

La red de mercadillos “Guadalhorce Ecológico”

Una experiencia local de canales cortos de comercialización

Sebastián Hevilla ▶
Ordóñez y Margarita
Jiménez Gómez
GDR Valle del
Guadalhorce

La comarca del Valle del Guadalhorce es una zona privilegiada en lo que se refiere a sus condiciones climatológicas. Tiene una benignidad climática excepcional, en parte debida al arco calizo que la delimita y en parte a la existencia de varios cursos de agua que, desde tiempos históricos, permitieron el desarrollo de una cultura y paisajes agrarios singulares, tanto de secano como de regadío.



A diferencia de lo que ocurre en otras áreas territoriales de Andalucía occidental, en el Valle del Guadalhorce la propiedad de la tierra está mucho más distribuida que en otros lugares, hasta el punto de que la estructura fundiaria es minifundista. Esta singularidad, debida a causas his-

tóricas y geográficas, que no procede tratar en este breve artículo, permitió la emergencia de un agroecosistema único en este territorio, dando lugar a lo que se llama la “Huerta del Guadalhorce”, caracterizado por su elevada diversidad agronómica y por la integración de la actividad ganadera en el sistema productivo (figura 1).

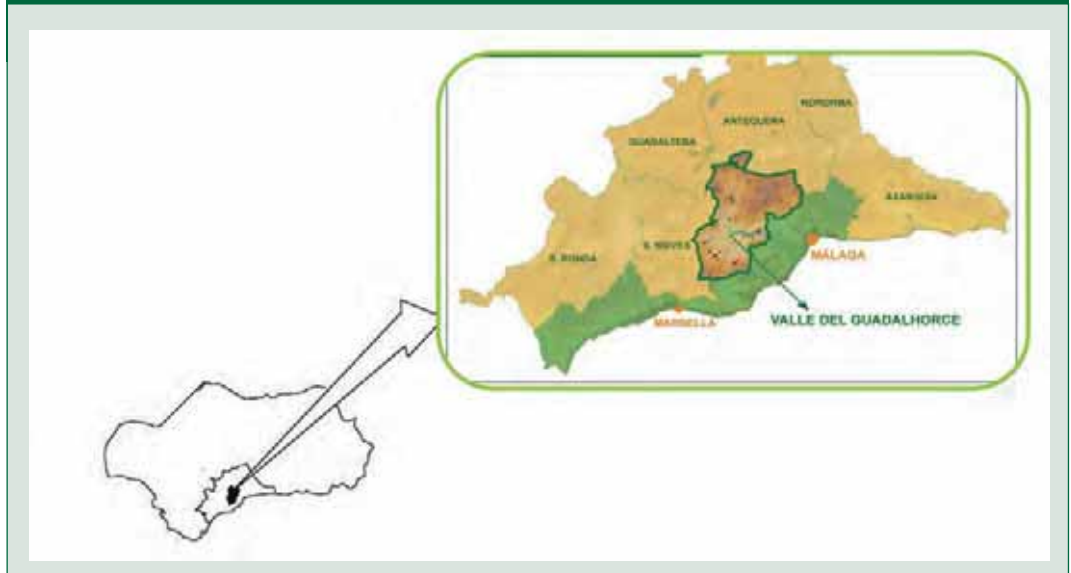
La comarca del Valle del Guadalhorce ha sido conocida históricamente como la “olla de Málaga”, por haber sido la suministradora principal de frutas y verduras a la capital. Sin embargo, la expansión de otros sectores económicos con mayor rentabilidad, junto con el desarrollo de la gran distribución, hizo que esta función se fuese perdiendo.

No obstante, esa pérdida de protagonismo se ha compensado en los diez últimos años por el significativo crecimiento de la producción ecológica en la comarca del Valle del Guadalhorce. Este crecimiento ha sido especialmente elevado a partir del comienzo de la actual crisis económica, cuando, ante la caída de otros sectores de actividad, como el sector de la construcción, las pequeñas explotaciones agrarias vuelven a verse como una fuente de ingresos para las familias rurales de la zona y cuando los propios agricultores comprueban que la producción ecológica es la única estrategia capaz de garantizar la viabilidad económica de sus explotaciones.

El modelo ecológico de producción era, además, relativamente fácil de implantar en las “huertas del Guadalhorce”, dada la baja intensificación productiva y la gran diversidad agronómica de las pequeñas explotaciones allí asentadas, elementos estos que, como se sabe, son fundamentales para el desarrollo de ese modelo alternativo de producción.

