

Agricultura y competitividad territorial en Andalucía*

ROCÍO SILVA PÉREZ

CLAVES PARA UNAS NUEVAS RELACIONES ENTRE AGRICULTURA Y COMPETITIVIDAD

La agricultura, como los espacios rurales en que ésta se inserta, no se ha mantenido al margen de la globalización de la economía ni de la creciente competencia interterritorial por ella promovida. Muy al contrario, al igual que las restantes actividades, se está viendo profundamente afectada por las dinámicas operadas en los planos económico, social y territorial, ajustándose a las mismas con distinta fortuna en función su diferente capacidad de adaptación a las lógicas imperantes (Bonano, 1994; Bowler, 1996; Colletis y Pecqueur, B., 1993; Camagni, M.-Gordinillo de Anda, G., 2000). Entre los cambios en curso, que pueden explicar las transformaciones recientes del sector y sus perspectivas de futuro, cabe resaltar los que siguen (Delgado Cabezas, M. 1999; Silva, R. 2002):

- La mundialización de la economía y la generalización de las nuevas tecnologías de la información que si, por una parte, convierten a los espacios

* Este artículo se inserta en el Proyecto de Investigación del Ministerio de Ciencia y Tecnología BSO2003-07-603-C08-02. Una versión del mismo figura en el segundo Informe de Desarrollo Territorial de Andalucía, coordinado por I.Caravaca y F. Zoido y realizado por un grupo de investigadores de las universidades de Sevilla y Huelva.
La cartografía que acompaña al texto ha sido elaborada por Aida Mendoza Bonet.

rurales en ámbitos más accesibles, por otra, los hacen más vulnerables a la competencia exterior empujándolos a una continua readaptación a las lógicas imperantes cuyas claves de éxito están estrechamente relacionadas con su diferente capacidad para desarrollar o incorporar innovaciones.

- La progresiva liberalización del comercio internacional de productos agrarios (Blandford, 2002), que obliga a la búsqueda de una mayor competitividad para la agricultura merced a la incorporación de nuevas tecnologías, la apuesta por la calidad, la inserción y el control del circuito agrocomercial, etc.
- La pérdida de sentido de la antigua identificación entre agricultura y retraso económico, puesto que en algunas ocasiones actúa como inductora de entramados empresariales sumamente dinámicos (empresas suministradoras de insumos, de manipulación/transformación/comercialización, de provisión de servicios...), que conforman sistemas productivos locales muy proclives a la incorporación de nuevos conocimientos (Caravaca, I-González, G.-Méndez, R.-Silva, R., 2002; Silva Pérez, R. 2001 a y b y 2002).
- El proceso de concentración de la demanda y el protagonismo adquirido por las grandes centrales de compra de carácter transnacional (Blandford, D. 2002), que imponen las reglas del juego a los restantes agentes del complejo agrocomercial y, muy especialmente, a las explotaciones agrarias, que se erigen el elemento más vulnerable de dicho complejo.
- La sofisticación de la demanda, con la aparición de nuevos productos y formas de consumo y presentación que exigen a las empresas agrarias un esfuerzo constante de adaptación y una política de promoción amparada en la utilización de marcas individuales y/o colectivas, así como diferentes distintivos de calidad (Caldentey, P.-Gómez, G., 1996).
- La preocupación de los consumidores por los efectos ambientales de la agricultura y la salubridad de los alimentos, que alientan la expansión de las agriculturas biológicas y el establecimiento de mecanismos de trazabilidad y autocontrol para garantizar la seguridad de las producciones.
- La asunción de nuevas funciones, no sólo por parte de los espacios rurales, sino por la propia agricultura; pues la generación de excedentes productivos en el mundo desarrollado, la apertura del comercio internacional de productos agrarios, la constatación del papel desempeñado por los cultivos en los paisajes rurales, la demanda de "espacios libres" para esparcimiento de los urbanitas..., están llevando a que al papel tradicionalmente asignado a la agricultura (proporcionar alimentos) se superpongan otros roles más relacionados con la provisión de bienes ambientales y culturales que con los estrictamente productivos.

Este marco general, presidido por la liberalización de las transacciones comerciales, convierte a la competitividad en un condicionante clave del futuro del sector. Como ha sido recientemente señalado, “esta nueva cultura competitiva, que se diría que lo impregna todo, ha acabado por afectar también a la agricultura, que había conseguido mantenerse un tanto al margen de estos condicionantes” (Gallardo Cobos, R. 2003, 430).

El carácter estratégico tradicionalmente asignado a la agricultura en cuanto suministradora de alimentos y garante de un modelo social condensador de ciertos valores culturales justificó, en su momento, su preservación de las reglas del juego que rigen en el comercio internacional a través de la protección en frontera por medio de aranceles, subvenciones a la exportación e impuestos a la importación. Ello la alejaba de los cánones imperantes en otras actividades que entienden por competitividad la capacidad empresarial para responder a la variabilidad de los mercados abiertos; de ahí, quizás, la asimilación tradicional en el sector entre competitividad y modernización, entendida esta última como el incremento de la rentabilidad de los factores productivos clásicos (tierra, trabajo y capital), a cuya optimización iban dirigidos buena parte de los programas de política agraria (Sumpsi, J.M., 1995 y 2002).

La progresiva liberalización del comercio internacional de productos agrarios está llevando a una cierta superación de tal excepcionalidad¹, a raíz de lo cual, junto a la que podría considerarse como una *competitividad interna* de la agricultura -asimilable a la citada modernización-, cobra un creciente interés la *competitividad externa*, concebida como la gestión del sector con criterios empresariales similares a los que operan en otras ramas de actividad. Ello exige la activación de determinadas estrategias -incorporación de conocimientos, adaptación a la demanda, apertura de nuevos mercados...-, que es preciso incorporar en el análisis económico de la agricultura por cuanto determinan su forma de articulación en un espacio mundial, desequilibrado y muy cambiante, en el que se contraponen empresas y áreas innovadoras, bien conectadas a las redes comerciales internacionales, a

1. La creciente aproximación de los precios agrarios a los que rigen en el mercado internacional no debe ocultar que tal liberalización comercial es meramente parcial en la medida en que determinadas subvenciones incluidas en las denominadas *caja azul* (ayudas por hectárea) y *caja verde* (vinculadas al cumplimiento de ciertas condiciones ambientales), lejos de desaparecer, se refuerzan en el marco de los actuales acuerdos de la Organización Mundial del Comercio. Como ha puesto de manifiesto Intermón Oxfam en dos estudios recientes (2004 a y b), algunos cultivos de los países más prósperos cuyos costes productivos y precios de mercado exceden ampliamente a los internacionales –como el algodón estadounidense y la remolacha de la Unión Europea- sólo se sostienen en tales mercados si se apoyan en subvenciones que resultan lesivas para los intereses y las capacidades de desarrollo de los países más pobres.

aquellas otras marginadas o incluso excluidas, por su falta de espíritu innovador y su deficiente acceso a dichas redes (Aydalot, 1986; Benko G. - Lipietz, 1994; Vázquez Barquero, 1999).

Se trata, por otra parte, de dos dimensiones diferentes de la competitividad en función de los recursos en los que se apoya: presencia de ventajas comparativas de carácter estático y, por tanto, fácilmente sustituibles (capacidades agrológicas, costes salariales, subvenciones...) en el caso de la *competitividad interna*, y obtención de ventajas competitivas de tipo dinámico (incorporación de innovaciones, diferenciación, saber hacer...) que, aunque requieren una continua readaptación, proporcionan una gran potencia en la rivalidad empresarial, en el caso de la *competitividad externa* (Grant, 2001).

Algunas de dichas estrategias competitivas, sobre todo las que insisten en la intensificación productiva, a veces se acompañan de distorsiones sanitarias, ambientales y territoriales que entran en contradicción con las demandas emergentes, por lo que sus capacidades inmediatas para la activación económica no deben ocultar que, a medio-largo plazo, pudieran suponer una limitación para el futuro del sector. Por otra parte, y sin pretensión de exhaustividad, existen agriculturas cuyas producciones no resultan viables en mercados abiertos, pero cumplen determinadas funciones (ambientales, paisajísticas, recreativas...) que son cada vez más demandadas y que revierten en beneficio de toda la sociedad.

A tenor de todo ello y, pese a la asunción de los imperativos de la Organización Mundial del Comercio, la agricultura aún mantiene una cierta peculiaridad que lleva a que su *competitividad externa* pueda adoptar diversas modalidades:

- Competencia en precios (por intensificación de los factores productivos, ampliación de las cadenas de valor, dominio de los mercados...), que beneficia preferentemente por las grandes transnacionales.
- Competencia en calidad (por implementación de sistemas ecológicos, producciones integradas, trazabilidad...); una estrategia de la que participen tanto las grandes transnacionales como las pequeñas y medianas empresas, con una ventaja para las primeras dado que tales opciones repercuten en un incremento de los costes productivos, más fáciles de afrontar por las grandes empresas.
- Competencia por diferenciación, apoyada en activos intangibles como el saber hacer o la vinculación territorial (denominaciones de origen y otras indicaciones geográficas), más al alcance de las pequeñas y medianas empresas.

