

sector del limón en la provincia de Málaga¹.

Juan José NATERA RIVAS
jjnatera@uma.es
Remedios LARRUBIA VARGAS
rlarrubia@uma.es

Departamento de Geografía. Universidad de Málaga.

Recibido: 25 de Mayo de 2009

Aceptado: 30 de Septiembre de 2009

RESUMEN

El sector del limón en Málaga está atravesando una etapa de crisis, que se enmarca en un contexto de notables incrementos de las exigencias por parte de los compradores en lo relativo a la trazabilidad, calidad, aspecto, etc., de la fruta. Unas exigencias a las que los productores malagueños encuentran dificultades para adaptarse, entre otras razones por lo reducido de sus explotaciones. Ante estas perspectivas las Entidades Asociativas Agrarias pueden jugar un papel de gran importancia a la hora de impulsar iniciativas tendentes a mejorar las posibilidades de sus asociados para mantenerse en la actividad. Sin embargo, no todas las Entidades han puesto en marcha alguna iniciativa y, aquellas que lo han hecho, no apuntan en la misma dirección, como respuesta a las características de sus asociados. La identificación y caracterización de estas actuaciones, con importantes consecuencias sobre la continuidad en la actividad de sus asociados, es el objetivo de la presente contribución.

Palabras clave: Entidades Asociativas Agrarias. Cítricos. Limón. Málaga

Role of the agrarian associationism in the context of citrus crisis: comments on the lemon sector in the province of Malaga.

ABSTRACT

Lemon sector in Malaga is crossing a stage of crisis, which takes place in a context of an increase of the requirements, on the part of the buyers, related to trazability, quality, aspect, etc., of the fruit. The accomplishment of those requirements is difficult for the producers, due to the reduced size of their orchards, among other reasons. Due to this, Associative Agrarian Entities can perform a role of great importance, stimulating initiatives tending to improve the possibilities of their partners to be kept in the activity. Nevertheless, not all the Entities have started some initiative and, those that have done it, have chosen

¹ Este estudio se enmarca en los resultados del Proyecto de Excelencia “Caracterización y diagnóstico del complejo agrocomercial limonero malagueño en un contexto de crisis” (P07-HUM-02727), financiado por la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía.

among different options, as response to the characteristics of their partners. The identification and characterization of these actions, with important consequences on the continuity in the activity of their partners, is the aim of this paper.

Key words: Associative Agrarian Entities. Citrus. Lemon. Malaga.

Rôle de l'asociacionismo agraire dans le contexte de crise du secteur citricola: observations sur le secteur du citron dans la province de Malaga.

RÉSUMÉ

Le secteur du citron à Malaga traverse une étape de crise, qui est encadrée dans un contexte de une augmentation de la part des acheteurs relatif à la traçabilité, qualité, aparéense, etc., du fruit. Exigences auxquelles les producteurs malaguènes trouvent difficultés de s'adapter, entre d'autres raisons par le petit surface de ses exploitations. Devant ces perspectives les Entités Associatives Agraires peuvent jouer un rôle de grande importance à l'heure de pousser des initiatives tendantes à améliorer les possibilités de ses associés pour s'obstiner à l'activité. Cependant, non toutes les Entités ont mis en place une initiative et, ce qui l'ont fait, elles ne signalent pas dans la même direction, comme réponse aux caractéristiques de ses asocies. L'identification et caractérisation de ces rôles, avec des conséquences importantes de la continuité dans l'activité de ses associés, est l'objectif de la contribution présente

Mots clé: Entités Associatives Agriares. Agrumes. Citron. Málaga.

1. INTRODUCCIÓN

La provincia de Málaga se sitúa en la tercera posición, tras Murcia y Alicante, dentro del ranking de zonas españolas productoras de limón. Con 5.367 hectáreas dedicadas a este cítrico en 2007 (el 13,34% de las 40.213 existentes en España), que produjeron 101.114 tns. (el 19,95% del total español), la actividad limonera malagueña tiene menor entidad que la alicantina (donde se concentra el 24,21% de las hectáreas con limón de España) y, especialmente, que la murciana, que aporta el 56,82% a dicho total (MARM, 2009). La expansión del cultivo de este leñoso en Málaga, en plantaciones regulares, data de la década de los 50 del siglo pasado, fomentadas en gran medida por empresas comercializadoras murcianas y levantinas que buscaban obtener producciones que se adelantasen a las de sus lugares de origen, registrándose, incluso, un cambio varietal desde el limón Real y Verna, al Primofiori (Larrubia, 1994). Una expansión que se encuadra en lo que se ha venido a denominar "segunda etapa" de la evolución de la superficie citricola en España, caracterizada no sólo por la puesta en riego de importantes superficies de la Comunidad Valencia (donde se establecieron las primeras plantaciones comerciales en el XIX) y la Región de Murcia, sino por la expansión del cultivo en otras zonas de levante y el sur de la península (Estruch, 2007).

Una de las características del sector en la provincia de Málaga es su fuerte fragmentación parcelaria –el 90% de las explotaciones tenían menos de 5 hectáreas en 1999– lo que incide negativamente en su viabilidad, máxime en un contexto de precios bajos en origen como el actual que está llevando al borde de la desaparición a un número importante de estos pequeños productores.

La opción del asociacionismo ha sido considerada como una de las alternativas de supervivencia de estos pequeños productores, puesto que permite una mejor articulación de la oferta, ventajas con respecto a la formación, a la adquisición de insumos, la percepción de ayudas, etc. En este sentido, se indicaba ya a fines de los noventa que la potenciación por parte de los productores hortofrutícolas andaluces de aspectos tales como calidad, red comercial, reducción de costes, acceso a nuevas técnicas o diversificación de mercados, entre otros, era necesaria si querían crecer y aumentar sus ventas, una potenciación para la que resultaba indispensable la colaboración y unión entre productores (*Melero y Calatrava, 1997*). Y en la actualidad, se indica que uno de los elementos necesarios para afrontar la crisis por la que atraviesa el sector es la agrupación de la producción, ya sea a través de centrales de ventas o cooperativas, o de otras fórmulas que implican a cooperativas ya existentes, tanto de segundo como de primer grado (*Estruch, 2007*).

En la provincia de Málaga funcionaba una de las mayores cooperativas cítricas de Andalucía, Malaca, dedicada principalmente al limón y que agrupaba desde finales de los setenta a una porción muy significativa de los pequeños productores del Valle del Guadalhorce, el principal territorio limonero malagueño. El proceso concursal en el que ha entrado a finales de 2007 ha supuesto la pérdida de todos los logros relativos a la comercialización, certificación, inserción en nichos de mercado, etc. que se habían obtenido hasta el momento, lo cual indudablemente coloca en una situación de mayor vulnerabilidad a los que fueron sus socios. Su virtual cierre no ha supuesto sin embargo la desaparición de las Entidades Asociativas cítricas en Málaga, puesto que aún son tres, de considerable menor tamaño, las que agrupan a un segmento de los productores de limón provinciales, entidades para las que el cierre de Malaca no ha supuesto una mejora de su situación, sino al contrario, puesto que la oferta se ha atomizado aún más, con las consecuencias sobre el precio pagado que ello trae aparejado.

Ante la difícil situación por la que atraviesa el cultivo del limón en el ámbito provincial, el papel que potencialmente pueden jugar las Entidades Asociativas que restan a la hora de cooperar con los productores con vistas a su mantenimiento en la actividad se magnifica, puesto que si bien es cierto que la pertenencia a una Entidad no asegura la obtención de un precio más elevado en relación a la venta independiente, también lo es el hecho de que desde las Entidades pueden ponerse en marcha iniciativas relativas a la producción y comercialización que están vedadas a los pequeños productores por razones de rentabilidad económica, acceso a la información, etc. En esta dirección apunta el objetivo de la presente contribución, indagar acerca de las estrategias, muy diferentes según el caso, que se están impulsando desde las Entidades Asociativas cítricas malagueñas en lo relacionado con la adaptación de la producción de sus asociados a las actuales exigencias de los mercados, así como

también en lo tocante a su comercialización, siempre con el objetivo de incrementar las posibilidades de sus asociados de mantenerse en la actividad.