Apostar por el desarrollo de la producción ecológica en la comarca ha demandado mucha formación y asesoramiento de los agricultores. Esa ha sido una de las tareas del Grupo de Desarrollo Rural Valle del Guadalhorce, que, a través de su equipo técnico, se ha encargado de asesorar a los agricultores, tanto en los aspectos técnicos relativos al manejo de los cultivos ecológicos como en todo lo relacionado con la complicada ges-

FIGURA 1
LOCALIZACIÓN DE LA COMARCA VALLE DEL GUADALHORCE



ción administrativa que conlleva darse de alta en los registros de la producción ecológica. Asimismo, el equipo técnico del GDR ha desarrollado una importante labor formativa de los agricultores para irlos familiarizando con el modo ecológico de tratar los principales cultivos del Valle del Guadalhorce.

Área de influencia de la red “Guadalhorce Ecológico”

La definición del área de influencia de la red de mercadillos “Guadalhorce Ecológico” se corresponde con lo que los promotores de la iniciativa han considerado como área adecuada para desarrollar la comercialización de la producción ecológica obtenida en la comarca. Es, por tanto, un área de influencia autodefinida por sus propios protagonistas, y cuya determinación ha sido fundamental para establecer el crecimiento y desarrollo de la red de mercadillos de “Guadalhorce Ecológico”.

Este área se encuentra en un radio de unos treinta kilómetros desde el epicentro de la zona de producción, en dirección sur, y englobando los principales núcleos de población de la Costa del Sol: desde la capital Málaga, en un extremo, hasta el municipio de Estepona, en el otro extremo, abarcando, según datos del Sistema de Información Municipal de Andalucía (SIMA), una población de algo más de un millón y medio de personas (figura 2). Esta misma fuente de informa-

ción recoge que, en la zona de influencia de la red de mercadillos, la renta per cápita media es ligeramente superior a los 12.000 euros, lo que indica que en esta zona existe una población media con un poder adquisitivo relativamente alto.

Evolución de la red

Etapa inicial

De forma casi paralela al desarrollo y crecimiento de la superficie de producción ecológica en la comarca, aparece en el mes de marzo de 2007 el primer mercadillo de productores ecológicos en Coín, promovido por el sindicato agrario Coag y por el ayuntamiento de ese municipio. Ese mercadillo, que aún sigue vigente, comenzó a organizarse el tercer sábado de cada mes, en una plaza pública conocida como Plaza de la Villa, un lugar emblemático en el centro del pueblo, que anteriormente había sido el Mercado de Mayoristas donde los agricultores de Coín pueblo solían vender sus productos.

Al de Coín le siguió el mercadillo de la Estación de Cártama, organizado por el ayuntamiento de este municipio en una zona verde próxima al llamado “mercadillo de los Domingos”, un mercadillo donde, cada primer domingo del mes, se venden productos convencionales, acudiendo una gran afluencia de público.

Ante el éxito de estas primeras iniciativas, el Grupo de Desarrollo Rural Valle del Guadalhorce,

FIGURA 2
LOCALIZACIÓN DEL ÁREA DE INFLUENCIA DE LA RED “GUADALHORCE ECOLÓGICO”



▼
Muchas de las actividades planteadas para consolidar la red de mercadillos se han basado en organizar talleres y actividades durante la celebración de los mercadillos, estando dirigidas tanto a adultos como a niños, con dos objetivos claros: atraer al público interesado en participar en estas actividades, y contribuir a que la experiencia tuviera eco en los medios de comunicación provincial

junto a los ayuntamientos de la comarca, se decide a organizar otros mercadillos en las semanas complementarias, de tal forma que los productores contasen con un espacio de venta semanal, y que los consumidores pudieran fidelizarse y optar a una oferta de productos ecológicos frescos semanales.

Durante los primeros años de funcionamiento de la red, el calendario de mercadillos se centró en los siguientes cuatro municipios:

- > Cártama (primer domingo de cada mes).
- > Alhaurín el Grande (segundo sábado de cada mes).
- > Coín (tercer sábado de cada mes).
- > Pizarra (último domingo de cada mes).

