**LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN Y EL COOPERATIVISMO AGROALIMENTARIO. EL CASO DE LA UVA DE MESA DEL VINALOPÓ**

**Gabriel García-Martínez / Guadalupe Orea**

**CEGEA**

**Centro de Investigación en Gestión de Empresas**

**Facultad Administración y Dirección de Empresas**

**Universidad Politécnica de Valencia**

**Camino de Vera s/n 46022 Valencia**

**RESUMEN**

A pesar de los problemas estructurales que afectan al cooperativismo agroalimentario español, cuenta con determinadas fortalezas como el control de la producción de sus socios agricultores y una estrecha vinculación con el territorio, favoreciendo la sostenibilidad del medio rural. Por su parte las Denominaciones de Origen están cada vez más extendidas, poniendo en valor un determinado producto ligado a un entorno geográfico, en zonas y sectores con una larga y reconocida tradición cooperativa. En este sentido, por lo menos a nivel teórico, parece clara las posibles sinergias a nivel de retribuir mejor la producción diferenciada de determinados agricultores, que tradicionalmente han apostado por un modo y tipo de producción de calidad diferenciada, o bien que han orientado sus explotaciones a este modelo.

El presente trabajo se plantea como objetivo analizar la presencia de las cooperativas agroalimentarias en las Denominaciones de Origen españolas, partiendo de una revisión bibliográfica. Con los datos disponibles se estudia la evolución de esta relación y profundiza en algunos casos.

**PALABRAS CLAVE**

Cooperativas agrarias, denominación de origen, territorio, sostenibilidad, calidad alimentaria, valor añadido

**INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS**

Actualmente en Europa nos encontramos en un contexto donde la oferta de alimentos se encuentra saturada. Esta situación incrementa la competencia entre los diferentes productos agroalimentarios y requiere la búsqueda de soluciones por parte de los agricultores y empresarios del sector para hacer más competitivos sus productos con una diferenciación de los mismos en el mercado.

Una opción en esta situación sería la adoptada por España dentro del contexto de la Unión Europea, adoptando las certificaciones comunitarias de Denominación de Origen Protegida (D.O.P.) e Indicación geográfica Protegida (IGP) que se hicieron corresponder con las denominaciones de origen y específicas respectivamente. Estas certificaciones fueron establecidas en virtud del Reglamento (CEE) Nº 2081/92 del Consejo de 14 de Julio de 1992, referente a la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios diferentes del vino y de las bebidas espirituosas.

Este formato de diferenciación según la literatura científica está justificado como una apuesta por la diversificación en mercados maduros (Van der Lans, 2001), también por la posibilidad de generar un valor añadido superior (Bonetti, 2004), y más recientemente por favorecer el desarrollo local y rural junto a la vertebración del territorio (Ilbery *et al.*, 2005).

Son numerosas las Denominaciones de Origen en vinos, aceite de oliva, quesos y productos hortofrutícolas. También son muchas las bodegas y almazaras cooperativas acogidas a estas marcas, al contar con una amplia implantación en el sector. No obstante, se debe señalar que la producción de frutas y hortalizas con un peso tan representativo en el sistema agroalimentario, cuente también con diversas Denominaciones de Origen pero quizás menos reconocidas.

El presente trabajo se plantea como objetivo analizar la presencia de las cooperativas agroalimentarias en las Denominaciones de Origen españolas, partiendo de una revisión bibliográfica. Con los datos disponibles se estudia la evolución de esta relación y profundiza en algunos casos.

**EL COOPERATIVISMO AGROALIMENTARIO ESPAÑOL Y LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN**

Según el Observatorio Socioeconómico de la Confederación de Cooperativas Agrarias de España (CCAE, 2008), actualmente existen 3.996 cooperativas, con 1.160.337 socios y un volumen de facturación de 17.654 millones de euros, que tan sólo en 2001 se situaba en 12.000 millones, con un crecimiento anual del 6,7%. En cualquier caso, dicho crecimiento ha sido desigual dependiendo de los diferentes subsectores. Para las frutas y hortalizas, que por sí solas representan ya un 20% del total facturado por las cooperativas, ha experimentado crecimientos anuales del 9% en los últimos años, alcanzando ya los 3.300 millones de euros. También en el aceite de oliva ya se aproxima a los 2.000 millones de euros de facturación, no sólo por la importante cuota de producción de las almazaras cooperativas, sino por una mejora de la comercialización directa del aceite virgen extra embotellado, captando mayor valor añadido. En el resto de subsectores, como es el caso del vino a través de las bodegas cooperativas donde también se goza de una amplia cuota de producción, el crecimiento ha sido más sostenido.