La información proviene de un conjunto de encuestas y entrevistas en profundidad² realizadas en 2009 tanto a productores de diferentes tamaños, asociados y no asociados, localizados en las tres áreas limoneras malagueñas –Estepona, el Valle del Guadalhorce y el área de Benamargosa-, como a representantes de las Entidades Asociativas cítricas malagueñas; información, tanto cualitativa como cuantitativa, que nos ha permitido caracterizar a las Entidades en función del tamaño de las explotaciones que agrupan, identificar las iniciativas en lo relativo a la producción y la comercialización que se han puesto en práctica desde las mismas, y diferenciarlas a partir de ellas. Una diferenciación que, como veremos, va más allá de la mera distinción entre Entidades, puesto que permite intuir posibilidades de futuro diferenciadas en las áreas limoneras malagueñas.

2. EL COOPERATIVISMO AGRARIO EN ESPAÑA: NOTAS INTRODUCTORIAS

Se puede apuntar que el cooperativismo surge durante la segunda mitad del siglo XIX cuando la revolución industrial y el capitalismo alcanzan su máximo apogeo, como una alternativa al capitalismo puro, pero sin distorsionar sus métodos y procedimientos. Primero aparece como una fórmula para abaratar los costos del consumo familiar, pero pronto es aplicado a las distintas ramas de la actividad económica: agricultura, industria, comercialización, etc. Volcadas en la actualidad más hacia la comercialización que hacia la producción hoy existen en todos los Países Miembros de la UE, representan más del 50% del sector agroalimentario y abarcan más del 60% de la cuota de mercado en la cosecha, transformación y comercialización de los productos agrarios; además las cooperativas y los sectores anexos proporcionan trabajo a más de 15 millones de personas en la UE-25. (COGECA, 2005). De todas formas, el desarrollo del asociacionismo es muy dispar en los distintos países de la UE, un contexto en el que son las cooperativas del norte de Europa las que han alcanzado un mayor nivel de integración en comparación con algunas regiones meridionales de Europa. El gran número de pequeñas cooperativas del sur de Europa, entre otros factores, se debe a una mayor resistencia de los socios y entidades locales a las fusio-

² Entre los meses de enero a abril de 2009 se ha realizado un total de 14 entrevistas en profundidad a informantes encuadrados tanto en las tres EEAAs aún existentes en la provincia como en la desaparecida Malaca, a responsables de los principales sindicatos agrarios, IFAPA, a técnicos de la principal certificadora de ecológico en Málaga (CAAE) y a personal de Oficinas Comarcales Agrarias. Por su parte, algo menos de medio centenar de agricultores han contestado una encuesta distribuida entre los asistentes a diferentes Jornadas sobre Cítricos, asociados a EEAAs, y Oficinas Comarcales Agrarias. Situación actual de la actividad limonera, comercialización, cooperativización, introducción de innovaciones, tratamiento y destino de la fruta, fueron las líneas básicas de los guiones de las entrevistas, añadiéndose, en el caso de las encuestas, preguntas destinadas a conocer las características de las explotaciones y de los productores.

nes, a pesar de la reciente tendencia a reducir el número de cooperativas y aumentar los volúmenes de negocios.

En España existen 3.996 Entidades Asociativas Agroalimentarias (en adelante EEAs), que, según Cooperativas Agro-alimentarias, anteriormente llamada Confederación de Cooperativas Agrarias de España, integran a más de 1 millón de socios, dan trabajo a 95.896 empleados –la mayor parte de ellos del medio rural-, facturando en 2007 17.654 millones de euros, cifra que supone una porción muy importante del conjunto de la actividad económica del sector agroalimentario español. Por sectores productivos el asociacionismo agrario no está homogéneamente desarrollado, de forma que controla el 100% en la producción de tabaco, el 80 % en la oferta de mosto, el 70% en la producción de aceite de oliva y vino y el 60% en la de arroz. En el sector cítrico las EEAs agrupan al 45% de la producción, un porcentaje superior al de otros sectores como frutas, carne de ovino y caprino, cereales, oleaginosas o algodón, que controlan el 35% de la producción.

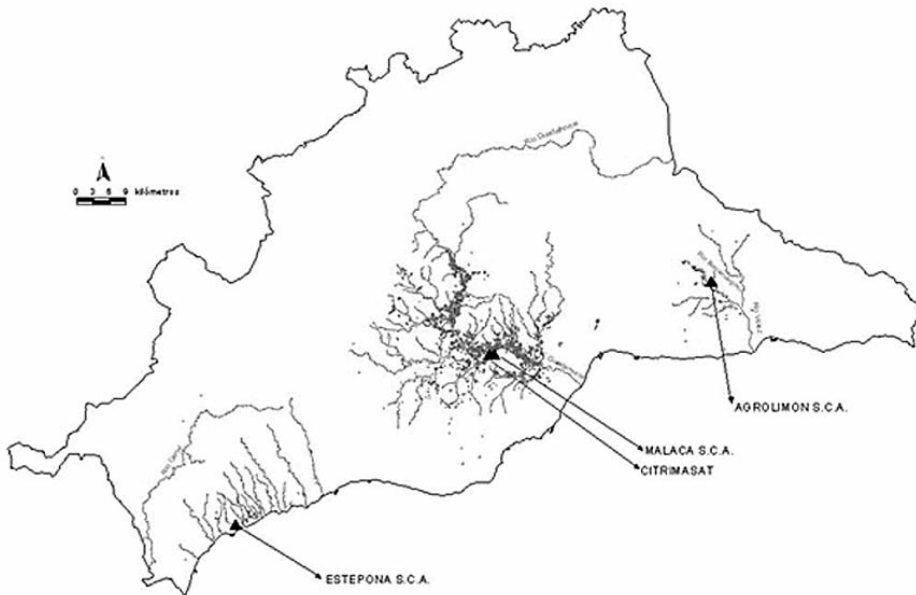
La explicación de este desigual peso del asociacionismo agrario por subsectores en nuestro país hay que buscarla en la historia del proceso y en las características de la cadena de producción. Los subsectores con más peso en el asociacionismo son los que iniciaron su constitución de forma masiva en los años 60. En otros casos, como los cítricos, el principal motivo para la agrupación de agricultores a finales del siglo XIX y principios del XX fue la búsqueda colectiva de fórmulas que garantizaran la seguridad de sus cultivos y facilitasen la gestión del agua; más adelante el objetivo fue mejorar las condiciones en la compra de fertilizantes y otros insumos y, por último, en la década de los 70 se vinculó con el desarrollo del cooperativismo de exportación. En el caso del resto del sector de frutas y hortalizas el peso en la exportación del cooperativismo fue pequeño ya que en el primer momento primó la figura de cosechero exportador con forma jurídica de sociedad mercantil. En otros muchos sectores el desarrollo es bastante reciente y ha sido la normativa comunitaria en esta materia la que los ha incentivado (tabaco y cereales) (*Mapa, 2003*).

En este contexto, se constata que el asociacionismo agrario andaluz ha ido creciendo en las últimas décadas, siendo la década de los ochenta el momento más fecundo en formación de asociaciones agrarias, cuando se crearon el 47% de las entidades actualmente existentes; un dinamismo que pudo deberse a la aparición de la norma (Real Decreto 1776/1981) que trató de aglutinar figuras antiguas de asociacionismo agrario (Hermandades de Labradores y Ganaderos y Grupos Sindicales de Colonización). Tomando como referencia 1991, año de elaboración del primer censo de EEAs de Andalucía, su número ha pasado de 1.237 a 1.801 en 2002 (fecha de realización del segundo censo) aglutinando a 410.000 socios, un incremento en el que indudablemente ha influido la reforma de la OCM de la UE, lo que estaría en la base del hecho de que en la provincia de Almería surgió el 28% de las nuevas entidades. Los sectores agrarios donde más ha arraigado el asociacionismo han sido el sector hortofrutícola con el 36,6% de las asociaciones y el olivar con el 25,39 %, seguidos de los cultivos industriales y los cereales granos con el 8,5 % cada uno de ellos.