- Competencia funcional no productiva (paisajes, medio ambiente, esparcimiento...) que son de más reciente aparición, por lo que aún no están siendo suficientemente activadas por parte de las explotaciones agrarias, aunque sí por empresas de servicios instaladas en el medio rural.

Las relaciones entre agricultura y competitividad territorial adquieren, de este modo, una especial complejidad al depender, tanto de la situación específica de cada ámbito –en cuanto a las particularidades de su medio físico, situación económica, recursos disponibles, aprovechamientos dominantes, principales rasgos estructurales, dinámica histórica, problemas heredados, grado de subordinación a las ayudas europeas, etc.–, como a su capacidad para hacer frente a los nuevos retos; lo que depende, a su vez, de su dinámica innovadora y sus posibilidades de integración en redes externas (Caravaca, González, Silva, 2003). Una multiplicidad de variables de difícil concreción territorial con los indicadores económicos convencionales que tienen a la región o, a lo sumo, a la provincia –que, como ha sido repetidamente señalado, no resulta adecuada para un análisis territorializado debido a su disparidad interna (Zoido, F, 2000)- como escala máxima de desagregación. Ello exige un esfuerzo imaginativo de búsqueda de indicadores alternativos a partir de la utilización de fuentes no publicadas, que son de más difícil acceso.

MAPA 1. PRINCIPALES UNIDADES ESTRUCTURALES EN ANDALUCÍA



ESTUDIOS GEOGR., LXVI, 259, JULIO-DICIEMBRE, 689-719, 2005. ISSN: 0014-1496

Con tales presupuestos, este artículo pretende adentrarse en algunas relaciones entre competitividad y agricultura en una región como Andalucía cuya disparidad territorial (mapa 1) ofrece una pluralidad de escenarios para profundizar en las diferentes situaciones de oportunidad asociadas a las dinámicas en ciernes. Igualmente, propone una serie de indicadores para el análisis de la competitividad diferencial de su agricultura. A tal fin, se presenta la situación general del sector en Andalucía insistiendo en algunas de sus dinámicas competitivas más recientes, se analiza la situación diferencial de sus agriculturas en relación con las modalidades de competitividad antes establecidas y se concluye con la presentación de diversos tipos de respuestas a la competencia suscitada por la creciente apertura comercial agraria.

CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LA AGRICULTURA EN ANDALUCÍA

La agricultura constituye uno de los principales ejes vertebradores del tejido socio-económico de Andalucía, según se deriva de la comparación de tres de los indicadores más utilizados para la caracterización del sector con sus homónimos españoles y europeos (Informe de Desarrollo Territorial de Andalucía, 2004):

- El valor añadido bruto generado por la agricultura asciende en Andalucía a 4.687 millones de euros, el 5,6% del PIB regional, cuando en España y la Unión Europea dicha significación se reduce al 3,6% y al 1,7%, respectivamente.
- La población dedicada a la agricultura se cifra en Andalucía en 385 mil personas, en torno al 12,4% de la población activa cuando en España y la Unión Europea el porcentaje de activos agrarios desciende al 6,2% y el 4,2%, por ese orden.
- La agricultura constituye el principal capítulo arancelario en las exportaciones andaluzas, alcanzando un valor total de 4.176 millones de euros, el 40,9% de todas las exportaciones, frente al 14,9% de significación de las ventas en el exterior de productos agrarios en España y al 6% en la Europa comunitaria.

La importancia de la agricultura en Andalucía se refuerza si se atiende al peso de la industria agroalimentaria en su tejido industrial, en el que ocupa el primer lugar en ingresos de explotación (25%), valor añadido (27%) y

personas ocupadas (23%) (*Plan de la Agroindustria Andaluza, 2002-2006, 12*), a lo que cabría añadir la significación territorial y paisajística de las áreas de cultivo: 4.134.188 Has (el 47,2% de la superficie andaluza) (Consejería de Medio Ambiente, 2003), que sumadas a las 4.300.414 Has de áreas forestales y naturales –que en muchas ocasiones admiten un aprovechamiento agrario (dehesas, pastizales...)- dan idea del activo paisajístico que suponen los aprovechamientos agropecuarios en la región. Un aspecto, este último, que resulta igualmente relevante desde una perspectiva económica a tenor de la creciente apuesta por “la venta” de paisajes y cualidades ambientales por parte del turismo rural, elegido como motor de crecimiento por gran parte de los programas de desarrollo rural implementados en Andalucía. Dicha relevancia económica y territorial determina que la capacidad de respuestas de la agricultura a las dinámicas en ciernes se erija en un factor determinante del futuro, no sólo de los ámbitos rurales sino del conjunto de la economía andaluza.

Se trata, en otro orden de cosas, de un sector que ha experimentado importantes modificaciones en las últimas décadas que han propiciado su modernización y apertura internacional, permitiendo su adaptación a los cambios en curso. En lo que respecta a las dinámicas competitivas internas, resulta evidente el esfuerzo de ajuste estructural realizado con la desaparición en la década de los noventa de un total 57.703 explotaciones (cuadro 1). Además, dicha disminución no ha sido homogénea, sino que han sido las explotaciones menos competitivas por tener un menor tamaño económico las que más se han reducido, mientras que las explotaciones de mediana y gran dimensión han aumentado considerablemente. Este ajuste estructural clásico, que comparten las agriculturas andaluza y española (Sumpsi, J.M., 2002), se acentúa en Andalucía donde las explotaciones de menos de 4 UDEs² han descendido un 45%, frente al 36% de reducción de las explotaciones españolas de este tamaño económico. Las explotaciones de mediana dimensión (entre 4 y 40 UDEs) han crecido un 292% en Andalucía y sólo un 98% en España y, si bien la evolución de las explotaciones de gran tamaño (más de 40 UDEs) ha sido ligeramente más favorable a nivel nacional, ello no debe ocultar el importante avance de este tipo de empresas agrarias en Andalucía (de apenas 6.000 explotaciones en 1989 se ha pasado a cerca de 21.000 en 1999) (cuadro 1).

2. El tamaño económico de las explotaciones se mide en Unidades de Dimensión Europea (UDEs); una UDE equivale a 1.200 euros.

CUADRO 1. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EXPLOTACIONES SEGÚN DIMENSIÓN ECONÓMICA

	Andalucía		España	
	1989	1999	% variación	% variación
Total explotaciones	427.471	369.768	-13,5%	-21,7%
Expl. < 4 UDEs	323.588	176.636	-45,0%	-35,9%
Expl. 4 a <16 UDEs	61.053	118.816	+94,0%	+6,0%
Expl. 16 a < 40 UDEs	13.127	39.262	+198,0%	+92,0%
Expl. 40 y más UDEs	5.942	20.909	+152,0%	+170,0%

Fuente: Censos Agrarios de 1989 y 1999

Si se tiene en cuenta la capacidad de las explotaciones agrarias para remunerar el factor trabajo (renta del trabajo unitaria), es decir, si a los cambios estructurales se añade la mejora en la rentabilidad de la agricultura, consecuencia en algunos casos de las ayudas de la PAC, se comprueba que el número de explotaciones andaluzas cuya renta unitaria de trabajo se sitúa entre el 35% y el 120% de la renta de referencia (salario medio no agrario)³ ha pasado de 57.482 (el 14,2% del total) en 1989 a 158.078 (el 44,4% del total) en 1999, cuando en el mismo periodo la proporción de explotaciones españolas con una remuneración del trabajo similar a la renta de referencia ha crecido mucho menos, pasando de significar el 20,9% de las explotaciones en 1989 al 33,7% en 1999 (cuadro 2). La proporción de explotaciones andaluzas con capacidad de remunerar el factor trabajo por encima de la renta de referencia ha crecido igualmente –de 4.560 explotaciones (el 1,1% del total) en 1989 se ha pasado a 20.909 (el 5,9% del total) en el último censo- aunque, en este caso, en mucha menor medida que en el conjunto español, donde este tipo de explotaciones han pasado de significar el 2,4% en 1989 a representar el 13,3% diez años más tarde.

