.H. Pilcher, Fyffes C^o y Wilfred Moore*, con un porcentaje importante del total de la exportación. Muchos agricultores prefirieron por entonces vender los tomates a estas “casas” antes que unirse en cooperativas.

Los *sindicatos agrícolas o cooperativas* se acogen para su constitución a la Ley de 28 de enero de 1906 y se desarrollan, en primer lugar, en el sector platanero, con especial relevancia en la zona norte de Tenerife, donde se fundó el Sindicato Agrícola del Norte de Tenerife (SANT). Posteriormente, en 1922, se creó el Sindicato Agrícola del Norte de Gran Canaria; entre sus socios, la mayoría del sector platanero, acogen a los agricultores productores de tomates de la zona. En 1925 se fundó el Sindicato del Sur de Gran Canaria, cuyos socios se dedicaron exclusivamente al tomate. Los sindicatos agrícolas recogen la fruta de sus asociados y, de igual manera que los exportadores, la reciben en sus almacenes donde se pesa y empaqueta para su exportación. El 2 de enero de 1942 se publica la Ley de Cooperación, y en Canarias comienzan a fundarse nuevas cooperativas con el ánimo de concentrar a pequeños y medianos cosecheros de tomates y plátanos. Edifican almacenes, adquieren camiones y contratan personal, para desarrollar las funciones del cosechero-exportador.

Analizando la relación de exportaciones anuales de tomates remitidas desde la década de los sesenta hasta la última campaña, podemos comprobar la evolución de este negocio y extraer de inmediato algunas conclusiones sobre uno de los problemas que ha acompañado a este negocio desde los años treinta.

En campañas de producción relativamente recientes como la zafra 1965-66, el número de empresas exportadoras en la provincia de Las Palmas llegaba a 164. En la campaña 1969-70 comienza a percibirse un movimiento en pro de la concentración, descendiendo hasta 95 el número de exportadores, correspondiendo 8 a Fuerteventura y 87 a Gran Canaria. Por primera vez, desde hacía muchos años, se conseguía bajar a un número inferior a 100. Comienza a promoverse con insistencia las asociaciones tipo cooperativa, comunidades de bienes de ámbito familiar o las formadas por otro tipo de personalidades jurídicas. La respuesta de los empresarios se manifiesta cerrando acuerdos de asociación, para reducir gastos de producción y comercialización. Se crean comunidades de explotación y comienza el despertar cooperativo, hasta entonces con muy poca presencia entre los exportadores.

La revitalización del nivel asociativo llega en 1981 cuando se autorizan las Sociedades Agrarias de Transformación (S.A.T.), con ventajas fiscales para sus asociados. La entrada de España en la CEE regula al sector a través de la OCM, y a partir de mediados de los noventa los cosecheros se acogen a una nueva figura fiscal, la Organización de Productores de Frutos y Hortalizas (OPFH), donde están incluidos los 11 exportadores actuales.

EL FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS Y MODOS DE COBRO

La exportación de tomates no tuvo excesivas dificultades para cobrar sus ventas, sobre todo en Inglaterra, aunque el cosechero nunca estuvo sobrado de tesorería. Estos disponían de oficinas

receptoras en Londres, París, Hamburgo, Rotterdam, etc., que gestionaban la venta y el cobro, en la mayoría de los casos en consignación.

Cuando se realiza una venta en el comercio internacional se ha de contar con una serie de condiciones, negociadas entre el comprador y la empresa vendedora: los gastos, la recepción de la mercancía y la forma de pago, además de la documentación obligatoria estipulada por los países que intervienen en la transacción.

En primer lugar se contratará el modo fijado para realizar la venta: a) FAS (*free-along-side*): en dicho caso la mercancía se entregará libre al costado del buque. b) FOB (*free-on-board*): libre sobre bordo o franco-bordo. c) CIF (*charge-insurance-freight*): costo, seguro y flete.