3. LAS ENTIDADES ASOCIATIVAS CÍTRICAS EN EL ÁMBITO PROVINCIAL MALAGUEÑO

Para el conjunto de Andalucía la referencia más reciente y exhaustiva de la que disponemos es el Censo de Entidades Asociativas Agrarias que se realizó en 2002 (Consejería, 2002); según dicho Censo, 11 Entidades Asociativas declararon contar con superficie de cítricos y comercializar limón: 5 en Almería, 4 en Málaga, y una en Granada y Sevilla, respectivamente, por lo que, al igual que en el conjunto nacional, la distribución espacial de las Entidades cítricas seguía la pauta de la distribución espacial del aprovechamiento.

Figura 1: Distribución de los recintos cítricos en la provincia de Málaga (Febrero de 2009), y localización de las Entidades asociativas cítricas.



Fuente: SIGP AC 2009. Elaboración propia

En la provincia de Málaga las cuatro Entidades existentes eran todas de primer grado: una Sociedad Cooperativa Agraria (SCA), Malaca, y la única Sociedad Agraria de Transformación (SAT) cítrica de la provincia, Citrimasat, en el Valle del Guadalhorce –ambas en el municipio de Cártama, y con la calificación de Organización de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH)–; otra SCA en Estepona

—en ese momento aún con la calificación de OPFH—, y la cuarta, también SCA, en Benamargosa (figura 1); esta distribución espacial supone que las tres áreas de producción cítricas de la provincia cuentan con al menos un canal asociativo a través del que articular la producción y la comercialización. Las características básicas de las cuatro, según aparecían recogidas en dicho Censo, se muestran en el cuadro 1.

Cuadro 1. Entidades Asociativas Agrarias comercializadoras de limón en la provincia de Málaga. Principales características en 2002.

	Agrolimón SCA	Malaca SCA	Citrimasat	Estepona SCA	Media andaluza
Fundación	1987	1979	1989	1983	-
Limón comercializado	4.000 tns	20.000 tns	5.242 tns	3.000 tns	3.103 tns
Superficie cítrica en explotación	280 has.	1.350 has	-	600	440
Empl fijos	5	59	6	9	
Empl eventuales	31	40	8	0	
Nº socios	400	600	70	535	246
Marca propia de limón	Hortolín, Limonsur, Ribera de Benamargosa	Besito, Diasol, Malaca, Guadalhorce	Citrima, La Flor de Cártama	Limsol, Nadal	-
P. controlada	X	X			-
ATRIA*	X	X		X	-
API**		X		X	-

*ATRIA: Agrupación para el Tratamiento Integrado en Agricultura.

**API: Agrupación de producción integrada

Fte: Censo de Entidades Asociativas Agrarias 2002 (Consejería, 2002).

Estas cuatro Entidades agrupaban en 2002 más del 17% de las 12.808 hectáreas y el 13% de las 241.239 toneladas de cítricos que se produjeron y comercializaron en ese año en la provincia, unos porcentajes que, si bien pueden considerarse como bajos, eran, con gran diferencia, los más elevados de las provincias andaluzas.

En el cuadro anterior se aprecia que Malaca SCA era la mayor de todas ellas en lo relativo a superficie explotada con cítricos, producción de limón comercializada y número de socios; a finales de los noventa Malaca llegó a comercializar anualmente hasta 25 millones de kilos de cítricos, con una plantilla de 12 empleados fijos, más 300 eventuales en el almacén y 80 en el campo, en los momentos de mayor demanda de mano de obra por parte de la actividad. Sin embargo, el 12 de diciembre de 2007 se dicta un procedimiento (publicado en el BOE N° 18 de 21 de enero de 2008) que la ha situado en situación concursal, lo que ha supuesto la pérdida de la mayor de las Sociedades dedicadas a los cítricos, en general, al limón en particular, de la provincia (y de Andalucía, según el Censo anterior).

Su quiebra, derivada en gran medida de errores de gestión y de un gran sobredimensionamiento de la capacidad instalada de tratamiento de fruta, ha tenido lugar en un momento de profundos cambios en las relaciones comerciales, mutaciones que

exigen una respuesta adecuada por parte de las asociaciones agroalimentarias. Estos cambios pueden sintetizarse en un importante incremento de la concentración e internacionalización de la distribución alimentaria, de forma que en la mayoría de los países europeos sólo los cinco primeros grupos de distribución controlan más del 60% de la demanda, porcentaje que puede superar el 90% en los países del norte de Europa (*Boletín*, 2007). Proceso que continuará en un futuro con la disminución progresiva del número de operadores y el aumento del tamaño de las empresas (*Molina y García*, 2002). Esta realidad orienta la estrategia de la gran distribución hacia la centralización de las decisiones de compra, acercándola a origen (productores o asociaciones agrarias), hacia la imposición de protocolos de producción, la potenciación de sus propias marcas, etc.

Estas características de la distribución actual contrastan con la atomización de la oferta de productos agrarios, una atomización que se trata de corregir, con mayor o menor éxito, a través de la opción asociativa. Si bien sería deseable que las EEAAs alcanzaran volúmenes progresivamente mayores de productos para avanzar en la integración vertical, y así mejorar la capacidad negociadora, lo cierto es que la fidelidad de los socios a las Entidades depende directamente de la eficacia de su labor comercial, medida por el precio percibido (CCAIE, 2002). En esta línea, la COGECOA (Confederación General de Cooperativas Agrarias de la UE) destaca el escaso poder de las cooperativas de la mayoría de Países Miembros para contrarrestar la concentración de la distribución, lo que les lleva no sólo a demandar más ayudas enmarcadas en el segundo pilar tendentes a facilitar la realización de inversiones, sino también a mejorar las condiciones de transformación y comercialización de productos, en orden a alcanzar un tamaño que les permita enfrentarse con garantías a la distribución (*Cogeca*, 2003).

En este contexto, las consecuencias de la desaparición de Malaca para las tres Entidades restantes, hasta entonces sus potenciales competidoras locales, no están siendo positivas, sino todo lo contrario. Desde el momento en que la desmembración de la Cooperativa ha supuesto un gran incremento en la atomización de la oferta, las posibilidades de defensa de los precios del limón malagueño han disminuido drásticamente, puesto que el productor independiente necesita vender su limón, siendo numerosos los casos, en esta coyuntura de precios, de productores que han estado regalando la cosecha a cambio de la recolección; una opción que en los meses en los que el mercado está saturado de fruta ni siquiera es viable desde el momento en que es más cara la mano de obra de los cosechadores que el valor obtenido por la fruta recolectada. Ciertamente esta es una situación extrema, pero el aumento de la atomización de la oferta permite a los intermediarios, sin lugar a dudas, obtener fruta a menor precio que si la oferta estuviera más concentrada.

La quiebra de Malaca ha supuesto también la desaparición para sus antiguos asociados de la única opción viable de diferenciación del producto, quedando como única alternativa la venta a granel con la consiguiente pérdida potencial de valor añadido; también el acceso de sus asociados a canales de comercialización diferentes a los tradicionalmente existentes en la provincia ha quedado cor-

tado de raíz, perdiéndose los avances que se habían logrado en trazabilidad, ventas a cadenas de distribución, y exportación. Por tanto, su pérdida debe verse como un importante quebranto para las posibilidades de supervivencia de las explotaciones limoneras del Valle del Guadalhorce más pequeñas (que nutrían en gran parte esta Cooperativa), ya de por sí escasas en la actual coyuntura por la que atraviesa el sector.