CUADRO 2. REMUNERACIÓN DEL TRABAJO POR PARTE DE LAS EXPLOTACIONES AGRARIAS ESPAÑOLAS Y ANDALUZAS

Nº de explotaciones y %	España		Andalucía	
	1989	1999	1989	1999
Con renta del trabajo unitaria entre el 35 y el 120% de la renta de referencia*	436.543 (20,9%)	558.088 (33,7%)	57.482 (14,2%)	158.078 (44,4%)
Con renta del trabajo unitaria por encima del 120% de la renta de referencia*	50.163 (2,4%)	220.888 (13,3%)	4.560 (1,1%)	20.909 (5,9%)

*Renta de referencia= media nacional de salarios no agrarios: 1989=1.665.000 ptas y 1999=2.979.238 ptas
Fuente: Sumpsi, J.M., 2002.

3. La renta de referencia, equivalente a la media nacional de los salarios no agrarios, ha ascendido de 9.994 euros (1.665.000 ptas) en 1989 a 17.883 euros (2.979.238 ptas) en 1999

A raíz de dicha evolución, si bien el tamaño físico de las explotaciones agrarias andaluzas continúa siendo ligeramente inferior al de las españolas (13,4 y 14,7 has/explotación, respectivamente), la dimensión económica es más favorable en Andalucía (12,5 UDEs/explotación frente a 8,8 UDEs/explotación en el conjunto español) (cuadro 3). Otro tanto cabe señalar con relación a la productividad de la tierra (5,8 UDEs/100 Has de SAU en Andalucía y 4,5 en España) o del trabajo (16 UDEs/UTA⁴ frente a 13 UDEs/UTA a nivel nacional); lo que refleja, nuevamente, que el esfuerzo de ajuste estructural antes señalado se ha traducido en un incremento de la competitividad interna de su agricultura.

CUADRO 3. CARACTERIZACIÓN ESTRUCTURAL DE LA AGRICULTURA ESPAÑOLA Y ANDALUZA

	España	Andalucía
Tamaño físico (SAU/explotación)	14,7	13,4
Tamaño económico (UDEs/explotación)	8,8	12,5
Tamaño laboral (UTA/explotación)	0,7	0,8
Productividad de la tierra (UDEs/100 Has de SAU)	4,5	5,8
Productividad del trabajo (UDEs/UTA)	13,1	16,0

Fuente: Censo Agrario de 1999.

Especialmente destacable está también resultando el avance tecnológico registrado por su industria agroalimentaria; prueba de ello son los 1.450 proyectos de modernización acometidos entre 1994 y 1999, con una inversión de 658,6 millones de euros que representa el 33% del gasto en innovación de toda la industria andaluza. (I.N.E.: Encuesta Industrial Anual a las Empresas, año 2000).

Todo ello se ha visto acompañado, desde el punto de vista de la competitividad externa, de una mayor apertura a los mercados internacionales. La evolución experimentada por la balanza comercial agraria, sobre todo por las importaciones, que han crecido en más de un 36,6% entre 1997 y 2001 cuando las exportaciones sólo lo han hecho un 20% constituye una muestra de ello (cuadro 4). Dicha situación, que cabe interpretar como positiva por cuanto refleja el incremento de las compras en el exterior de bienes de equipo y nuevas tecnologías, es, por otra parte, diametralmente opuesta

4. La unidad de trabajo año (UTA) equivale a la dedicación a la agricultura de una persona a tiempo completo a lo largo del año. La reducción de la jornada laboral en la agricultura ha llevado a la modificación del cómputo de las UTAs, que en el Censo Agrario de 1989 equivalían a más 275 jornadas y a 2.220 horas anuales habiéndose reducido en el censo de 1999 a 228 jornadas y 1.826 horas/año.

a la operada en el conjunto español donde las exportaciones agroalimentarias han crecido más que las importaciones. Ello quizás contribuya a reequilibrar la balanza comercial agraria andaluza que, a diferencia de la española donde las exportaciones y las importaciones agroalimentarias tienen un peso ligeramente similar (el 14,9% y el 10,1% del total, respectivamente), se caracteriza porque el protagonismo que tienen las ventas en el exterior de los productos agrarios (más del 40% del conjunto de las exportaciones) no se acompaña de un movimiento similar en sentido contrario (las importaciones agroalimentarias andaluzas sólo suponen el 14,4% del total).

CUADRO 4: DINÁMICA DE LA BALANZA COMERCIAL AGROALIMENTARIA

	España	Andalucía
Valor de las exportaciones agroalimentarias en 2001 (millones de euros)	19.398,6	4.171,6
Significación de las exportaciones agroalimentarias en el conjunto de las exportaciones (2001)	14,9%	40,9%
Valor de las importaciones agroalimentarias en 2001 (millones de euros)	17.461,2	1.729,7
Significación de las importaciones agroalimentarias en el conjunto de las exportaciones (2001)	10,1%	14,4%
Evolución de las exportaciones agroalimentarias 1997-2001 (1997=100)	127,7	120,0
Evolución de las importaciones agroalimentarias 1997-2001 (1997=100)	130,8	136,6

Fuente: INE- Anuario Estadístico de España e IEA- Anuario Estadístico de Andalucía.

Finalmente, y sin pretensión de exhaustividad, otros aspectos relevantes de la dinámica más reciente del sector tienen que ver con su adaptación a una demanda cada vez más preocupada por la salubridad de los alimentos y la diferenciación territorial de los productos: El crecimiento operado por la superficie de agricultura ecológica, la implementación de métodos de producción integrada y la multiplicación de las denominaciones de origen y otras indicaciones territoriales –cuestiones en las que después se insistirá– constituyen algunos exponentes de tal situación.

No obstante, las citadas adaptaciones a los nuevos retos no deben ocultar el mantenimiento de determinadas limitaciones que detraen la competitividad de la agricultura en Andalucía, tales como:

- El peso que tienen los contratos eventuales en el mercado de trabajo agrario (un total de 119.116 UTAs según el Censo Agrario de 1999, el 41% del volumen laboral total de su agricultura cuando en España dicha significación no llega al 20%). Ello pone en evidencia la mayor precarización laboral del sector en Andalucía –que en su momento justificó la iniciación del subsidio agrario y el Plan de Empleo Rural– y, muy especialmente, las

mayores dificultades que éste tiene que enfrentar para responder de manera exitosa a las lógicas imperantes debido a la relación inversa que se establece entre la significación del empleo eventual, por una parte, y las mejoras formativas y la incorporación de innovaciones, por otra.

- La elevada tasa de paro agrario (del 32,5% en el año 2002, frente al 10,3% de la tasa de paro registrada en la industria y el 16,4% en los servicios) (Analistas Económicos de Andalucía, 2003) que, aunque parezca contradictorio, se acompaña de la llegada de un elevado porcentaje de población extranjera para dedicarse a la agricultura (Gualda Caballero, E. 2003), pero que refleja la creciente complejidad del sector cuya diversidad territorial se acompaña de la emergencia de una pluralidad de modelos que responden a distintas lógicas de adaptación a las dinámicas en ciernes (Silva, R. 2002)
- La fuerte dependencia de las subvenciones, sobre todo europeas: 1.502,5 millones de euros de subvención en el año 2001, en torno al 20% de la renta agraria, cuando en España la significación de las subvenciones en la renta de la agricultura se reduce al 6,2%. En este contexto, los inminentes recortes de las ayudas de la PAC a raíz de la ampliación de la Unión Europea en una situación de estabilidad presupuestaria se erigen en un factor determinante de las dinámicas futuras de muchas agriculturas y espacios rurales de Andalucía.
- El carácter subexplotado de su industria agroalimentaria, que a pesar de conformar el capítulo más destacado del tejido industrial de Andalucía, dista mucho de estar a la altura de la capacidad productiva de su agricultura. A raíz de ello, una proporción considerable de la producción agraria de la región es manipulada y/o transformada fuera de la misma, con la consiguiente detracción de valor añadido que ello ocasiona.
- La elevada atomización del tejido agroindustrial andaluz (más del 70% de los establecimientos no llega a los 10 trabajadores y en torno al 55% tiene menos de 2 empleados), que le resta capacidad de negociación frente a la gran distribución y limita su radio de acción a mercados preferentemente locales y comarcales.
- La primacía que tienen las exportaciones de productos frescos en la balanza comercial agraria: una facturación en 2001 de 2.680,3 millones de euros, cerca del 65% de las exportaciones agroalimentarias andaluzas. Frente a éstos, las exportaciones de productos con un mayor valor añadido como los procedentes de la agroindustria y de las ventas en el exterior de aceites y grasas vegetales sólo facturaron aquel año por valor de 812,9 millones y 678,3 millones de euros, respectivamente.

- El control de dichas exportaciones por agentes foráneos y por empresas ubicadas fuera de Andalucía.