Así es cómo surge la red de mercadillos “Guadalhorce Ecológico”, con un calendario mensual de cuatro mercados en diferentes puntos de la comarca del Valle del Guadalhorce. Para divulgar y promocionar esta red se establece un plan de comunicación coordinado entre el GDR del Valle del Guadalhorce, los ayuntamientos de la comarca y la recién constituida Asociación de Productores y Consumidores “Guadalhorce Ecológico”.

Muchas de las actividades planteadas para consolidar la red de mercadillos se han basado en organizar talleres y actividades durante la celebración de los mercadillos, estando dirigidas tanto a adultos como a niños, con dos objetivos claros: atraer al público interesado en participar en estas actividades, y contribuir a que la experiencia tuviera eco en los medios de comunicación provincial.

Entre las actividades que se han desarrollado en el marco de esta red de mercadillos, cabe destacar los talleres de siembra e identificación de semillas, las actividades de degustación, el reparto de plantas hortícolas de variedades locales, los talleres de identificación de variedades locales, reparto de zumos, muestras de plantas ecológicas, degustaciones de platos típicos, reparto de buñuelos ecológicos, realización de juegos de pinta cara y demás juegos infantiles...

Las funciones de estas actividades han ido mucho más allá de la animación social y cultural, ya que han servido de lanzadera para estar presentes en los medios de comunicación provincial. Con ello se le ha dado difusión no solo a la red de mercadillos “Guadalhorce Ecológico”, sino que también han servido para fomentar el consumo de alimentos ecológicos, convertir el Valle del Guadalhorce en un referente dentro de la producción ecológica y estrechar los lazos entre los ciudadanos y la comunidad agraria.

Etapas de ampliación y consolidación

Tras varios años de funcionamiento de esta primera red de mercadillos, se observó que había dos mercados que funcionaban a pleno rendimiento y que tenían una afluencia de público importante, los de Cártama y Coín, y que, en cambio, los de Pizarra y Alhaurín el Grande iban perdiendo fuerza de forma alarmante. En base a estos hechos, en el año 2010 se realizó un trabajo de investigación en el que se analizaron las características de la población que regularmente acudía a comprar a la red de mercadillos, sus motivaciones de compra y la valoración que hacían de los mismos. La demanda que más plantearon los encuestados fue la de abrir un mercado ecológico en la capital malagueña y en otros municipios de la provincia, con objeto de complementar la red de cuatro mercados existente.

Sobre la base de esta petición, el GDR del Valle del Guadalhorce, y en colaboración con la ya citada Asociación “Guadalhorce Ecológico”, promovió reuniones con el ayuntamiento de Málaga para abrir un mercado “Guadalhorce Ecológico” en la capital. Gracias a la colaboración y apoyo del área de medio ambiente de dicho ayuntamiento, se logró poner en marcha el primer mercado de “Guadalhorce Ecológico” en la capital malagueña en enero de 2013, quedando desde entonces ubicado el cuarto sábado de cada mes. Posteriormente, se pusieron en marcha los mer-

FIGURA 3
CALENDARIO DE LA RED DE MERCADILLOS
“GUADALHORCE ECOLÓGICO”



cadillos de Marbella, Mijas y Benalmádena y otro más en la ciudad de Málaga (justo en el Paseo de Reding). De este modo, la red “Guadalhorce Ecológico” consta de ocho mercadillos, organizados a día de hoy de acuerdo con el calendario que puede verse en la figura 3.

Gestión y organización

Una vez consolidada la red de mercadillos que, como puede verse en la figura 3, abarca todos los fines de semana de cada mes, es la ya citada Asociación de Productores y Consumidores “Guadalhorce Ecológico” la que se encarga de la gestión y control de los mismos, y es también la que

firma el acuerdo o convenio de colaboración con los distintos ayuntamientos para la organización de los mercadillos. Dicha asociación fue también la encargada de elaborar un reglamento de funcionamiento interno, donde se establece el funcionamiento y control de la red de mercadillos “Guadalhorce Ecológico”.

De esta forma, se ha conseguido tener una oferta de productos ecológicos del Valle del Guadalhorce en diferentes puntos de su zona de influencia y durante todos los fines de semana del mes. Así, se ha conseguido dar respuesta tanto a las demandas de los consumidores de contar con más espacios de venta y mayor frecuencia como a la necesidad de los productores de dar más fácil salida a sus producciones.