4. LA COMPOSICIÓN ACTUAL DE LAS COOPERATIVAS CÍTRICAS MALAGUEÑAS

Una vez desaparecida a efectos prácticos Malaca, hoy Agrolimón SCA es, por número de socios, unos 400, la mayor de las Entidades Asociativas cítricas malagueñas; Estepona SCA, con 83 socios y Citrimasat, con 42, completan la nómina. Este número de socios se resuelve en un volumen muy variable de hectáreas de limón encuadradas en las tres Entidades: 331 Citrimasat, 186 Estepona y una estimación de 83 Benamargosa, que en conjunto suponen el 13% de las 4.700 hectáreas implantadas con limón que la última actualización de la capa citrícola del SIGPAC³ (febrero de 2009) registraba en Málaga.

La simple relación entre número de socios de las Entidades y hectáreas de limón efectivamente integradas en ellas pone de manifiesto el reducido tamaño medio de las explotaciones; esta es una característica extrapolable a todo el sector limonero malagueño (Natera, Larrubia y Batista, 2008), pero de la que los asociados de las tres Entidades no participan en igual medida.

Citrimasat es la Entidad con la media de tamaño de las explotaciones más grande. El tamaño medio de las explotaciones de los 42 socios que cultivan limón es de 18,89 hectáreas, un valor muy elevado para el contexto malagueño, máxime si tenemos en cuenta que la superficie computada es exclusivamente la dedicada a limón, no entrando en el cómputo el resto de la superficie si la hubiera. En el cuadro 2 mostramos la distribución por tamaño de estas explotaciones; en él se aprecia claramente cómo el 50% no llega a las 5 hectáreas de superficie efectivamente ocupada por cítricos, aunque también hay que destacar que virtualmente uno de cada tres contaba con al menos 20 hectáreas. Por tanto, esta SAT está constituida en un porcentaje muy importante por los que ha sido definidos como productores medianos o grandes en el conjunto del sector citrícola andaluz, caracterizados ambos por una gestión empresarial de la explotación y la posibilidad de acometer inversiones de mejora en la misma (Pérez, 2004); un grupo de productores muy minoritario en el sector limonero malagueño, como ya hemos indicado.

3 Sistema de Identificación Geográfica de Parcelas Agrícolas, instrumento que viene a sustituir al Catastro de Rústica como referencia para solicitar diferentes ayudas ligadas a la superficie.

Cuadro 2. Citrimasat. Número de explotaciones con limón según intervalo de tamaño (marzo 2009).

Tamaño (has.)	Número	Porcentaje
0 a 2,5	14	33,3
2,5 a 5	9	21,4
5 a 10	5	11,9
10 a 20	1	2,4
20 a 50	8	19,0
50 o más	5	11,9

Fuente: Citricos de Málaga, S.A.T (declaraciones de cultivo de sus asociados)

En el otro extremo de la escala se encuentran las explotaciones de la zona de Benamargosa, un área donde el tamaño se llega a expresar en número de árboles. Como ejemplo no sólo de la intensidad del minifundismo sino del grado de atomización de las explotaciones, en el cuadro 3 mostramos las características de algunas de las mayores, en trámites para el cumplimiento de Globalgap⁴.

Cuadro 3. Agrolimón SCA. Extensión de explotaciones seleccionadas y número de parcelas que las componen (marzo 2009).

Explotación	Extensión total (has.)	Parcelas
1	2,379	13
2	1,718	4
3	1,5299	5
4	1,24	1
5	1,1164	6
6	1,11	2
7	0,95	3
8	0,873	5
9	0,67	2

Fuente: Agrolimón SCA (declaraciones de cultivo de sus asociados).

A estas reducidísimas dimensiones y a la extrema fragmentación en el caso de las mayores se une el hecho de que las parcelas no son regulares, puesto que se ajustan a los márgenes del río Benamargosa, un curso de agua que discurre encajonado en el área citrícola, lo que dificulta aún más su mantenimiento y explotación.

Por su parte, la media de extensión de las explotaciones de limones de Estepona se sitúa en las 0,55 hectáreas, una situación intermedia entre las tres Entidades objeto de estudio, pero que aún impone un fuerte hándicap en lo relativo a su viabilidad económica, posibilidades de mecanización, etc.

La extensión de las explotaciones con limón integradas en alguna de estas tres Entidades Asociativas en Málaga es reducida en general, pero muy reducida en el caso

4 Globalgap es un organismo privado que establece normas voluntarias a través de las cuales se puede certificar productos agrícolas en todas partes del mundo, a través de una norma que fue diseñada principalmente para brindar confianza al consumidor acerca de la manera en la que se lleva a cabo la producción agropecuaria. Si bien no es de obligado cumplimiento para la venta de productos agrícolas, sí es exigida, cada vez en mayor medida, por las principales cadenas de alimentación.

de Estepona, y extremadamente reducida en el de Benamargosa. Por tanto, y con la única excepción de un porcentaje significativo de los asociados a Citrimasat, existe una dificultad estructural muy importante para su viabilidad económica, que afecta especialmente a los asociados de las dos Cooperativas. Unas dificultades estructurales que comparte, como hemos indicado, el grueso de los citricultores malagueños, cuyas explotaciones son también mayoritariamente de pequeñas dimensiones.

En este contexto es de gran importancia tener presente que las asociaciones agrarias han jugado un papel fundamental en la comercialización en origen a la hora de garantizar la salida del producto de sus socios y dotar de cierta estabilidad a los precios que estos perciben, si bien su capacidad de influencia se diluye a medida que se avanza en la cadena agroalimentaria (CCAE, 2002). Hoy en día, la complejidad de la actividad agraria y la estructura del sistema agroalimentario hacen necesario un nuevo planteamiento y una mayor implicación de las asociaciones agrarias en toda la cadena agroalimentaria. Las asociaciones agrarias se enfrentan, en primer lugar, a los cambios producidos en los mercados debidos a la progresiva liberalización en el marco de las negociaciones con las OCM, la saturación de la demanda, las nuevas y mayores exigencias de los consumidores y la internacionalización y concentración de la empresa agroalimentaria y de distribución; en segundo lugar a los cambios de la política agraria europea, frente a la que el agricultor encuentra dificultades para estar informado y abordar individualmente las nuevas exigencias; en tercer lugar, a los desajustes estructurales que caracterizan una parte de la agricultura española, que redundan en el incremento de los costes de producción y por lo tanto reducen su capacidad competitiva. Este conjunto de factores demandan nuevas funciones de las asociaciones agrarias para apoyar las actividades productivas de las explotaciones agrarias que complementen las tradicionales de concentración de la oferta, comercialización en común y abastecimiento de inputs. En consecuencia, la existencia de Entidades Asociativas resultaría, cada vez en mayor medida, como un activo de gran importancia a la hora de estimar la viabilidad de la actividad agrícola, siempre que desde éstas se lleven a cabo acciones tendentes a su consecución.

El grado de "representatividad" de las Entidades, medido a partir del número de hectáreas de limón situadas en su área de influencia que comercializan a través de ellas su producción⁵ es muy variable. Este aspecto de la "representatividad" es importante, puesto que nos informa hasta qué punto las acciones llevadas a cabo desde las Entidades influyen sobre la situación, y sobre las perspectivas de futuro, de sus respectivas áreas de influencia. Por ello, este es un aspecto que interesa conocer antes de abordar las iniciativas que se están llevando a cabo desde las Entidades en lo relativo a la producción y a la comercialización.