DIFERENCIAS TERRITORIALES EN LAS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS DE LA AGRICULTURA EN ANDALUCÍA

Los cambios en las lógicas económicas de la agricultura se han sucedido de forma tan acelerada que, hasta el momento, no se han visto acompañados de una revisión de las fuentes estadísticas disponibles. Si a ello se suma su deficiente desagregación espacial en parte ya comentada, resulta evidente la dificultad de realizar estudios que permitan diferenciar territorialmente la pluralidad de respuestas a los nuevos retos. En este contexto, reviste un especial interés la búsqueda de nuevos indicadores que ayuden a evaluar la competitividad diferencial del sector en función de las estrategias que en cada caso se activen.

Estrategias competitivas apoyadas en la ampliación de las cadenas de valor

Dos indicios de la competitividad diferencial de la agricultura están relacionados con el incremento de las cadenas de valor merced a la transformación y/o manipulación productiva, por una parte, y con la capacidad de inserción en mercados externos por disponer de empresas exportadoras de productos agrarios, por otra.

Con relación a la agroindustria, constituye una opinión generalizada considerarla como "un sector estratégico en Andalucía" por su significación en el tejido empresarial (*Plan de la Agroindustria Andaluza, 2002-2006*, 12); además, desde una perspectiva territorial se trata de un sector con una importante representación en la región por cuanto está presente en más del 80% de sus municipios. Como contrapunto, presenta una distribución espacial desequilibrada en la medida en que el 75% de los mismos (un total de 440 municipios) tienen menos de 4 establecimientos y, en el otro extremo, cerca del 20% de los establecimientos agroindustriales se concentra en sólo 5 municipios que albergan una media de 241 establecimientos cada uno (cuadro 5). Se aprecia, por otra parte, una estrecha relación entre el tamaño demográfico municipal y el número de industrias agroalimentarias, siendo precisamente los municipios más pequeños los que, o bien carecen de este tipo de industria, o bien reúnen un número muy reducido de las mismas, cuando, en el otro extremo, el volumen más elevado de establecimientos agroindustriales se concentra en ciudades de más de 250.000 habitantes.

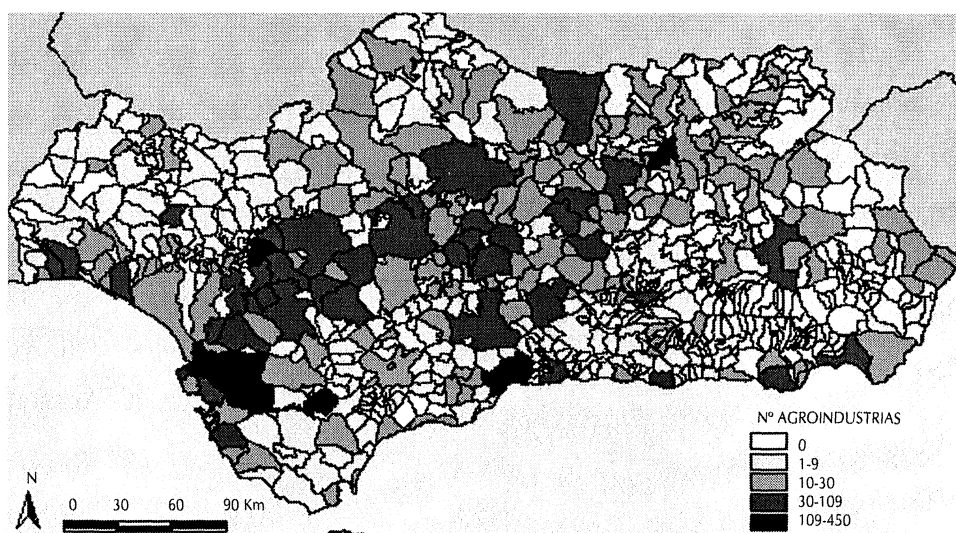
CUADRO 5. DISTRIBUCIÓN MUNICIPAL DE LAS INDUSTRIAS AGROALIMENTARIAS EN ANDALUCÍA

	Nº de municipios	Total industrias agroalimentarias	Agroindustria/municipio	Tamaño medio de los municipios (Habitantes/municipio)
Con 1-9 agroindustrias	440	1.671	3,8	7.465
Con 10-30 agroindustrias	133	2.263	17,0	9.374
Con 31-109 agroindustrias	39	1.825	46,8	21.514
Con 110 y más agroindustrias	5	1.207	241,4	251.232
Total municipios con agroindustrias	617	6.966	11,3	72.796
Total municipios sin agroindustrias	130	0	0	4.744

Fuente: Registro de Industrias Agroalimentarias (Consejería de Agricultura y Pesca) y Censo de Población de 2001.

La distribución geográfica de dichos establecimientos es igualmente desequilibrada, apreciándose una marcada concentración agroindustrial en el valle del Guadalquivir, en el corredor intrabético, en el eje litoral y en las principales aglomeraciones urbanas, en contraste con el vacío de este tipo de industrias en el área de Sierra Morena y de las cordilleras béticas, con algunas excepciones puntuales como la del municipio mariánico de Jabugo, donde se ha conformado un tejido agroindustrial importante en torno a la industria chacinera o la subbética cordobesa (Lucena, Montilla, Puente Genil, Priego de Córdoba...), con un sector agroindustrial en el que dominan las almazaras y las empresas vitivinícolas (mapa 2).

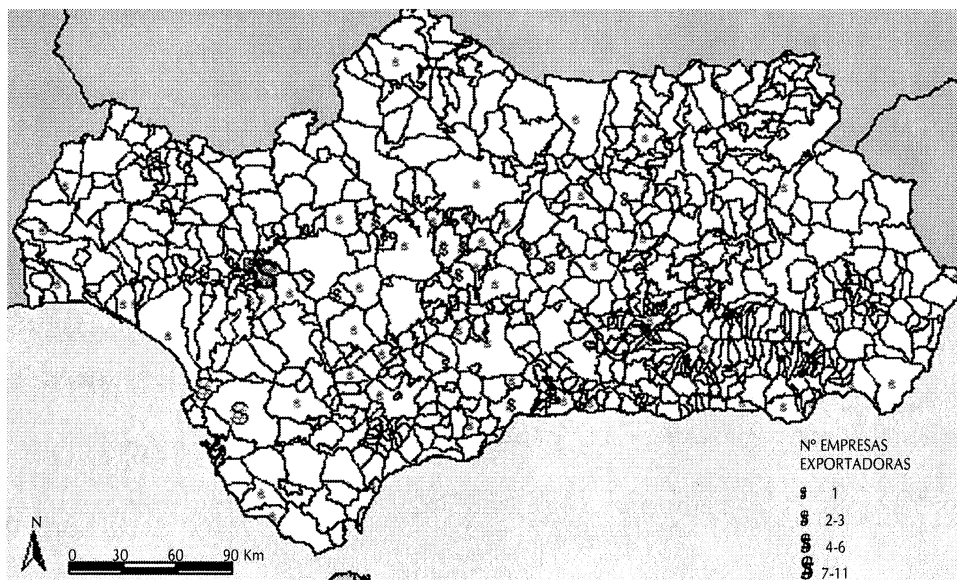
MAPA 2. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA ANDALUZA



Fuente: Registro de industrias Agroalimentarias, Consejería de Agricultura y Pesca.

Así pues, a diferencia de la situación española donde más del 50% de las empresas agroindustriales se ubica en municipios rurales (García Sanz, B. 2000), la industria agroalimentaria de Andalucía presenta una localización preferentemente urbana y metropolitana o, a los sumo, se ubica en ciudades medias. Ello determina que a la pérdida de valor añadido que supone para Andalucía la transformación de muchos de sus productos agrarios en otras regiones españolas, se añada una desviación de riqueza desde las áreas productoras hacia los núcleos urbanos. Así pues, la potencialidad de generar empleo e incrementar la cadena de valor en los ámbitos rurales que generalmente se atribuye a la agroindustria de Andalucía (*Plan de la Agroindustria Andaluza, 2002-2006*) debe ser matizada, siendo solamente palpables tales efectos multiplicadores in situ de la agricultura en el área litoral de cultivos forzados, en las zonas vitivinícolas de Jerez de Frontera y Montilla-Moriles, en la campiña sevillana y en las comarcas olivareras de Córdoba y Jaén.

MAPA 3. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE PRODUCTOS AGRARIOS



Fuente: EXTENSA, Agencia Andaluza de Promoción Exterior.