En segundo lugar se acuerdan las condiciones para el pago de la mercancía, negociándose las diferentes formas de cobro: a) “en firme”, un precio negociado con anterioridad al remitirse la mercancía. b) “en consignación”, por el que se envía la mercancía a un receptor emplazado en el mercado consumidor, quien se ocupará de venderla al mejor precio, liquidando al exportador el resultado de la venta una vez deducidos los gastos y su comisión.³ También el consignatario puede contratar la compra de la mercancía a un precio fijado, quedándose con la diferencia obtenida en la posterior venta.

El cobro de la mercancía se obtiene de diferentes maneras, dependiendo de la situación del mercado y de la relación política y económica de los países que intervienen en la transacción de compraventa:

- a) En “divisas libres”, cuando el país comprador paga con una divisa de cotización internacional.
- b) Por “clearing”, cuando por interés de los Gobiernos se centraliza el importe de las ventas en una sola cuenta donde van a parar el importe total de las exportaciones.
- c) Por “compensación general”, acordado en acuerdos comerciales entre países.
- d) Por “compensación privada”, cuando se realizan operaciones comerciales en las que intervienen dos exportadores y dos importadores, realizándose un trueque en las monedas del país.⁴

Cuando un empresario canario exporta tomates a un país extranjero, puede gestionar su venta y su cobro, estableciendo un acuerdo previo con el importador y, para su seguridad, se determinan una serie de pasos refrendados por organismos internacionales que defienden el buen funcionamiento de este mecanismo (las reglas uniformes relativas a las cobranzas, son unas normas de carácter privado, emitidas por la Cámara de Comercio Internacional). Su dictamen ante un conflicto entre las partes contratantes no es vinculante en la justicia ordinaria, pero se utiliza ante la misma como resolución de un conjunto de expertos internacionales. Para acogerse a esta normativa, ha de expresarlo por escrito en la carta de presentación del banco, con las características de la remesa documentaria.

En una operación directa de compra-venta realizada con un comerciante extranjero, si la venta es en consignación, este recibe una partida de bultos y actúa como intermediario mayorista entre el cosechero y el mercado. El exportador ha de valorar las ventajas e inconvenientes que le reportará efectuar el cobro utilizando como medio de pago el crédito documentario o la remesa documentaria:

Son instrumentos de pago utilizados en el comercio internacional, gracias a la unificación de criterios en cuanto a su uso, que tienen una operativa muy poco conflictiva. Su procedimiento resulta en la práctica muy sencilla y en su ejecución intervienen de una manera fundamental el Departamento de Extranjero de las entidades bancarias, servicios utilizados por el cliente importador y por el cliente exportador. El término “documentario” es suficientemente explícito del contenido que adjuntará la operación del crédito: certificado de origen, certificado de calidad, declaración de aduanas, documento de transporte, conocimiento de embarque, factura comercial definitiva, documento de seguro, etc., documentos comerciales que se presentan al banco emisor, cumpliendo los requisitos requeridos previamente por el importador para el pago de la mercancía.

Cuando el exportador entrega a su banco uno o varios documentos financieros, acompañados por los documentos comerciales a los que antes nos hemos referido (certificados, documentos de

transporte y de seguros, facturas, etc.), para que gestione su cobro ante el banco importador; nos referimos a la remesa documentaria, otro de los medios de pago utilizado habitualmente por los exportadores cuando realizaban sus exportaciones de tomate al extranjero.

La manera de proceder cuando se realiza esta operativa no tiene diferencia con la gestión de cobro de una remesa simple realizada en una operación en pesetas a nivel nacional. En este caso la remesa documentaria exige más documentos:

El crédito y la remesa documentaria son documentos emitidos por un Banco, el cual, siguiendo las instrucciones de su cliente (el importador), se obliga a efectuar un pago a un tercero ó a su orden. A pagar ó aceptar letras de cambio que libre el beneficiario, ó autorizar a otro banco a realizar dichas operaciones.