En el municipio de Estepona hay 186 hectáreas con limón, la práctica totalidad de las cuales están en manos de agricultores asociados a la Cooperativa; históricamente el nivel de asociación en esta zona ha sido muy elevado, y en ello influye

⁵ Pese a disponer del número de productores con limón asociados a cada una de las tres Entidades en 2009, no contamos con este dato referido a los municipios o a la provincia. Por tanto, la única información comparable es el número de hectáreas de limón existentes en los municipios, según la actualización a febrero de 2009 del SIGPAC, y este mismo dato ofrecido por las Entidades y referido al primer trimestre de 2009.

sobremanera el apego que se tiene a la Cooperativa. En este sentido, debe tenerse en cuenta que es una de las más antiguas de España (se funda en 1895 como Asociación de Labradores Santo Cristo de la Vera Cruz), y muchos agricultores, pese a obtener producciones tan sólo ocasionalmente, no desean darse de baja de la misma por razones sentimentales. En el área de Benamargosa (que incluye los municipios de Benamargosa, Benamocarra, Comares, Cómpeta, Cútar y Vélez Málaga, municipios de origen de los cooperativistas), las hectáreas en manos de los cooperativistas suponen aproximadamente las dos quintas partes de las 194 hectáreas con limón que se encuentran localizadas en ella. Por último, el porcentaje de las hectáreas que comercializan su producción a través de Citrimasat, en el Valle del Guadalhorce, es el más bajo de los tres (alrededor del 8%), situación que se explica, en primer lugar, porque la SAT se localiza en la principal zona limonera malagueña –y andaluza-, en la que se localizan 4.200 hectáreas de limón; en segundo, por la existencia, hasta hace muy poco tiempo, de la SCA Malaca, que aglutinaba al colectivo mayoritario de agricultores del Valle del Guadalhorce, caracterizados por un marcado minifundismo; y por último, porque el número de asociados es reducido, por voluntad propia⁶.

En relación con esta última cuestión debe indicarse que la aceptación de un nuevo socio en esta SAT tan sólo se produce cuando se entiende que éste representa un valor para la misma, no cualquier tipo de productor, por tanto, puede pertenecer a ella, siendo esta una de las razones de la excelente trayectoria de esta Entidad. No se acepta la entrada de explotaciones no rentables desde el punto de vista de la extensión, y las que efectivamente pertenecen a ella están bien manejadas, recibiendo sistemáticamente la visita –y las orientaciones, en caso de necesitarse– de los jefes de campo. Resulta llamativo el que esta visión de que una Cooperativa o una SAT no debe aceptar asociados indiscriminadamente no es exclusiva de Citrimasat, sino que, tal y como el trabajo de campo ha mostrado, es compartida por productores de la zona. Así, expresan que el objetivo básico de una Entidad debe ser la comercialización de la fruta, por lo que el número de socios que la deberían componer tendría que ser el necesario para satisfacer los compromisos de venta de fruta logrados por la Entidad; de esta forma, ajustando dentro de lo posible los volúmenes que efectivamente puede poner en el mercado la SCA o la SAT, y la producción obtenida por los socios, no existiría un sobredimensionamiento de la misma⁷, mientras que en caso de necesitar más fruta, siempre se podría recurrir a la compra a no socios. Esta forma de

6 Sin embargo no debe olvidarse que esta SAT aglutina al grueso de productores limoneros malagueños con explotaciones viables desde el punto de vista de la SAU.

7 La mayoría de los productores entrevistados se localizan en el Valle del Guadalhorce, y un porcentaje de los mismos pertenecieron a Malaca. La prioridad de comercialización que aducen es comprensible desde el momento en que es justamente la venta de la producción el principal problema por el que atraviesa el limón malagueño. Y no debe olvidarse que, precisamente, uno de los factores clave en la quiebra de Malaca fue el sobredimensionamiento de la Cooperativa, un sobredimensionamiento desde el lado de la capacidad instalada de manejo de la fruta, que no se correspondía ni con la producción ni con la capacidad efectiva para colocarla en el mercado.

proceder, según los productores, garantizaría hasta cierto punto la viabilidad de la Entidad, lo que redundaría en beneficio de sus asociados.

5. LA PRODUCCIÓN

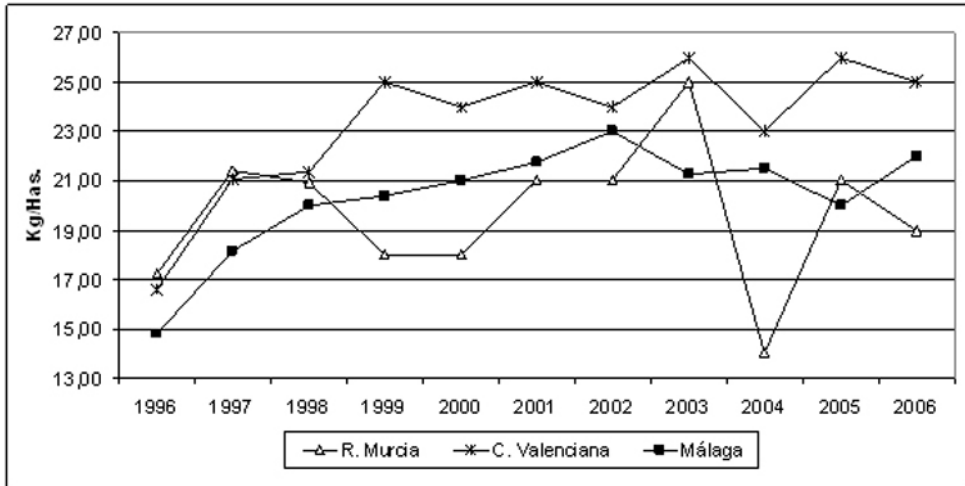
Como anteriormente hemos indicado, la demanda de productos agrícolas está sujeta a constantes cambios derivados de la evolución del gusto de los consumidores. Por un lado, el consumidor demanda productos con mayores valores y servicios añadidos, de ahí el incremento del consumo de los llamados alimentos servicios, es decir aquellos que por sus características necesitan de escasa y rápida manipulación, presentados en diferentes formas (congelados, zumos, preparados naturales) y formatos (productos de IV y V gamas). Por otro lado, hay que apuntar el interés de los consumidores por todo lo que gira en torno a la seguridad alimentaria, por ello, el control, la información al consumidor y la trazabilidad se han convertido en claves de cualquier proceso de producción, industrialización y comercialización. Estas exigencias de los consumidores han llevado a que se establezcan varios sistemas y protocolos de producción, bien por iniciativa de las cadenas de distribución, bien por parte del sector productor, bien desde las distintas administraciones. En esta línea se encuentran las producciones ecológica e integrada, que despiertan un creciente interés entre los consumidores, constituyendo además una alternativa para incrementar la renta de los agricultores, derivada tanto del mayor precio pagado por estos productos y el previsible incremento de su demanda, como de los apoyos de la Administración. De esta forma, uno de los objetivos crecientes de las asociaciones agrarias es el procurar adaptar la producción de sus asociados a las nuevas demandas del mercado, mediante la elaboración de productos competitivos, de alto valor añadido y la incorporación de procedimientos que garanticen la trazabilidad y seguridad alimentaria.

En el caso que nos ocupa, el volumen medio de la producción de limón que comercializan las tres Entidades objeto de estudio se sitúa en conjunto en unas 14.000 tms. anuales, aproximadamente un 8% del total del limón andaluz. De ellas, Citrimasat es la que mayor cantidad comercializa (8 millones de kilos), seguida de Agrolimón (5 millones), y Estepona, con el millón de kilogramos restante. Parte de la producción de Citrimasat y Agrolimón se vende bajo marca propia (en las propias instalaciones se realiza el tratamiento y envasado de la fruta), pero en el caso de la cooperativa de Estepona esta opción se ha abandonado –al igual que el equipamiento que en su día se empleó para su manipulación y envasado–, pese a contar aún en la actualidad con el dominio de dos marcas registradas, Nadal y Limsol.