La escasa significación que tienen en Andalucía las empresas exportadoras de productos agrarios –un total de 105 empresas, repartidas entre 75 municipios, menos del 10% de los andaluces- además de contrastar con la

importancia de las exportaciones agroalimentarias, refuerza el carácter dependiente de su agricultura por cuanto la mayor parte de su capacidad exportadora revierte en firmas ubicadas fuera de la región. En lo que respecta a la distribución geográfica de tales empresas exportadoras (mapa 3), sólo se dibuja con un carácter muy intermitente el eje del Guadalquivir y el cordón litoral. Si se aumenta la escala de análisis, vuelven a destacar las principales ciudades - entre ellas Sevilla con un total de 11 empresas exportadoras, seguida de Jerez de la Frontera con 6 y de Málaga y Jaén con 3 empresas cada una- y, en mucha menor medida por albergar tan sólo una empresa exportadora, algunos municipios de la aglomeración urbana hispalense, la subbética cordobesa y de las áreas de agricultura intensiva de los litorales de Almería y Huelva.

Se reafirma, pues, la escasa capacidad de la agricultura de Andalucía para incrementar la competitividad de las áreas productoras señalada más arriba para la industria agroalimentaria.

Estrategias competitivas apoyadas en la mejora de la calidad

La preocupación por el impacto ambiental de la agricultura y por la salubridad de sus productos está alentando, en otro orden de cosas, la activación de estrategias competitivas amparadas en la oferta de alimentos de calidad: sistemas ecológicos, producciones integradas, mecanismos de trazabilidad y autocontrol para garantizar la seguridad de las producciones, etc. Paralelamente a todo ello, está teniendo lugar una sofisticación de la demanda, con la aparición de nuevos productos y formas de consumo y presentación que exigen un esfuerzo constante de adaptación y una política de promoción amparada en la utilización de marcas individuales y/o colectivas y otros dispositivos de calidad sometidos al control de empresas de acreditación oficialmente reconocidas (Entidad Nacional de Certificación –ENAC-, en el caso español).

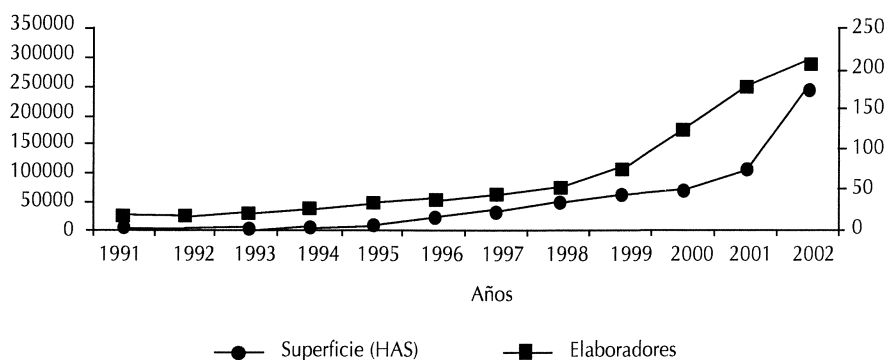
La propia Unión Europea, haciéndose eco de esta situación, se ha dotado de una serie instrumentos tendentes a la identificación de dicha calidad productiva como la *Indicación de Agricultura Ecológica*, (Reglamento (CEE) 2092/91) y *Especialidad Tradicional Garantizada* (Reglamento (CEE) 2082/92) que protege a los productos cuyos sistemas de cultivo respetan las prácticas establecidas en tales normativas⁵, a cambio de lo cual reciben determinadas subvenciones de las medidas agroambientales de la PAC.

5. Andalucía dispone de un sistema mixto público-privado de acreditación de las prácticas de agricultura ecológica, pudiendo los productores optar por la acreditación del Comité Andaluz de Agricultura Ecológica –dependiente de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía- o por empresas privadas como Sohiscert y ECAL.

La implementación de tales distintivos acrecienta la competitividad de la agricultura posibilitándole el acceso a nuevos mercados. Una muestra de ello es la evolución de las ventas de productos ecológicos en el mercado europeo, que se ha triplicado entre 1990 y 1997, alcanzando este último año una cuota del 2% en el total del sector alimentario, que según algunas previsiones se acrecentará hasta superar el 10% en el año 2006 (Comber, L.R., 1998). En consonancia con lo anterior, la superficie europea de agricultura ecológica se ha multiplicado por quince en apenas treinta años, pasando de unas 100.000 Has en 1985 a casi 3,5 millones de hectáreas en 1999 concentradas preferentemente en Italia, Alemania, Reino Unido y España.

Andalucía constituye una de las comunidades autónomas españolas con un mayor crecimiento del número de operadores ecológicos –de una superficie de 1.672 Has y de 16 industrias transformadoras en 1991 se ha pasado a 221.407 Has y a 208 elaboradores el año 2002 (grafico 1)-. Dicha evolución la sitúa en el segundo puesto, tras Extremadura, en superficie ecológica y en el primer puesto, seguida de Cataluña, en número de empresas transformadoras.

GRÁFICO 1. EVOLUCIÓN DE LOS OPERADORES ECOLÓGICOS EN ANDALUCÍA

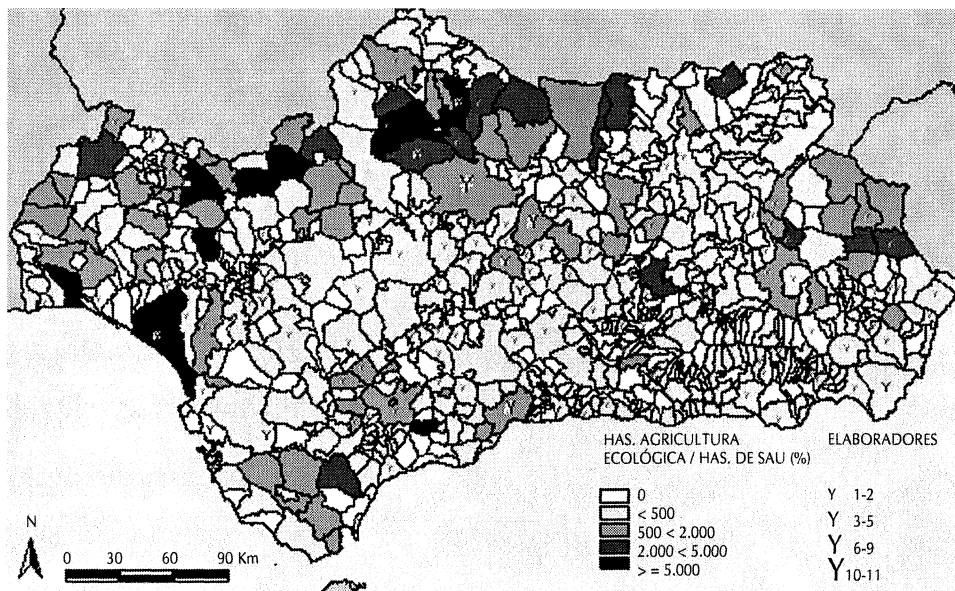


En términos territoriales se trata de un sistema muy extendido, contabilizándose un total de 475 municipios (el 62% de los andaluces) con parte de su superficie dedicada a tales cultivos. No obstante, las 245.261 Has de agricultura ecológica existentes en 2002 sólo representan el 2,11% de la SAU regional, un porcentaje ciertamente mayor al del conjunto español donde los cultivos ecológicos significan el 1,66% de la SAU, pero muy por debajo al de la Unión Europea con el 3,96% de la SAU ocupada por este sistema y, sobre todo, de países como Austria e Italia donde la agricultura

ecológica se extiende por el 11,3% y el 7,9% de la SAU (*Plan andaluz de la agricultura ecológica, 2002*).

En lo que respecta su distribución geográfica de la agricultura ecológica en Andalucía (mapa 4), sólo el eje de Sierra Morena –esto es, una de las áreas más representativas de los sistemas extensivos y tradicionales de la región, en la que predominan las dehesas y la superficie boscosa- se dibuja con nitidez, destacando dentro del mismo las comarcas cordobesas de Los Pedroches y Valle del Guadiato, la Sierra Morena de Sevilla y la Sierra de Huelva. Con un carácter más puntual sobresalen las comarcas almerienses de Los Vélez y el Alto Almanzora, en la que las hortalizas al aire libre constituyen el aprovechamiento más representativo; la comarca malagueña del Valle del Guadalhorce con un importante peso de los cultivos subtropicales; la Sierra de Cádiz y la campiña de Baena (Córdoba) con una gran significación del cultivo olivarero; determinados municipios de las comarcas gaditanas de La Janda y el Campo de Gibraltar, con un predominio de la superficie cerealista y áreas de pasto aprovechadas por el ganado vacuno; a los que se suman Almonte (que con más de 26.800 Has, es el primero en superficie ecológica de Andalucía) y Cartaya (con un total de 8.378 Has de agricultura ecológica), ambos en la costa onubense.

MAPA 4. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LA SUPERFICIE Y NÚMERO DE EMPRESAS ELABORADAS DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS



Fuente: Comité de Agricultura Ecológica.