Medio de Pago	Ventajas	Inconvenientes
Crédito Documentario	Más seguro. Al menos un banco avala el pago. El importador puede revisar la mercancía antes de pagar	Es más caro.
Remesa Documentaria	El exportador tiene la posesión de la mercancía hasta que el exportador pague o acepte el efecto. El importador puede obtener financiación del exportador, si la remesa tiene pago aplazado. Medio de pago más barato.	Menos seguro. Posibilidad de falsificación de documentos. El importador no tiene la posibilidad de revisar la mercancía y debe confiar en el exportador. Cuando el importador no acepte pagar, el exportador se hace responsable de los gastos que suponen el almacenamiento y la aduana en el puerto de destino, además de los correspondientes gastos de transporte de ida y vuelta.

*Ventajas e inconvenientes en los medios de pago documentarios.
Fuente: Servicio de Estudios de la CAIXA. Elaboración propia.*

ESTRUCTURA COMERCIAL EN DESTINO

Desde los primeros tiempos de la exportación *E.W. Fyffe*, consideró un gran negocio la recepción y distribución de de la fruta canaria, con tal perspectiva se unió a *Hudson* para formar en 1886 la sociedad mercantil *Fyffe & Hudson C^o Ltd.*, con sede en Londres. Así se creó el primer receptor importante de frutos canarios en el Reino Unido. Fyffe, además, propició la unión de los grandes cosecheros fundando la *Fyffes, C^o Ltd.* que se uniría en 1891 a la división frutera de Elder Dempster, de donde nacería la *Elder and Fyffes, C^o Ltd.* Esta conexión entre exportador y receptor tenían en común una misma organización y significó durante muchos años un monopolio difícil de romper por los exportadores canarios.

Tradicionalmente, los exportadores ubicaban en Londres a un familiar que se encargaba de negociar con los mayoristas las ventas, los precios y condiciones de cobro. También gestionaban las financiaciones, en concepto de anticipos, a cuenta de las frutas que se recibirán durante la campaña, vinculando al comprador con el cosechero. Esta figura familiar del receptor se situó durante años en Londres y otras plazas importantes, defendiendo con mayor o menor acierto los intereses de la empresa. El conocimiento del idioma no siempre les fue fácil, y la soledad hizo mella en más de uno de aquellos receptores, que entretenían su tiempo libre como podían, en ocasiones con la compañía de un vaso de whisky.

Habría que instalarse en el contexto de una ciudad como Londres, donde los extranjeros solo podían introducirse en los círculos de amistad del mismo gremio y, si hacían su trabajo con diligencia, soportar un duro servicio en las noches frías y húmedas del *Canary Wharf*, sin un lugar donde guarecerse, mientras esperaban la llegada de la fruta expedida desde Canarias. La recepción del tomate se tramitaba con prontitud, dado el carácter urgente de la colocación del tomate que había

permanecido durante cinco o seis días en el barco, a veces más, sin un sistema de refrigeración idóneo. La gestión de venta había sido formalizada con anterioridad a la ubicación del tomate en el tinglado del muelle, por lo cual, los bultos llegaban y salían en un breve intervalo de tiempo, y el receptor vigilaba la prontitud de estas maniobras. Posteriormente, eran distribuidos por los mercados de Londres y sus alrededores.

La logística en los años cincuenta se ha transformado sustancialmente con relación a los sistemas de reparto actuales, donde las cadenas alimentarias tienen almacenes y camiones frigoríficos para su servicio, cuidándose durante el traslado para evitar que la influencia del ambiente no modifique la calidad de la fruta.

EL RECEPTOR: FIGURA FUNDAMENTAL EN LA LOGÍSTICA DE LA EMPRESA FRUTERA

Si analizamos la lista de exportadores registrados en la Cámara de Comercio de Las Palmas durante la década de los cincuenta, podemos imaginarnos la gran cantidad de receptores de las empresas canarias situados en los puertos importadores de: Londres, Liverpool, Hamburgo, Le Havre, y Marsella, mercados de recepción más significativos.