El grueso de todo este limón es de la variedad fino, principalmente sobre pie macrophilla, cuyo periodo de producción va de octubre a febrero, al que se une un porcentaje menor de la variedad verna, cuya cosecha principal se extiende de enero a junio, con una cosecha secundaria, o redrojo, de agosto a septiembre. Siendo la calidad de la fruta que se obtiene en la provincia generalmente elevada, y con unos rendimientos por hectárea intermedios en comparación con los correspondientes a la Región de Murcia y a la Comunidad Valenciana (gráfico 1), la mayor parte de este limón es convencional, desde el momento en que tan sólo Agrolimón ha apostado por

la opción de limón ecológico, obteniendo cuatro quintas partes de su producción bajo certificación ecológica.

Gráfico 1. Rendimiento de la superficie en producción con limón en áreas productoras seleccionadas.



Fte: Anuarios de Estadística Agroalimentaria.

El porqué de esta escasa importancia de la opción de ecológico, que se resuelve como una de las vías de diferenciación de la producción propia, tiene mucho que ver con el hecho de que la obtención efectiva de la certificación no está exenta de problemas, que pueden agruparse en dos categorías: económicos y de actitud por parte de los productores. Los problemas de orden económico están muy relacionados con el tamaño tan reducido de la mayor parte de las explotaciones, que dificulta asumir el coste de la certificación, y los mayores precios de los insumos permitidos en la opción ecológica (alrededor de un 10% más que en la opción de convencional – Navarro y Larrubia, 2002-), máxime en el contexto actual de bajos precios de la fruta que, para producciones pequeñas, no asegura la rentabilidad. El diferencial de costes y de márgenes de beneficio entre el limón convencional y el ecológico se ofrecen en el cuadro 4.

Cuadro 4. Comparación entre los costes de producción y el margen de beneficio entre una hectárea de limón convencional y una hectárea de limón ecológico en la provincia de Málaga.

		Convencional	Ecológico
Gastos corrientes	Mano de obra	1.171,97 €	2.760 €
	Otros gastos	682,98 €	1.558 €
Gastos amortización		350 €	4.000 €
Total gastos		2.204,95 €	8.313 €
Producción media		22.000 kg	15.000 kg
Precio venta en origen (€/kg)		0,12 €	0,90 €
Margen neto		435,05 €	5.187 €

Fuente: Encuestas a agricultores y MARM.

En los gastos de amortización del producto ecológico se contemplan las pérdidas que se generan en el paso de la producción convencional a la ecológica; este proceso consiste en una serie de inspecciones y controles de la finca, una vez que se ha inscrito en el Comité Andaluz de Agricultura Ecológica, momento a partir del cual se efectúan las inspecciones necesarias para calificar la parcela dentro de las tres modalidades que tiene reconocidas este Organismo según el estado de contaminación presente:

-Sin denominación o sin calificar, aplicada a la parcela dada de alta en el Comité, pero que presenta residuos químicos que no la habilitan con ninguna otra denominación. Esta situación señala que la finca está inscrita en el Comité y que se está iniciando su proceso de transformación hacia la práctica ecológica;

-En reconversión, calificación otorgada cuando los niveles de residuos con respecto a la etapa anterior han bajado, aunque aún no es considerada como plenamente ecológica. Los productos que se comercialicen procedentes de estas fincas llevan en su etiqueta la catalogación de productos “en reconversión”.

-Por último, una vez superadas estas etapas, lo que implica la comprobación de la no existencia de residuos químicos, se otorga a la parcela la denominación de “ecológica”.

El período de reconversión que establecen los técnicos del CAAE varía desde 6 meses a más de dos años en una parcela que, hasta el momento de haber sido inscrita en el Comité, ha sido cultivada con prácticas convencionales. Aquellas otras que hayan estado incultas durante los tres años anteriores obtendrán la denominación de reconversión a partir de la primera cosecha, siempre y cuando los análisis de las muestras tomadas certifiquen la inexistencia de residuos químicos. De cualquier forma, es necesario indicar que el agricultor debe producir siguiendo el protocolo ecológico desde el momento de inscribir la parcela en el registro, por lo que durante todo el periodo de transición estará cultivando con unos costes más elevados que los correspondientes a la opción de convencional, pero sin el mayor precio de venta que le proporcionará en su momento el ecológico.

En consecuencia, si bien es cierto que los márgenes brutos finales son más elevados cuando el limón tiene la certificación de ecológico, los fuertes costes iniciales y la duración del periodo de reconversión desalientan a muchos agricultores a dar el paso al ecológico.

El otro grupo de factores, que hemos denominado como de actitud por parte de los productores, se deriva en gran medida de dos características estructurales de los agricultores malagueños dedicados al limón: una estructura por edad muy envejecida, y una dedicación a tiempo parcial a la agricultura, que determinan una escasa motivación para realizar la transición a ecológico; en este sentido, la falta de una renovación generacional entre los agricultores, la escasa información que poseen sobre la agricultura ecológica y sobre el proceso de certificación, y la falta de liderazgo y de carácter emprendedor son elementos que han sido identificados como debilidades a la hora de afrontar este proceso de cambio (Paula, 2009). Y reflejo de estas dificultades es que pese al incremento de hectáreas de cítricos (no solo limón) ecológicos experimentado en Málaga en los últimos años, en 2007 tan sólo estaban certificadas 618, el 3% del total de la superficie con cítricos de Málaga.

Ciertamente, en el actual contexto de precios obtenidos por la fruta la propia conversión a ecológico no asegura una mayor viabilidad de la explotación, pero se ha indicado que esta situación puede cambiar ante escenarios de aumento de la demanda, la obtención de un sobreprecio de al menos un 30% con respecto al convencional, o una profesionalización del sector (Dominguez, 2008), condiciones, especialmente las dos primeras, no demasiado alejadas de la realidad.

Otra de las formas a través de las cuales es posible diferenciar la producción propia es obtener alguna de las certificaciones privadas que, cada vez en mayor medida, se están exigiendo para aceptar fruta. Es necesario tener presente que la apuesta por la certificación implica unos mayores niveles de exigencia en lo relativo a la trazabilidad y la seguridad alimentaria, lo que, indudablemente, está teniendo como resultado la necesidad de cambios en los sistemas de producción; unos cambios que traen aparejados, además, unas necesidades de capacitación y de conocimiento por parte de los productores que anteriormente no existían. En este sentido, se ha indicado que las Entidades Asociativas, ya sean SATs o Cooperativas, tienen la ventaja de que posibilitan el control de la producción y los procesos que le siguen y, especialmente en lo que en este momento nos interesa, facilitan el cumplimiento de las exigencias que tanto desde el punto de vista de la legalidad como de la iniciativa privada se están imponiendo en lo relativo a la trazabilidad y la seguridad alimentaria (García, 2007). Y en este aspecto, son notorias las diferencias existentes entre las tres Entidades que nos ocupan.

En Estepona no hay ninguna explotación cuya producción esté certificada en el cumplimiento de alguno de los protocolos privados de calidad –ni tienen capacidad para obtenerla-. Una situación intermedia es la correspondiente a los integrantes de Citrimasat, cuyas explotaciones si bien en lo formal cumplen con los requisitos para obtener alguna de ellas, no certifican puesto que los compradores aún no se lo exigen, según se deriva de las entrevistas; en este sentido, apuntan a que en el momento en que dicha certificación les sea exigida la implementarán, puesto que el grueso de las explotaciones están en condiciones de cumplirla y no desean perder clientes para su fruta.

Siendo todo esto así, son únicamente los asociados que cuentan con las explotaciones más grandes en el área de Benamargosa los que certifican su producción, cumpliendo el protocolo British Retail Consortium (BRC), estando, además, en trámites para cumplir el exigente protocolo de Global-Gap. El número de explotaciones que están tramitando la incorporación a este último protocolo es reducido –tan sólo 9-, número que se explica por el reducidísimo tamaño de las explotaciones en este área, un tamaño que, al igual que indicamos para la certificación a ecológico, se resuelve como un limitante estructural a la hora de amortizar los elevados gastos que implica la certificación, que además debe renovarse periódicamente. El hecho de que desde esta Cooperativa se incentive –y se centralice a partir del trabajo del personal de la misma– el cumplimiento de estas normas de calidad –y la propia transición al ecológico– es un indicativo de la existencia de estrategias de producción destinadas a tratar de salvaguardar la viabilidad de al menos una parte del sector limonero comarcal.