En cualquier caso, con respecto a la calidad de los productos, es muy variable el número de organizaciones cooperativas que comercializan sus producciones con sellos de calidad como las Denominaciones de Origen, destacando las regiones vitivinícolas con porcentajes que superan el 30%, al contar también con una mayor tradición y reconocimiento. Se debe recordar que España ya en 1932 a través del Estatuto del Vino introdujo el concepto de Denominación de Origen. En 1992 se crea en Europa un sistema de valorización y protección de las denominaciones geográficas y de las especialidades tradicionales en el marco de la política de calidad de los alimentos.

Dentro del ámbito científico, son diferentes las aportaciones cuyo objeto de estudio son las organizaciones que se integran en las Denominaciones de Origen, con especial atención a las entidades cooperativas.

En el sector vitivinícola cabe destacar por ejemplo los trabajos de López *et al*  (2006), Melián y Vázquez, (2007), Fernández-Moreno *et al.* (2009) y Salazar y Galve (2010) entre otros.

López *et al* (2006) ofrecen un estudio económico de las cooperativas vitivinícolas amparadas por la Denominación de Origen (D.O) Alicante, a través de un análisis económico-financiero de las bodegas cooperativas de primer grado, para posteriormente compararlo con las de segundo grado, que muestran mejores resultados. Se recomienda no sólo acometer mejoras técnicas en los procesos sino también en los aspectos relacionados con la calidad para ser más competitivos en los mercados globales. También en este ámbito, Melián y Vázquez (2007) estudian el nivel de significación y representatividad de las bodegas cooperativas frente al total de empresas vitivinícolas, además de realizar un análisis empírico para conocer el sector desde la perspectiva de la oferta. Se aconseja a las cooperativas aunar fuerzas y ahondar en la visión estratégica del negocio en tanto formación de personal como adaptación al mercado.

Por otra parte, Fernández-Moreno *et al* (2009) analiza en el ámbito de la exportación las cooperativas vitivinícolas de la Denominación de Origen “La Mancha”, donde encuentra que el nivel de ventas exteriores se relaciona de manera positiva con el liderazgo en costes y diversificación de mercados. Más recientemente, Salazar y Galve (2010) describen el comportamiento de los miembros de una muestra de bodegas cooperativas de la Denominación de Origen Rioja. Como resultados cabe destacar que, la función de inversor se desarrolla sin separación con la desempeñada como proveedor. La delegación de las actividades de gestión en una gerencia profesionalizada es escasa y cuando se produce no suele ser satisfactoria. Se muestra una alta especialización en las primeras fases del ciclo productivo y una elevada concentración de ventas.

En el sector oleícola también se cuenta con diferentes contribuciones científicas como Márquez y Hernández (2001), Montegut *et al* (2002) y Marbán (2005) entre otros. En éste último trabajo, se analizan las posibles estrategias comerciales basadas en la calidad que pueden desarrollar las almazaras cooperativas, a partir de una encuesta realizada a la totalidad de estas organizaciones integradas en la Denominación de Origen Montes de Toledo. Se identifican sus principales desventajas y problemas como su reducido tamaño empresarial que le impide acometer las inversiones necesarias para mejorar los aspectos estratégicos considerados, y las potencialidades con las que cuenta como sería la concentración de la producción a través de estructuras de segundo grado.

**SITUACIÓN DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN EN ESPAÑA. EL CASO DE LA UVA DE MESA DEL VINALOPÓ.**

Las Denominaciones de Origen (D.O.) se caracterizan por su referencia a una región, lo cual se utiliza para identificar un producto. Todos los productos pertenecientes a alguna de las D.O. deben garantizar unos cánones de calidad y deben seguir unas normas en su producción y / o transformación.