Sin embargo, salvo en Londres, solo los grandes cosecheros gestionaban sus operaciones con sus propios receptores. En los otros puertos, acudieron a receptores canarios establecidos en la plaza, a empresas comercializadoras, o al propio mayorista directamente.

A través de nuestras investigaciones en los archivos de la Cámara de Comercio de Las Palmas y personal de la FEDEX,⁵ estimamos que durante la década de los cincuenta, el número de receptores canarios se acercaba a setenta.⁶

La empresa cosechera-exportadora de mayor importancia en aquel entonces, Hijos de Diego Betancor S.A., llegó a remesar a los distintos mercados un porcentaje cercano al 20% del total, exportando en consignación a su nombre la mayor parte de la fruta expedida. Para su servicio abrió oficinas en los más importantes mercados, tanto peninsulares como extranjeros,⁷ entre estas últimas: *38, King Street. London; Rue Mondefour, 1. París; Buildin Bourse. Marsella; Hafnerstrasse, 10. Zurich.*

Por su significación posterior hemos de referirnos a Antonio Bonny Gómez, receptor en Londres con antelación a las primeras exportaciones de Juliano Bonny Gómez en 1935. En 1928 fundó *Bonny and C^o* sustituida con posterioridad por *Victoria Trading Ltd.*, con oficinas en Londres y Rotterdam. Esta última entidad continúa activa y atendiendo la fruta de Bonny y otras empresas exportadoras.

Un caso típico de receptor lo encontramos en Antonio Guerra, quien no solo recibía la fruta desde el archipiélago, también gestionaba la venta de naranjas, frutas y hortalizas peninsulares. Entre las firmas representadas de Gran Canaria, nos referimos a la empresa Hernández Suárez Hermanos S.A., firma unida a Antonio Guerra por vínculos familiares, que fraccionó su negocio en talleres, plátanos y tomates, con almacenes de empaquetados en el Puerto de la Luz, la Aldea de San Nicolás y Hoya de Pineda en Arucas.

Hemos tomado como referencia esta empresa para constatar un hecho bastante frecuente, pues muchos empresarios se registraban como exportadores-importadores y así actuaban, dedicándose a distintos productos de exportación e importación: plátanos, tomates, papas, cebollas, pepinos, etc., y venta de maquinarias. El receptor operaba en estos asuntos con total normalidad, sin que esta diversidad de negocios le causara trastorno alguno.

Es importante reseñar las dificultades de financiación de las empresas del sector y los medios disponibles para cubrir los primeros gastos de la campaña hasta que llegaran los ingresos una vez comenzada la cosecha. También es conocido el riesgo en que fue encuadrado este sector por las entidades financieras y los problemas para conseguir los créditos previos a la campaña. En la gestión de los anticipos participó activamente el receptor que representaba al cosechero.

A mediados de los sesenta, los receptores “de verdad”, empresas independientes que ofrecían anticipos a las empresas y no costaban los gastos de gestión que suponía mantener un ejecutivo en el extranjero, sustituyeron a la mayoría de los receptores familiares.

Las negociaciones con las empresas mayoristas distribuidoras no fueron fáciles y, para todas, se consideró un riesgo el adelanto concedido sobre los productos a percibir; lo que significó la imposición por parte de los compradores de duras condiciones, pignorando la fruta, amarrando al cosechero-exportador en precios y fidelidad. Parte de estos anticipos fueron utilizados por los

cosecheros para la compra de semillas, abonos, maderas, clavos y maquinaria, con antelación al comienzo de la zafra.