6. LA COMERCIALIZACIÓN

Las opciones de comercialización de la producción son uno de los elementos centrales en las estrategias de supervivencia de los productores, puesto que tanto el cómo –granel, marca propia, etc.– como el a quién –intermediarios, cadenas de minoristas, etc.– determinan en gran medida el valor añadido que potencialmente queda en el productor. Es más, los requerimientos del consumidor, traducidos en la valoración del producto por su aspecto y presentación, traen aparejada la necesidad de contar con instalaciones para el tratamiento de la fruta en origen (*Observatorio, 2009*), necesidad que, en lo que a nosotros nos interesa, tan sólo puede ser cubierta por las Entidades Asociativas, por lo que su existencia, o no, se resuelve como un factor que determina las opciones de comercialización del limón malagueño.

Tradicionalmente la comercialización de los cítricos en la provincia de Málaga, en general, y del limón, en particular, ha estado en manos de operadores murcianos, y un porcentaje importante de la fruta comercializada a través de las Entidades Asociativas también ha tenido este mismo destino. En la actualidad el volumen mayoritario del limón malagueño continúa comercializándose a través de este canal tradicional, pudiéndose indicar que la práctica totalidad de la cosecha de los agricultores no asociados tiene salida de esta manera, puesto que la venta en los mercados locales o los destinos alternativos –como industria– son opciones minoritarias. Sin embargo, las Entidades Asociativas, en su búsqueda de alternativas de comercialización, han abierto, con mayor o menor éxito, nuevos mercados, tanto nacionales como internacionales. Este aspecto se resuelve también como un elemento claramente diferenciador de las tres Entidades que quedan en Málaga. Téngase en cuenta que en las actuales condiciones, la cuestión fundamental no pasa por cuánto producir, sino por a quién vender; en este sentido, como venimos indicando la demanda se ha convertido en el eje de la preocupación, por lo que la diferenciación de la oferta, la agregación de valor a los productos, y la adecuación a normas de calidad se resuelven como elementos estratégicos a la hora de obtener ventajas competitivas (*Absalón, 2002*).

Cuando en 1997 la cadena de hipermercados Continente (hoy Carrefour) abre un establecimiento en Estepona, la Cooperativa se convierte en suministradora de limón para el mismo, vendiéndose el producto a granel, sin prácticamente tratamiento alguno. Sin embargo, en la campaña 2001/2002 finalizan estas ventas. La razón que se adujo desde Carrefour para la finalización de la relación comercial fue la centralización del abastecimiento de este cítrico en una Central de Compras; así, este hecho no fue sino el resultado local de la necesidad por parte de las grandes cadenas de asegurarse el aprovisionamiento regular y de calidad de productos frescos. En lo relativo a los productos hortofrutícolas, la combinación de las exigencias dictadas por las centrales de compra con la ausencia de una normalización mínima del producto –como era justamente este caso–, entre otros factores, llevaron a tratar de organizar ellas mismas sus fuentes de aprovisionamiento (*Green, 2002*); en el caso concreto de Carrefour, para el 2000 esta centralización de las compras se había extendido a las frutas, y es en este contexto donde la Cooperativa de Estepona queda fuera.

También se han perdido las relaciones internacionales que llevaron a esta Cooperativa a vender limón a Europa del Este –básicamente a Polonia– a mediados

de la década de los noventa, de forma que el único destino que encuentra la producción de sus asociados es el nacional; la fruta se vende en subasta en la propia cooperativa, o bien se acopia en la misma cuando los operadores que tradicionalmente trabajan en esta zona –que responden a intereses del sector en Murcia– ofrecen comprar limón a un precio fijado por ellos mismos, acudiendo a las instalaciones de la Cooperativa con su fruta los productores interesados en vender.

La pérdida de Carrefour como cliente de la SCA Estepona ha dejado a Citrimasat como la única de las tres Entidades que hoy mantiene relaciones estables con grandes cadenas de distribución, como Lidl o Mercadona, a las que vende parte de su producción de limón, tanto directamente, como a través de interproveedores –Tana S.A. en el caso de Mercadona–. Con respecto a esta última cadena de supermercados, Citrimasat puede ser considerada como un proveedor de tipo “clásico”, con el que la empresa mantiene una relación contractual convencional. Los proveedores de Mercadona son considerados por esta cadena como socios capitalistas enfocados a añadir valor al cliente, un valor que se aporta gracias a que el proveedor es experto en su ámbito de actuación, conociendo a fondo las materias primas, los procesos y procedimiento de su línea de negocio (*Blanco y Gutiérrez, 2008*), en el caso de Citrimasat, la producción de limón. Las exigencias sobre la forma de llevar las explotaciones que la SAT tiene para con sus socios están destinadas no sólo a obtener fruta de calidad, sino a responder a las exigencias de este tipo de cliente, que demandan unos requisitos de control de la calidad y de la forma de producción elevados. Estos esfuerzos redundan en ventajas para los socios, puesto que los contratos que firma Mercadona con los proveedores locales son a medio y largo plazo, y se les garantiza un precio mínimo por cada kilo de producto (*Mercadona, 2008*).

La Sociedad también vende parte de su producción a terceros, que pueden venderla más tarde a granel o envasada con marca propia, entre los que destacan Tana S.A., y Frugarva S.A., empresas ambas de capital murciano, a las que se vende la fruta con una preselección realizada en las instalaciones de la SAT.

Citrimasat también coloca parte de la producción de sus asociados en el exterior, colocando fruta en Gran Bretaña y Francia, y, cada vez en mayor medida, en países de Europa del Este, como Polonia, Lituania, Letonia, Estonia o Rusia, un mercado al que llegan a vender directamente y con su propia marca. Esta venta directa al destino, convirtiéndose en una suerte de mayoristas, no es sino una de las estrategias que las cooperativas hortofrutícolas están poniendo en marcha para tratar de subsistir, y es una de las dos variantes de integración hacia consumo que han sido identificadas (cfr. *Institut, 2003*).

Por su parte, Agrolimón, por las características de su producción, alterna dos tipos de mercado: el limón convencional se vende en su totalidad a operadores murcianos, que se dirigen a Benamargosa desde el momento en que el limón producido en Benamargosa y su entorno se adelanta dos o tres semanas a la cosecha del resto de España; las condiciones agroecológicas de este área productora, por tanto, se resuelven como un punto muy a favor para este segmento de fruta, puesto que aparece cuando el mercado está desabastecido de limón nacional. Tal y como los entrevistados indican, es durante el mes de septiembre cuando se vende todo el limón convencional que se puede, puesto que más tarde el mercado está saturado y su colocación resulta muchísi-

mo más difícil. En cuanto a la producción ecológica, el grueso de lo que se produce en la Cooperativa, la venta se realiza tanto a operadores nacionales como internacionales (más de una docena, entre ambos), obteniéndose diferenciales de precio que potencialmente hacen relativamente viable el mantenimiento de las explotaciones.

7. CONCLUSIONES

El sector del limón está atravesando en Málaga en particular, en España en general, una situación muy delicada, derivada de los bajos precios –incluso de la ausencia de precio– que obtienen los productores por su limón. Además, el nivel de exigencia por parte de los compradores en lo relativo a la trazabilidad, calidad y presentación del producto se ha incrementado notablemente. Partiendo de la base de que la rentabilidad económica de las explotaciones cítricas tan sólo puede considerarse en el medio/largo plazo debido a la incertidumbre y variabilidad de la producción, y por tanto, de los precios (*Observatorio, 2009*), la adaptación a esta nueva realidad implica la diferenciación del producto y la obtención de unos estándares superiores de calidad, incluyendo la conversión a la producción ecológica, sin dejar de lado la apertura de nuevos mercados y la consolidación de los existentes. Unas opciones de futuro que vienen impuestas por el creciente poder de las grandes cadenas de distribución, y por la consolidación e incremento de la demanda de productos ecológicos.