De dicha distribución territorial cabría concluir que los sistemas ecológicos constituyen una acertada estrategia para la inserción de la agricultura andaluza en mercados cada vez más competitivos y, muy especialmente, para el desarrollo de sus áreas rurales más deprimidas, donde preferentemente se ubican. No obstante, para que dicha potencialidad se convierta en un activo para el desarrollo deben superarse notables deficiencias, entre las que cabe destacar las que siguen:

- La transformación de una parte considerable de los productos ecológicos andaluces fuera de la región. Contrasta, en este sentido, la expansión territorial de la agricultura ecológica con el poco peso que tienen las empresas elaboradoras de tales productos: un total de 208 industrias repartidas entre 150 municipios, menos del 20% de los andaluces.
- La desviación de riqueza desde las áreas productoras a las grandes ciudades. Las empresas transformadoras de productos ecológicos tienen una distribución meramente puntual (mapa 4) en la que destacan las principales ciudades y aglomeraciones urbanas (Córdoba; Sevilla-Alcalá de Guadaira-Dos Hermanas-El Viso del Alcor; Cádiz-Puerto de Santa María; Jerez de la Frontera; Málaga-Vélez-Málaga...), amén de algunos enclaves de la subbética cordobesa (Priego de Córdoba, Rute y Cabra) y, como casos aislados, de los municipios de Almonte (en Huelva), Pozoblanco (en Los Pedroches-Córdoba) y Baena, en la campiña cordobesa.
- Las ventas mayoritarias a granel de los productos agroindustriales: el 78% en el caso del aceite de oliva, uno de los subsectores más representativos de la industria agroecológica andaluza.
- El control de los mercados por parte de agentes foráneos. Como muestra de esto último, si bien más del 80% de los productos ecológicos andaluces se venden en el exterior, sólo se ubican en Andalucía ocho empresas dedicadas a este tipo de exportaciones: cuatro en la provincia de Córdoba especializadas en la exportación de aceite de oliva (Castro del Río), vinos (Montilla), quesos (Zuheros) y ajos y aceitunas (Montalbán de Córdoba); dos en la de Málaga especializadas en la exportación de tomates (Torrox) y productos del bosque mediterráneo (Málaga); una en la de Sevilla que exporta frutas diversas y productos ganaderos (Sevilla); y, como caso anecdótico, cabe mencionar el de una cooperativa de Galarza (Sierra de Huelva) dedicada a la exportación de castaña.
- La atomización de la oferta frente a la competencia suscitada por las principales empresas del sector (Danone, Nestlé, Unilever...) que en los últimos años están empezando a ofertar líneas de productos ecológicos;

a lo que se suma el interés de las grandes cadenas de supermercados por este tipo de productos, caso de Carrefour, que entre sus marcas blancas lanzó en 1997 la marca Carrefour Bio.

Por otra parte, la agricultura ecológica no constituye el único distintivo de calidad utilizado en Andalucía; a ella se suman otras diferenciaciones oficialmente reconocidas e igualmente beneficiadas con ayudas públicas, tales como :

- La mención *Vinos de la Tierra* (R.D. 409/2001) que afecta a seis áreas vitivinícolas andaluzas –*Bailén* (Jaén), *Cádiz*, *Contraviesa-Alpujarra* y *Laujar-Alpujarra* (ambas en Granada), *Los Palacios* (Sevilla) y *Rivera de Andarax* (Almería)- y a cuatro que están en periodo de tramitación –*Alboloduy* (Almería), *Desierto de Almería*, *Sierra Sur* (Jaén) y *Suroeste de Granada*-.
- El indicativo de *Producción Integrada*, que ampara a aquellos productos obtenidos de una agricultura que trata de fomentar prácticas respetuosas con el medio a través del cumplimiento de un estricto protocolo de medidas agronómicas permitidas, recomendadas y prohibidas (en cuanto a rotaciones de cultivos, condiciones de siembra, tipo de fertilizantes, operaciones culturales, sistemas de riego, formas recolección, etc) que deben cumplir las Asociaciones de Producción Integrada (APIs) para obtener la certificación oficial⁶.

En la actualidad (junio de 2004) una superficie de 101.168,17 Has controlada por 219 APIs se dedica en Andalucía a sistemas de producción integrada (cuadro 6). Por tipo de aprovechamientos, predominan el cultivo olivarero (más de 58.000 Has distribuidas por la campiña alta cordobesa, las comarcas jiennenses de La Loma, Sierra Mágina y Sierra de Cazorla, la campiña y subbética sevillana y la Sierra de Cádiz), el arroz (33.000 Has concentradas en la marisma sevillana) y, en menor medida, los cítricos (de La Vega de Sevilla, La Costa Occidental de Huelva y El Levante de Almería) y el fresón onubense y gaditano.

6. En la actualidad existen 10 empresas certificadoras de sistemas de producción integrada reconocidas por ENAC: Agrocolor (Almería); Agrivera S.A. (Almería); Agrocalidad del Sur (Huelva); Sociedad para el Control y Certificación en Agricultura Ecológica e Integrada-Sococer, S.A (Sevilla); Sociedad de Investigación, Desarrollo y Servicios en Agricultura- Promo-Vert, S.A. (Sevilla); Asistencia Técnica Individual-ATISAE (Sevilla); Cebtri de Innovación y Tecnología Agroalimentaria S.A. Citrago (Sevilla); Entidad Certificadora de Alimentos de España –ECAL (Madrid); CERITIFOOD (Madrid); Citrens S.L. (Valencia) y Pro Cert Iberia S.L. (Valdepeñas-Ciudad Real).

CUADRO 6: INCIDENCIA DE LA PRODUCCIÓN INTEGRADA EN ANDALUCÍA

Tipo de cultivo	Nº de APIs	Superficie (HAS)
Olivar	36	58.391,62
Arroz	55	33.000,00
Fresa	75	4.463,00
Cítricos	27	3.216,00
Frutales de Hueso	18	1.780,71
Hortícolas bajo abrigo	8	266,94
TOTAL	219	101.168,17

Fuente: Consejería de Medio Ambiente- Junta de Andalucía

En resumidas cuentas, una profusión de distintivos de calidad que pone de manifiesto el esfuerzo que se está realizando de adaptación a la demanda, pero que no debe ocultar el hecho de que aún son muy escasas las empresas andaluzas con alguna certificación individual de calidad internacionalmente reconocida (ISO 9001/2000, ISO 14.000 y UNE 155.001), que evidencian estrategias competitivas más activas al no disponer de ayudas públicas y depender de forma exclusiva de la financiación propia de cada empresa.

Otro tanto cabe señalar con respecto a la utilización de una imagen de marca, de carácter individual o colectivo, que en gran parte de las ocasiones funciona igualmente como distintivo de calidad. En relación con esto último, si bien algunas empresas agroalimentarias andaluzas han actuado como pioneras en la apertura de nuevos mercados valiéndose de innovadoras estrategias comerciales, el proceso generalizado de concentración empresarial y la lucha por conseguir nuevas cuotas de mercado ha llevado a un aumento de los gastos publicitarios, fuera del alcance de las pequeñas y medianas empresas que dominan el sector. Es por ello por lo que la administración andaluza creó en su momento el distintivo *Alimentos de Andalucía* (Decreto 21/1989), sustituido en parte por la marca *Calidad Certificada* (Decreto 242/2001) que diferencia a los productos agroalimentarios y pesqueros que cumplan la norma EN 45.011 y que se aplica, entre otros, a las producciones amparadas por una Denominación de Origen o Específica, por las indicaciones Agricultura Ecológica, Producción Integrada y Vinos de la Tierra o aquéllas otras que hayan sido sometidas a una certificación de calidad solicitada por la empresa a una entidad certificadora de carácter privado y financiada con fondos propios.

Si se atiende a la significación que tienen en Andalucía las distinciones de calidad de tipo genérico y específico, sorprende que la marca colectiva *Calidad Certificada* sólo esté siendo utilizada por 95 empresas, entre las que predominan las aceiteras (32 empresas, repartidas por las comarcas jiennenses

de Sierra Mágina, Sierra de Cazorla y Sierra de Segura, por Los Montes de Granada, por la comarca de Baena en Córdoba, por La Campiña sevillana y por la Sierra de Cádiz), seguidas de los secaderos de jamones (18 empresas de la alpujarra almeriense y granadina y la Sierra de Huelva) y las bodegas (17 empresas del marco de Jerez-Sanlúcar de Barrameda, Montilla-Moriles en Córdoba, el Condado de Huelva y la Denominación de Origen de Málaga). Las empresas certificadoras de dicha calidad son preferentemente regionales, destacando los Consejos Reguladores de las diferentes Denominaciones de Origen o Indicaciones Geográficas Protegidas y el Comité Andaluz de Agricultura Ecológica. Como casos excepcionales de empresas que utilizan la marca *Calidad Certificada* por haberse dotado de un control acometido por entidades de acreditación de carácter privado -que supone una mayor apuesta por este factor de competitividad en la medida en que en este caso es la empresa la que debe asumir la totalidad de los costes de la certificación- cabría señalar el de 6 firmas hortícolas almerienses certificadas por AENOR y el de 2 empresas freseras onubenses certificadas por Citrens y Agrocolor, respectivamente.