CONCLUSIONES

El conocimiento de los cosecheros exportadores de tomates, empresarios que han sido piezas fundamentales en la economía canaria durante el siglo XX, representan una laguna en la historiografía canaria que, a nuestro entender, habría que valorar, reconociendo su labor emprendedora en momentos muy complejos de la historia de España, en medio de conflictos bélicos y crisis económicas internacionales, situaciones que resultaban aún más difíciles cuando las zafras, expuestas a plagas y climas desfavorables, arruinaban a estos empresarios que habían comenzado la campaña endeudados con las entidades bancarias y los anticipos de los receptores de la fruta.

Esta clase empresarial que había surgido de distintos orígenes sociales, donde destacan las inversiones de los indianos, la burguesía y los terratenientes, se incrementa con los exportadores intermediarios que compraron y arrendaron terrenos, así como también los medianos agricultores que aprendieron y se sumaron a la exportación con mayor o menor fortuna.

La exportación del tomate evolucionó con altibajos, dependiendo de los mercados y las crisis, durante todo el siglo veinte, sin embargo, hubo un período de prosperidad prolongada durante los años comprendidos entre 1948 y 1964 que fue llamado “boom del tomate”. Este período corresponde al crecimiento económico y demográfico de las zonas tomateras que, posteriormente, se solapó como continuidad con el llamado “boom del turismo”.

A partir de la década de los sesenta se presenta un nuevo horizonte ante los cosecheros-exportadores de tomate, que empiezan a experimentar la envergadura de la competencia del Sureste peninsular, en la concurrencia del tomate fresco de invierno en el mercado europeo. La estructura comercial de los productores peninsulares no tenía el menor parecido con el proceder de los cosecheros canarios. Los agricultores peninsulares se orientan a un régimen de policultivo agrícola y dejan la comercialización en manos de empresas o cooperativas, las cuales organizan la venta de los productos operando con un sistema de contratación denominado “alhóndigas”.⁸

Cuando llegan las dificultades, los cosecheros entienden que la causa principal de la baja rentabilidad está especialmente influida por el aumento en los gastos de comercialización, increpados de manera desorbitada en una década (entre 1970 y 1980, pasa de 110 pesetas/cesto a 320 pesetas/cesto). En estos importes se incluyen los gastos de empaquetado, transporte, estiba, flete, desestiba, aduanas y comisiones y gastos financieros en general⁹. Estos datos invitan a una reflexión sobre los sistemas de producción y venta empleadas por los empresarios isleños durante décadas, poco sensibles al cambio, a pesar de las dificultades económicas sufridas.

Había que resolver de inmediato estos problemas, y este período de cambios comenzaría a evidenciarse en la década de los ochenta. Ante las nuevas perspectivas de mercado ofrecidas tras la petición de España para ingresar en la CEE, efectiva a partir de 1986, la exportación del tomate alcanzaría a mediados de los noventa, las más importantes cifras de producción de su historia. Los nuevos tiempos traerán técnicas de producción más rentables y la competencia será aún más dura.

Hubo que adaptar la filosofía empresarial a las nuevas técnicas de cultivo y comercialización. La dificultad más repetida en el fracaso de las empresas, estriba en el traspaso a las nuevas generaciones que suceden a los antiguos cosecheros. Habitualmente, éstos habían llevado el negocio de una manera muy personalista. Es otra singularidad a distinguir, la histórica atomización de este negocio, como permanente despropósito denunciado desde 1927 por la Asociación Patronal de Exportadores, y por los analistas económicos y sociales de entonces, en especial por la Cámara de Comercio, sin embargo, sus consejos no fueron escuchados.