El principal beneficio o valor añadido de la red de mercadillos “Guadalhorce Ecológico” es la labor de difusión sobre el consumo de alimentos ecológicos que está realizando. Asimismo, es importante destacar el hecho de que está sirviendo de punto de encuentro y fomento de otros canales cortos, como la venta directa en las propias explotaciones o el reparto de cestas a domicilio. De hecho, casi todos los agricultores que acuden a los mercados complementan el canal del mercadillo con la venta en sus propias fincas y el reparto de cestas.

De este modo, el mercadillo se ha convertido en un espacio de promoción y de acercamiento entre los productores y los consumidores. Cuando los consumidores que prueban el producto conocen al productor y su trabajo, se genera entre ellos una relación de confianza y de seguridad, que les lleva a buscar otros canales de relación más directa, como el reparto a domicilio. Una cosa conduce a la otra.

Características de los productores de “Guadalhorce Ecológico”

A la red de mercadillos acude una veintena de productores. Aproximadamente la mitad de ellos son productores de frutas y verduras, y la otra mitad corresponde a productores de bienes elaborados como aceite, queso y pan, y a tres distribuidores de productos transformados ecológicos, como mermeladas, cerveza, infusiones..., complementándose la oferta de productos que se pueden encontrar en el mercado.

La participación de los productores en el mercadillo está regulada por el mencionado reglamento interno, donde se recogen las normas de participación y funcionamiento de los mismos.



Este reglamento permite la participación de distribuidores, que solo podrán comercializar productos no ofertados por los productores, con el fin de complementar la oferta de productos que se pueden encontrar en el mercado y dar un mejor servicio a los consumidores. El máximo de puestos de distribuidores se sitúa en un 20% del total de participantes.

Para el buen funcionamiento de la red de mercadillos se establecen dos órganos de control: la comisión de seguimiento de los mercadillos y el auditor de mercadillos. La comisión de seguimiento tiene como función velar por el buen funcionamiento de los mismos y por la correcta aplicación del reglamento interno. Está constituida por dos representantes de los productores, que son miembros de la asociación “Guadalhorce Ecológico” pero que no tienen punto de venta en los mercadillos, y dos representantes de los consumidores, también miembros de la asociación.

Conclusiones

La red de mercadillos “Guadalhorce Ecológico” no solo cumple con la función de comercializar productos, sino que promueve otra serie de valores, que son transmitidos a través de este canal. Cabe destacar los siguientes:

> *El mercado alimento:* porque en él se comercializan productos locales ecológicos con sa-

bor y con sabiduría vinculada a su producción. Fomenta el consumo de productos ecológicos de temporada, recogidos en el momento óptimo de maduración cuando los productos tienen sus mayores atributos nutricionales, producidos según sus necesidades ambientales propias.

> *El mercado educación:* porque es un espacio de educación para el consumo de alimentos de temporada y ecológicos, vinculados a las costumbres y tradiciones de la comarca del Valle del Guadalhorce, ofreciendo información sobre las técnicas de manejo de las variedades y productos locales más especiales, fomentando la cultura alimentaria.

> *El mercado social:* porque es un espacio de relaciones sociales entre productores y consumidores, de contacto directo, de intercambio de experiencias y conocimiento, donde pueden compartir sus respectivos puntos de vista y contribuir a adaptar mejor la oferta y la demanda de alimentos.

> *El mercado turismo:* porque ofrece algo diferente que no se puede encontrar en cualquier lugar, generándose sensaciones y aprovechándose sinergias con otros servicios que existen en los municipios y ciudades donde se celebran los mercadillos, como el sector de la restauración; son, por tanto, un elemento de dinamización turística de los centros urbanos.

> *El mercado empleo:* porque genera empleo de calidad y digno para el sector productor, don-



de su trabajo y esfuerzo son reconocidos por los consumidores, generándose también una gran cantidad de empleo indirecto vinculado al sector agroalimentario.

- > *El mercado economía:* porque se genera economía tanto de forma directa (a través de la producción y comercialización de los alimentos que aprovechan todos los eslabones de la cadena alimentaria) como de forma indirecta (a través de la comercialización de insumos ne-

cesarios para la producción y las actividades complementarias que los visitantes del mercado realizan).

- > *El mercado medio ambiente:* porque al facilitar el consumo de alimentos ecológicos y locales se está contribuyendo al mantenimiento del paisaje, favoreciéndose, además, formas de producción respetuosas con el medio ambiente y modelos alternativos de consumo (productos “kilómetro cero”). ■