Así pues, la apuesta por la calidad en Andalucía se apoya preferentemente en los programas habilitados desde la administración pública, siendo testimoniales aquellas empresas agroalimentarias que optan por someterse a un control financiado con sus propios fondos que evidencia estrategias competitivas más activas.

Estrategias competitivas apoyadas en la especificidad territorial

Las nuevas dinámicas de la agricultura generan procesos sumamente contradictorios; así, como contrapunto a la creciente homogenización productiva propiciada por la mundialización de la economía se revaloriza la especificidad local a partir de distintivos geográficos que algunos autores consideran exponentes de la "innovación informal" (Addor, F.-Thumn, N.-Grazioli, A., 2003) en la medida en que protegen los activos intangibles, esto es, las formas de producir apoyadas en el saber hacer tradicional.

Se trata, pues, de una estrategia que requiere de un anclaje territorial por lo que, a diferencia de los distintivos de calidad de tipo genérico que por su carácter más deslocalizable están siendo crecientemente adoptados por las grandes transnacionales, la implementación de los distintivos específicos se realiza preferentemente por el tejido de pequeñas y medianas empresas que contribuyen, de este modo, al desarrollo del ámbito en el que se ubican.

Las estrategias de promoción amparadas en la diferenciación territorial cuentan con una larga trayectoria en España: se remontan a la publicación en 1932 del *Estatuto del Vino* a cuyo amparo surgió en 1937 la Denominación de Origen de Málaga, que durante más de medio siglo ha conformado el único distintivo de este tipo en Andalucía. No obstante, su verdadero despegue se produce a raíz de la promulgación de la normativa de la Unión Europea que regula la *Denominación de Origen Protegida* (Reglamento (CEE) 2081/92) y la *Indicación Geográfica Protegida* (Reglamento (CEE) 2081/92)⁷, a raíz de lo cual ha tenido lugar un crecimiento espectacular de dichas denominaciones territoriales, diversificándose simultáneamente los productos por ellas afectados:

- En los primeros años noventa aparecen cinco Denominaciones de Origen de carácter vitivinícola (Jerez-Xérès-Sherry, Manzanilla de Sanlúcar, Montilla-Moriles, Condado de Huelva y Brandy de Jerez) y la primera denominación olivarera (Baena).
- Entre 1993 y 1995 surgen tres Denominaciones de Origen para el aceite de oliva (Priego de Córdoba, Sierra de Segura y Sierra Mágina), una de Vinagre (D.O. Vinagre de Jerez) y la Denominación Específica Jamón de Trévelez.
- Desde 1995 hasta hoy se han aprobado otras tres Denominaciones de Origen para el aceite de oliva (Sierra de Cádiz, Sierra de Cazorla y Montes de Granada), una para el jamón (D.O. Los Pedroches), una para el vino (D.O. Sierra de Málaga), dos para el vinagre (Vinagres del Condado de Huelva y Vinagres de Jerez), una para las pasas (D.O. Pasas de Málaga), otra para la Chirimoya (D.O. Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga) y una última para la miel (D.O. Miel de Granada), además de la Denominación Específica Espárragos de Huétor -Tajar.

A raíz de dicha evolución, las denominaciones territoriales ascienden actualmente a veintidós en Andalucía (diecinueve Denominaciones de Origen y tres Denominaciones Específicas) (cuadro 7), con un predominio de

7. La Denominación de Origen Protegida coincide con la Denominación de Origen y da cobertura a aquellos productos cuya producción, transformación y elaboración se realiza en una zona geográfica determinada, con unos procedimientos específicos reconocidos y controlados, garantes de su calidad. Por su parte, la Indicación Geográfica Protegida se corresponde con lo que se conoce como *Denominación Específica*; en ella, el vínculo al medio geográfico sigue presente en al menos una de las etapas de la producción, de la transformación o de la elaboración.

las olivareras (ocho denominaciones), seguida de las vitivinícolas (cinco denominaciones), jamones y chacinas (tres denominaciones), vinagre (dos denominaciones) y, por último, miel, pasas, chirimoya, brandy y espárrago, con una denominación en cada caso. Igualmente, Andalucía entra dentro de las zonas de producción de la D.O. Carne de Ávila (cuyo área de elaboración se centra en las comarcas de Ávila, Salamanca y Segovia) y de la D.O. Guijuelo, de la provincia de Salamanca.

CUADRO 7 : DENOMINACIONES DE CALIDAD DE CARÁCTER TERRITORIAL

Sector	Distintivo	Nº Municipios
Aceites	D.O. Baena	7
	D.O. Montes de Granada	30
	D.O. Priego de Córdoba	4
	D.O. Sierra Mágina	15
	D.O. Sierra de Segura	14
	D.O. Sierra de Cazorla	9
	D.O. Sierra de Cádiz	7
	D.O. Poniente de Granada	
Vinos	D.O. Málaga	63
	D.O. Jerez-Xérès-Sherry y Manzanilla de Sanlúcar	9
	D.O. Montilla- Moriles	17
	D.O. Condado de Huelva	18
	D.E. Brandy de Jérez	3
Jamones	D.O. Jamón de Huelva	31
	D.O. Los Pedroches	31
	D.E. Trévelez	8
Vinagres	D.O. Vinagre de Jerez-Xérès-Sherry	9
	D.O. Vinagre del Condado de Huelva	3
Miel	D.O. Miel de Granada	168
Pasas	D.O. Pasas de Málaga	35
Chirimoya	D.O. Chirimoya de la Costa Tropical	15
Espárragos	D.E. Espárragos de Huétor-Tájar	6

D.O. Denominación de Origen
 D.E. Denominación Específica

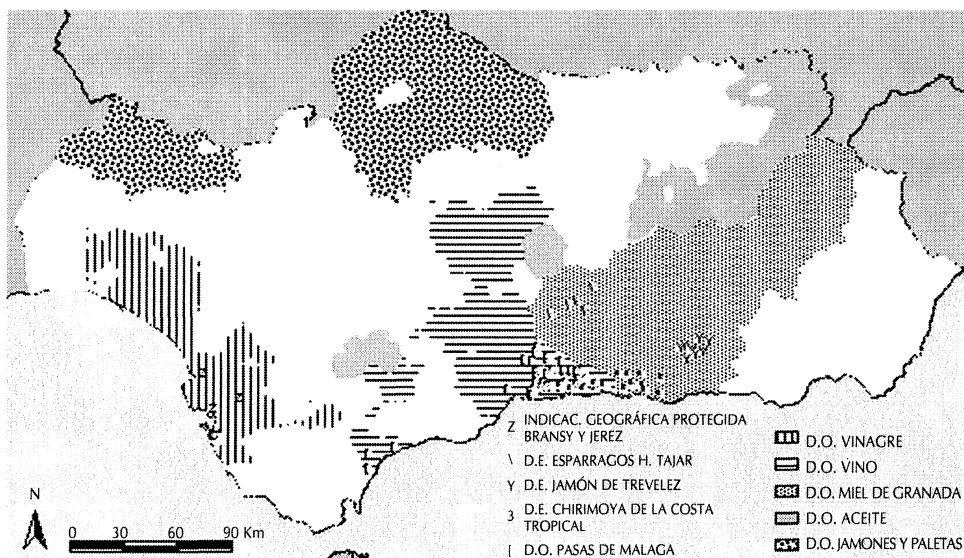
A dichas denominaciones territoriales se sumarán en breve otras siete Denominaciones de Origen actualmente en tramitación –cinco de aceite (Montoro-Adamuz, Sierra Sur de Córdoba, Sierra Tejada, Antequera y Sierra Sur de Jaén), una de cítricos (Cítricos de Huelva), otra de quesos (Quesos de Ronda) y dos Denominaciones Específicas relacionadas con la pesca (Melva de Andalucía y Caballa de Andalucía).