Sin embargo, la capacidad de los citricultores limoneros malagueños para adaptarse es reducida, debido al pequeño tamaño de sus explotaciones, resultando la transición al ecológico la única opción de diferenciación de su producto que, de forma individual, podrían acometer. De ahí que el papel de las Entidades Asociativas cítricas de la provincia se resuelve como fundamental en el apoyo a los productores, un apoyo que cristaliza en una serie de estrategias muy dispares por parte de las Entidades, lo que probablemente va a tener consecuencias directas sobre las posibilidades de supervivencia de la actividad limonera en sus áreas de influencia.

Es así que las nuevas exigencias por parte de las grandes superficies virtualmente han expulsado del mercado a los asociados a la Cooperativa de Estepona, y están obligando a algunos, los productores de Benamargosa, a embarcarse en la opción de la certificación, una opción que tan sólo se está poniendo en práctica gracias a la labor que se realiza desde Agrolimón. La apuesta por la diferenciación de la producción que se está alentando desde esta cooperativa como opción para mantener la actividad se traduce también en la transición a ecológico que ha realizado un porcentaje considerable de sus asociados; es sintomática esta apuesta por la diferenciación puesto que, debido a las condiciones agroecológicas del área, el limón de Benamargosa se cosecha con dos o tres semanas de adelanto con respecto al resto del limón nacional, por lo que durante ese intervalo de tiempo pueden obtener unos precios comparativamente elevados por el limón convencional. Esta apuesta por la diferenciación de la producción ha sido considerada como la única viable, dado el reducidísimo tamaño de las explotaciones de sus asociados, y el pequeño volumen de producción que gestionan; un volumen reducido que no resulta atractivo para las grandes cadenas de distribución, pero que, sin embargo, puede colocarse con relativamente pocas

dificultades en nichos de mercado muy específicos, como el ecológico, donde las opciones de distribución de las que dispone la Cooperativa son numerosas.

En contraste, los asociados a Citrimasat continúan produciendo la totalidad de su limón como convencional, no existiendo interés alguno por la conversión a ecológico. Las estrategias desarrolladas por esta SAT pasan por la diversificación de los mercados a los que dirigen su producción, una producción de calidad, obtenida en explotaciones comparativamente grandes y bien llevadas, lo que reduce sus costes fijos y permite a la Entidad asegurar a sus clientes una producción estable con unos estándares elevados. En la actualidad esta SAT cuenta con unos canales de comercialización diversificados, lo que le permite colocar su producción bien directamente, bien a través de terceros, tanto en mercados nacionales como internacionales. Por tanto, y apoyándose en el hecho de que una porción muy significativa de sus explotaciones cuenta con las condiciones estructurales más favorables de la provincia, la apuesta se centra en la comercialización y la diferenciación a través de marca propia.

Por su parte, la situación más crítica corresponde al caso de Estepona, desde el momento en que no sólo no se están alentando alternativas de producción o de comercialización, sino que se ha registrado un proceso de franco deterioro con respecto a la situación de los noventa. Tal y como se deduce de las entrevistas realizadas, la presión urbanística, y, especialmente, la elevada edad de los titulares de las explotaciones, combinada con la ausencia absoluta de un relevo generacional, están en la base de esta situación; una situación que no puede corregirse desde la Cooperativa, puesto que al fin y al cabo, son los asociados los que deben estar dispuestos primero, a continuar con la actividad y, segundo, a secundar las iniciativas propuestas por la Entidad que los aglutina.

8. BIBLIOGRAFÍA

- ABASALÓN MACHADO, C. (2002): *De la estructura agraria al sistema agroindustrial*. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- BLANCO, M., Y GUTIÉRREZ, S. (2008): “Modelo de Gestión de la Calidad Total en el sector de la distribución comercial en España: el caso de Mercadona”, *Universia Business Review*, 17, pp.40-63.
- BOLETÍN ECONÓMICO DEL ICE, (2007): “La distribución comercial en el entorno internacional”. *Boletín Económico del ICE*, 2912, pp.201-234.
- COGECA (Confederación General de Cooperativas Agrarias de la UE) (2005) *Las cooperativas agrarias en Europa. Cuestiones fundamentales y tendencias*. 82 págs
- CONFEDERACIÓN DE COOPERATIVAS AGRARIAS ESPAÑOLAS (CCAE) (2002): “Aportación de CCAE sobre cooperativismo” en Jornadas Temática “Empresa Agraria y Cooperativismo”. *El libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural* Madrid, 18-19 de abril de 2002. 27 págs.
- CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA (2002): *Censo de Entidades Asociativas Agrarias de Andalucía -2002-*. Junta de Andalucía. Disponible en . Consultado en marzo de 2009.
- DOMÍNGUEZ GENTO, A. (2008): *La citricultura ecológica*. Consejería de Agricultura y Pesca, Junta de Andalucía, Sevilla.

- ESTRUCH GUITART, V. (2007): “La citricultura española. Evolución y perspectivas de futuro”. *Agricultura familiar en España 2007*. UPA. pp.126-140.
- GARCÍA SANZ, B. (2007): “Agricultura y desarrollo rural; referencia especial al asociacionismo agrario”, *Revesco*, 92, pp.178-198.
- GREEN, R. (2002): “Tendencias de la logística alimentaria de productos frescos”, *Distribución y Consumo*, 63, pp.37-51
- INSTITUT CERDÀ (2003): *Análisis de las relaciones de las Pymes agroalimentarias con la distribución comercial*. Informe preparado para la Dirección General de Alimentación, del MAPA. 54 páginas.
- LARRUBIA VARGAS, R. (1994): *Producción y comercialización de los cítricos en la provincia de Málaga*. Diputación Provincial de Málaga. Málaga.
- MELERO GUILLÓ, A., Y CALATRAVA ANDRÉS, A. (1997): “El sector hortofrutícola andaluz y su papel en el contexto nacional: retos para las organizaciones de productores”. *Actas del I Congreso de Ciencia Regional de Andalucía*. pp.638-663 Disponible en http://www2.uca.es/escuela/emp_je/investigacion/congreso/indice.html
- MERCADONA (2008): *Memoria anual 2008*. Documento on-line, disponible en . Consultado en marzo de 2009.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN (2003): “Asociacionismo y Cooperativismo agrarios”. *El libro blanco de la agricultura y el desarrollo rural*. MAPA. Madrid.
- MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO (2009): *Anuario de Estadística 2008*. MARM, Madrid.
- MOLINA HERRERA J. Y GARCÍA TORRENTE R. (2002): “Situación Actual y perspectivas de futuro de la horticultura intensiva en el litoral andaluz”. Jornada Autonómica de Andalucía. Sevilla, 10 de diciembre.
- NATERA RIVAS, J. J., LARRUBIA VARGAS, R. Y BATISTA ZAMORA A. E. (2008): “Explotaciones limoneras malagueñas. Tamaño, dimensión económica y composición del trabajo”, *Baetica*, 30, pp.63-89.
- NAVARRO RODRÍGUEZ, S., Y LARRUBIA VARGAS, R (2002): “La agricultura ecológica: producción y comercialización en la provincia de Málaga”, *Baetica*, 24, pp 113-148.
- OBSERVATORIO DE PRECIOS DE LOS ALIMENTOS (2009): *Estudio de la cadena de valor y formación de precios del sector cítrico*. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. Madrid.
- PAULA, V. DI (2009): *La producción ecológica en la provincia de Málaga: tendencias y perspectivas*, Diputación Provincial de Málaga, Málaga.
- PÉREZ SATURNINO, E (2004): “El sector citrícola”, *Boletín Económico del ICE*, 2823, pp.127.137.