En los últimos años, a nivel nacional, los productos agroalimentarios que tienen reconocida una Denominación de Origen, han seguido una tendencia general al alza en cuanto a su número, sin disminuir en ningún según se muestra en la siguiente tabla (MARM; 2010).

|  |  |
| --- | --- |
|  | **nº DENOMINACIONES DE ORIGEN** |
|  | **2002** | **2003** | **2004** | **2005** | **2006** | **2007** | **2008** |
| **ACEITE DE OLIVA VIRGEN** | 17 | 19 | 20 | 22 | 24 | 24 | **28** |
| **ARROZ** | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **3** |
| **CARNES FRESCAS** | 14 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | **15** |
| **CONDIMENTOS Y ESPECIAS** | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **3** |
| **EMBUTIDOS Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | **7** |
| **FRUTAS** | 14 | 15 | 16 | 16 | 16 | 16 | **17** |
| **HORTALIZAS** | 11 | 14 | 14 | 19 | 19 | 19 | **20** |
| **JAMONES** | 4 | 5 | 5 | 6 | 6 | 6 | **6** |
| **LEGUMBRES** | 4 | 5 | 5 | 7 | 7 | 7 | **8** |
| **MANTEQUILLA** | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | **2** |
| **MIEL** | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **3** |
| **PANADERIA, PASTELERIA Y REPOSTERIA** | 3 | 7 | 8 | 9 | 9 | 10 | **10** |
| **PESCADOS Y MOLUSCOS** | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | **3** |
| **QUESOS** | 19 | 21 | 23 | 24 | 24 | 24 | **25** |
| **SIDRA** | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | **1** |
| **TOTAL** | **101** | **121** | **126** | **138** | **140** | **141** | **151** |

Tal y como se desprende de los datos anteriores en el conjunto de Denominaciones de Origen el mayor número se registra en el aceite de oliva virgen (28), seguido de los quesos (25), hortalizas (20) y frutas (17).

Por limitaciones del estudio, nos centramos en el sector hortofrutícola, que agrupa en su conjunto al mayor número de Denominaciones de Origen a nivel nacional, con un total de 37, acotándolo también a la realidad de la Comunidad Valenciana con una larga tradición cooperativa.

En la Comunidad Valenciana, se cuenta con una amplia representación de estos productos a través de 6 Denominaciones de Origen la mayoría de frutas, repartidas por todo su territorio, y sin contar la Indicación Geográfica Protegida de Cítricos Valencianos. En el año 2008, la Uva del mesa del Vinalopó es la que mayor superficie inscrita presenta con más de dos mil hectáreas, seguida del kaki de la Ribera del Xúquer, como se describe en la siguiente tabla (MARM, 2010).

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Superficie (ha)** |
| **CEREZAS DE LA MONTAÑA DE ALICANTE** | 1.343 |
| **KAKI RIBERA DEL XÚQUER** | 1.680 |
| **NÍSPEROS DE CALLOSA D'EN SARRIÁ** | 1.600 |
| **UVA DE MESA DEL VINALOPÓ** | 2.116 |
| **ALCACHOFA DEL BENICARLÓ** | 558 |
| **CHUFA DE VALENCIA** | 399 |

Dentro del conjunto de Denominaciones de Origen de frutas en España la Uva del Vinalopó, una de las primeras en conseguir tal reconocimiento, en el ejercicio 2008 es la tercera en producción comercializada dentro del mercado nacional detrás de la Manzana de Girona y la Cereza del Jerte y la que alcanza un mayor volumen de exportaciones a la Unión Europea, principal destino exterior (MARM, 2010).

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Producción comercializada (Tm)** |
|  | Nacional | Unión Europea |
| **Avellana de Reus** | 97 | 0 |
| **Cereza del Jerte** | 5.201 | 1.187 |
| **Cerezas de la montaña de Alicante** | 528 | 168 |
| **Chirimoya de Granada-Malaga** | 1.096 | 122 |
| **Clementinas del Ebro** | 0 |  |
| **Kaki Ribera del Xúquer** | 3.938 | 6.012 |
| **Manzana de Girona** | 18.500 | 3.000 |
| **Manzana Reineta del Bierzo** | 983 | 0 |
| **Melocotón de Calanda** | 3.744 | 680 |
| **Nísperos Callosa d'en Sarriá** | N/D | N/D |
| **Melón de la Mancha** | 37 | 16 |
| **Pasas de Málaga** | 170 |  |
| **Pera de Jumilla** | 706 | 78 |
| **Pera de Lleida** | 260 | 0 |
| **Peras de Rincón de Soto** | 4.032 | 0 |
| **Uva de mesa del Vinalopó** | 4.906 | 3.160 |

Respecto a la valoración económica de su producción se sitúa cercana a los ocho millones de euros (7,95), según los últimos datos del Ministerio (MARM, 2010), por detrás de la Cereza del Jerte (13,48), la Manzana de Girona (10,95) y el Kaki de la Ribera del Xúquer (10,95).