Analizando la exportación de tomates en Gran Canaria y los procedimientos habituales de venta utilizados por los empresarios exportadores, comprobamos las especiales características de este colectivo que, durante muchos años, se movió individualmente en un mercado difícil, sin tener en cuenta las ventajas que les pudo reportar agruparse, para defender unos intereses comunes. Esta atomización llega a tal extremo que, en una misma familia, aparecen registrados como exportadores el padre, los hijos y otros miembros de la familia, siempre a nivel particular, y cada uno de ellos con un número de exportador distinto. Anualmente, una larga lista de exportadores se registraba en la Cámara Oficial de Comercio Industria y Navegación de Las Palmas, con cifras de exportación para algunos de

los registrados, francamente irrelevantes. En estas relaciones queda patente una filosofía empresarial individualista¹⁰ y un desorden que perjudica la gestión de venta ante el importador comprador. También se reflejó esta atomización comercializadora, en la cantidad de receptores ubicados en los puertos de destino, sobre todo en Londres, defendiendo a nivel individual las negociaciones con los mayoristas fruteros, en muchas ocasiones, sin un conocimiento básico del inglés para poder conectar comercialmente con un mínimo de garantías. Ese necesario conocimiento ha sido valorado negativamente por los cosecheros, estimando que la experiencia en muchos casos fue poco rentable.

El mayorista importador manejó muy bien esta falta de unidad comercial, conduciendo su oferta a través de las negociaciones con los receptores, representantes de los exportadores. La gran diversidad de marcas que inundan los mercados británicos es un ejemplo de la atomización empresarial del productor que, además, es vendedor. En los años cincuenta había en Gran Canaria cerca de 200 exportadores, cantidad excesiva que se debía reducir necesariamente y, así ocurrió, como comprobamos por el número de firmas que exportan en la actualidad.

BIBLIOGRAFÍA

- ASOCIACIÓN PATRONAL DE EXPORTADORES (1927). Memoria de la Asociación Patronal de Exportadores de Gran Canaria.
- CONSEJERÍA DE AGRICULTURA DE CANARIAS. Informes agrocomerciales (1982).
- DAVIES, P. N. (1973). *The Trade Makers. Elder Dempster in West Africa. (1852-1972)* Allen and Unwin Ud. London.
- DAVIES, P. N. (1990). *Sir Alfred Lewis Jones. Shipping Entrepreneur Par Excellence*. London: Europa Publications.
- DAVIES, P. N. y FISHER, J. R. (1995). "Relaciones comerciales entre Gran Bretaña y las islas Canarias desde 1850 hasta nuestros días" en VV.AA. *Canarias e Inglaterra a través de la historia*. Las Palmas de Gran Canaria: Cabildo Insular de Gran Canaria, pp. 217-269.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA. MAPA. Informes Agrocomerciales (1943).
- MORALES LEZCANO, V. (1992). *Los ingleses en Canarias*. Colección Clavijo y Fajardo. Las Palmas de Gran Canaria.
- TORRENT NAVARRO, L.; AMADOR, M. P. y SUÁREZ BOSA, M. (1997). "Empresas extranjeras en Canarias: David J. Leacock", en *XIII Coloquio de Historia Canario-Americana*. (1995-1997).

NOTAS

¹ Véase: DAVIES y FISHER (1995), pp. 217-269; DAVIES (1973); DAVIES (1990); MORALES LEZCANO (1992); TORRENT NAVARRO; AMADOR y SUÁREZ BOSA (1997), pp. 2197-2210.

² MAPA (1943).

³ El contrato de consignación es un contrato comercial, el cual consiste en que una persona se obliga a vender las mercancías de otra, previa fijación de un precio que el consignatario debe entregar al vendedor.

⁴ MAPA (1943), p. 122.

⁵ Ángel Hernández Valerón y Sebastián Marrero Cabrera (FEDEX).

⁶ Datos cotejados con Ángel Hernández Valerón (FEDEX).

⁷ Cámara de Comercio Industria y Navegación de Las Palmas. Legajo 167.

⁸ Las “alhóndigas” son las empresas privadas a las que acude el agricultor en Andalucía para vender sus productos hortofrutícolas.

⁹ CONSEJERÍA DE AGRICULTURA (1982), p. 81.

¹⁰ Memoria de la Asociación Patronal de Exportadores de Gran Canaria. (1927), p. 38.