Por la representatividad de los datos expuestos anteriormente, en el presente trabajo se va a profundizar en la Denominación de Origen de Uva de mesa del Vinalopó, cuya superficie además se encuentra muy acotada y utiliza una técnica de cultivo diferenciada del resto de uvas, que no se comercializan bajo dicha denominación, como es el embolsado de los racimos en campo.

Esta Denominación de Origen se sitúa en el valle del río Vinalopó, y comprende los municipios de Agost, Aspe, Hondón de las Nieves, Hondón de los Frailes, Monforte del Cid, Novelda y La Romana. Las características diferenciadoras del producto vienen derivadas por las siguientes circunstancias:

* Es la única comarca donde todos los racimos se embolsan.
* Existe un microclima especial que retrasa el proceso de maduración hasta bien entrado el invierno.
* Es la única comarca en la que se cultiva la variedad Aledo cuya comercialización se realiza en el período navideño.
* Toda la uva se cultiva en regadío y en formas apoyadas, tanto parral como espaldera.

En el Vinalopó las variedades cultivadas y embolsadas han quedado reducidas a la variedad “Ideal” (47% de la superficie) y “Aledo”(51%), dado que en los últimos quince años prácticamente ha desaparecido la variedad “Rosetti” (2%).

El número de almacenes de transformación inscritos, que han comercializado actualmente con esta D.O. es de 44, de los cuales 3 son cooperativas (7%) y 8 son Sociedades Agrarias de Transformación (19%), constituyendo el conjunto de entidades asociativas vinculadas, que se sitúan en los tres principales municipios donde radica esta producción.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Monforte del Cid** | **Novelda** | **Aspe** | **Resto** | **TOTAL** |
|  | **Nº** | **%** | **Nº** | **%** | **Nº** | **%** | **Nº** | **%** | **Nº** | **%** |
| **Cooperativas Agrarias** | 1 | 6% | 1 | 13% | 1 | 11% | 0 | 0% | 3 | 7% |
| **Sociedad Agraria de Transformación** | 4 | 24% | 3 | 38% | 1 | 11% | 0 | 0% | 8 | 18% |
| **Sociedad Mercantil (S.L o S.A.)** | 7 | 41% | 3 | 38% | 2 | 22% | 7 | 70% | 19 | 43% |
| **Empresario Individual** | 5 | 29% | 1 | 13% | 5 | 56% | 3 | 30% | 14 | 32% |
| **TOTAL** | **17** | **100%** | **8** | **100%** | **9** | **100%** | **10** | **100%** | **44** | **100%** |

La superficie inscrita, en 2008 es de 2.116 hectáreas, obteniéndose una producción de 40.915 toneladas, lo que supone un 40% de la producción de la provincia de Alicante. Bajo el anagrama de la D.O. se comercializaron 6.526 toneladas, ya que no toda la fruta resultante cumple todos los requisitos para poder ser comercializada como tal.

En los últimos años la producción de uva de mesa en Alicante ha experimentado un acusado descenso, si bien en la producción de uva bajo la Denominación de Origen, la tendencia es menos acusada, manteniéndose relativamente estable en los últimos años, lo que demuestra la oportunidad que supone una producción diferenciada para los agricultores y las organizaciones cooperativas en las que se puedan integrar.

Si se comparan en las últimas campañas los precios en origen de referencia para la uva de la variedad Aledo (SOIVRE, 2009), como la más característica de esta Denominación de Origen, se observa que son sensiblemente inferiores a los obtenidos para el producto protegido bajo esta D.O (MARM, 2010).

|  |  |
| --- | --- |
|  | Cotización Origen (€/kg) |
|  | D.O Uva Vinalopó | Aledo Origen |
|  |
| 2006 | 1,01 | 0,69 |
| 2007 | 0,97 | 0,71 |
| 2008 | 0,97 | 0,69 |

La diferencia de precio en los mercados se sitúa entre 26 y 32 céntimos de euro por kilo, que supone un margen suficiente para compensar los costes en los que se incurre en el manejo de cultivo basado en el embolsado de racimos que diferencia a estas producciones.

**CONCLUSIONES**

La vinculación al territorio y el control de la producción agroalimentaria son fortalezas que presentan las organizaciones cooperativas agrarias en un contexto de alta competencia y saturación de los mercados.

Por otra parte, las Denominaciones de Origen suponen una diferenciación del producto, valorada por los consumidores, y que ayuda a captar mayor valor añadido cuando es difícil reducir costes por economías de escala o el uso intensivo de mano de obra. En aquellos productos que se adaptan a estas características las cooperativas tienen una oportunidad, considerablemente extendida en sectores como el vitivinícola y el oleícola.

En otros sectores como el hortofrutícola esta realidad está menos extendida, si bien presentan modelos singulares como el tratado en el presente trabajo de la Uva del Vinalopó que muestran a las organizaciones cooperativas que en esta línea se puede seguir avanzando.

No obstante, se debe evitar caer en las carencias o deficiencias que diferentes estudios han señalado que incurren ciertos grupos de cooperativas vinculadas a Denominaciones de Origen. La adecuada dimensión y orientación al mercado junto a la formación del personal son factores clave.

**BIBLIOGRAFÍA**

BONETTI, E. (2004): “The effectiveness of meta-brands in the typical product industry: mozzarella cheese”. *British Food Journal*, 106 (10/11). pp 746-766.

COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS –CCAE- (2008): Observatorio Socioeconómico del Cooperativismo.

DENOMINACIÓN DE ORIGEN DE LA UVA DEL VALLE VINALOPÓ –D.O. VINALOPÓ- (2010). Datos sobre producción y comercialización. http://uva-vinalopo.org

FERNÁNDEZ-MORENO, V., PEÑA, I., HERNÁNDEZ-PERNILES, F. (2008): “Factores determinantes del éxito exportador. El papel de las estrategia exportadora en las cooperativas agrarias”. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 63, pp. 39-64.

ILBERY, B.; MORRIS, C.; BULLER, H.; MAYE, D.; KNEAFSEY, M. (2005): “Product, process and place. An examination of food marketing and labeling schemes in Europe and North America”. *European Urban and Regional Studies*, 12 (2): pp. 116-132.

LÓPEZ, D.B., VIDAL, F. y DEL CAMPO, J.F. (2006) “Análisis económico de las cooperativas vitivinícolas de la Denominación de Origen Alicante”. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa,* nº 54, pp. 73-96.

MARBÁN, R. (2005): “Principales estrategias de gestión de la calidad desarrolladas por las almazaras cooperativas amparadas en la Denominación de Origen Montes de Toledo”. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 51, pp. 185-209.

MELIÁN, A. y MILLÁN, G. (2007): “El cooperativismo vitivinícola en España. Un estudio exploratorio en la denominación de origen de Alicante”. *REVESCO*, nº 93, pp. 39-67.

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO –MARM- (2010): Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas y de las Indicaciones Geográficas Protegidas de Productos Agroalimentarios del año 2008. Secretaría General del Medio Rural. Dirección General de Industria y Mercados Alimentarios.

MARQUEZ, A.M.; HERNÁNDEZ, M.J. (2001): “Cooperación y sociedades cooperativas: el caso de la Denominación de Origen Sierra Mágina”, *REVESCO,* nº 74, pp. 123-148.

MONTEGUT, Y.; SABATÉ, P.; CLOP, M.M. (2002): “Análisis económico-financiero de las cooperativas agrarias productoras de aceite de oliva de la D.O. Garrigues” *Investigación Agraria*, nº 17 (3), pp. 423-440.

SALAZAR, I. y GALVE, C. (2010): “Ejercicio de las funciones empresariales por parte de los socios de las cooperativas agrarias” *REVESCO*, nº 101, pp. 79-106.

SOIVRE (2009): Panorámica comercial hortofrutícola española (1987-88/2007-08). Cuaderno de Comercialización nº 17. Secretaría General de Comercio Exterior. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

VAN DER LANS, I. A. (2001): “The role of the region of origin and EU certificates of origin in consumer evaluation of food products”. *European Review of Agricultural Economics*, 28(4), pp. 451-477.