En lo que respecta a la afección territorial de tales distintivos, un total de 393 municipios (más de la mitad de los andaluces) se encuentran incluidos en, al menos, una indicación geográfica; de ellos, 105 municipios están

afectados por dos denominaciones y en 8 confluyen tres denominaciones. En lo que respecta a su distribución sobresalen las siguientes zonas (mapa 5):

- El eje de las béticas en el que confluyen las denominaciones Montilla-Moriles, Miel de Granada, Espárragos de Huétor-Tájar, Jamón de Trévelez y la mayor parte de las denominaciones aceiteras (Montes de Granada, Poniente de Granada, Priego de Córdoba, Sierra Mágina, Sierra de Segura, Sierra de Cazorla y Sierra de Cádiz).
- El cordón litoral, con una mayor continuidad en el eje atlántico (denominaciones vinos y vinagres del Condado de Huelva, vinos y vinagres del marco de Jerez y manzanilla de Sanlúcar) que en la costa mediterránea (denominaciones vinos y pasas de Málaga, Chirimoya de la Costa Tropical y Miel de Granada).
- Y con un carácter más puntual se dibujan, finalmente, en el eje de Sierra Morena las comarcas de la Sierra de Huelva y Los Pedroches, especializadas en jamones y productos del cerdo ibérico.

MAPA 5. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DENOMINACIONES ESPECÍFICAS



Fuente: Consejería de Agricultura y Pesca, Junta de Andalucía

Se repite, pues, la ubicación de las denominaciones territoriales en las áreas más deprimidas ya señalada a propósito de la distribución de la superficie de agricultura ecológica, con la diferencia de que si entonces destacaba

Sierra Morena ahora sobresalen las serranías béticas. No obstante, si se tiene en cuenta el carácter preferentemente comarcal o, a lo sumo, regional de la comercialización de muchas de sus producciones, el aprovechamiento de las potencialidades de desarrollo asociadas a tales diferenciaciones pasa por el reagrupamiento de algunas de ellas con vistas a la activación de estrategias conjuntas de apertura de nuevos mercados. Ello puede resultar de especial interés para algunas denominaciones con una importante proliferación en los últimos años, como es el caso de las aceiteras, cuyos consejos reguladores podrían cooperar en la búsqueda de un distintivo aglutinador –como el de *Aceites de Andalucía*– de cara a conseguir un posicionamiento conjunto en los mercados internacionales. En lo que respecta a la contribución de las denominaciones genéricas y específicas al desarrollo territorial de los ámbitos en los que se insertan, habrá que esperar algunos años para poder evaluar el alcance que están teniendo en la activación del tejido empresarial y, a la postre, en la dinamización socioeconómica y productiva de tales ámbitos.

A MODO DE CONCLUSIÓN: DIFERENTES TIPOS DE RESPUESTAS A LOS CAMBIOS EN CURSO

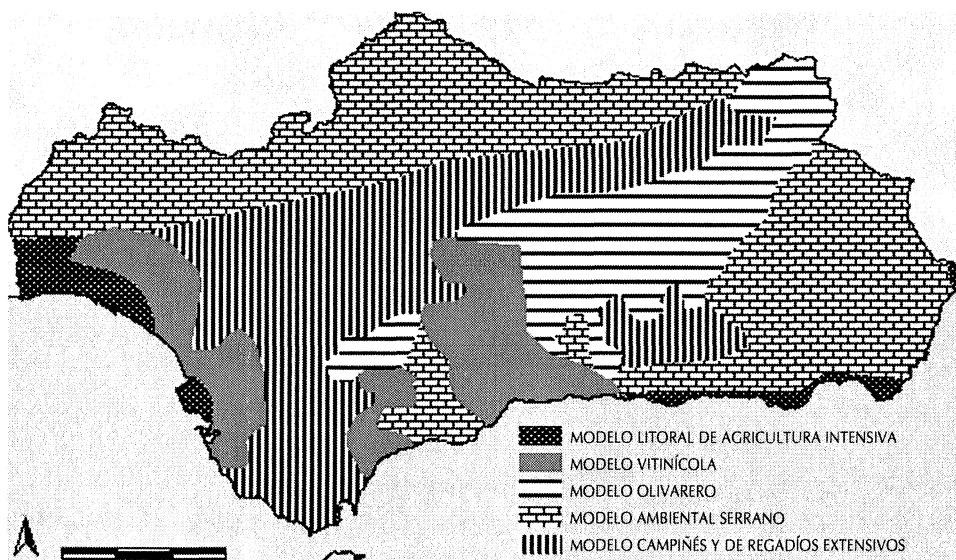
El contexto socio-económico actual, está marcado por la mundialización de la economía, por la generalización de las nuevas tecnologías de la información, por la progresiva liberalización del comercio internacional de productos agrarios, por la asunción de nuevas funciones tanto por parte de los espacios rurales como por la propia agricultura, por la emergencia de la demanda de productos sanos y de calidad, por la incorporación de la dimensión ambiental en los procesos productivos...; en suma, por la asunción por la agricultura de nuevos patrones de competitividad a los que hasta ahora se había mantenido ajena. Dicho contexto, genera nuevos escenarios de oportunidad cuyo aprovechamiento resulta determinante en la forma de articulación de cada unidad territorial en un espacio mundial, desequilibrado y en constante evolución en el que se contraponen empresas y áreas que por su actitud innovadora y su capacidad de inserción en redes externas están resultando ganadoras en la lógica productiva actual, a aquellas otras marginadas e incluso excluidas por su falta de espíritu innovador y su deficiente acceso a tales redes (Benko G. - Lipietz, A, 1994; Castells, 1997; Del Canto, C.- Casabianca, F).

Es obvio, por otra parte, que la capacidad de respuesta de cada ámbito territorial a las dinámicas en ciernes es sumamente divergente, estando

en función de una multiplicidad de factores –condiciones físicas, aprovechamientos dominantes, recursos disponibles, dinámica empresarial, capacidad de hacer frente a los problemas heredados, actitud innovadora, etc.– cuya combinación resulta irrepetible. Ello no obsta para que se detecten ciertos patrones comunes que, en un trabajo anterior (Silva Pérez, R. 2002, 114), nos permitió proponer la siguiente tipología de espacios rurales en el actual contexto de la globalización de la economía: áreas emergentes, con respuestas relativamente exitosas a las nuevas lógicas; áreas acomodaticias, que se están adaptando a las nuevas dinámicas, pero en unas condiciones de suma precariedad y elevada coyunturabilidad; y áreas rezagadas, cuyas dificultades para responder a los retos actuales determina que no acaben de encontrar un procedimiento específico de respuesta.

Combinando dicha tipología con las estrategias adoptadas por las distintas agriculturas andaluzas, según éstas fueron analizadas en el epígrafe anterior, cabría plantear distintos modelos de adaptación a las dinámicas en ciernes que, a grosso modo, aparecen dibujados en el mapa 6:

MAPA 6. MODELOS DE AGRICULTURA EN ANDALUCÍA



Fuente: elaboración propia.

1. Modelo litoral de agricultura intensiva, extendido desde la comarca almeriense de Los Vélez hasta la costa occidental onubense. En lo que a usos del suelo se refiere, se caracteriza por el predominio de cultivos hortofrutícolas extratempranos receptores de una sofisticada tecnología –en diseños de

invernaderos, sistemas de riego, control de la humedad ambiente, nuevos sustratos, cultivos hidropónicos, biotecnología, etc- que refleja su aptitud para la incorporación de innovaciones (Caravaca, I.-González, G.-Méndez, R.-Silva, R, 2002). Dicha agricultura ha inducido la apertura de un tejido de pequeñas y medianas empresas integrado por centrales hortofrutícolas, firmas abastecedoras de inputs (agroquímicos, plásticos, envases y embalajes de cartón...), empresas de servicios (sistemas de riego, asesorías agronómicas, servicios financieros, de transporte, publicidad, centros de investigación...). No es de extrañar, pues, la significación que tienen las industrias agroalimentarias y empresas exportadoras de productos agrarios en este modelo litoral; lo que, además de contribuir a la retención de valor añadido, refleja un adecuado nivel de inserción en los mercados internacionales. El resultado de todo ello ha sido una complejización de su estructura productiva que ha llevado a la conformación de sistemas productivos locales que, por su dinamismo económico, son considerados territorios ganadores y emergentes en la lógica productiva actual (Caravaca-González-Silva, 2002; Veltz, 1999). Como contrapunto, se trata de agriculturas ambientalmente muy impactantes (por sobre-explotación de acuíferos, contaminación asociada a la ingente utilización de agroquímicos y desechos de los invernaderos, etc.) (Delgado, M.-Moreno, I., 2002; Ferraro García, F.J.-Anar Sánchez, J.A.-Mesa Barreto, E. 1999 González, G- Silva, R., 2000), incompatibles con la implementación de sistemas ecológicos cuando no de producción integrada, aunque hay que reconocerles el esfuerzo empresarial por dotarse de certificaciones de calidad.

2. Modelo vitivinícola (Jerez de la Frontera-Sanlúcar de Barrameda, Montilla-Moriles, Condado de Huelva, Málaga), igualmente bien integrado en los mercados internacionales –de ahí la significación que tienen las empresas exportadoras de productos agrarios- y con una dinámica innovadora muy activa que justifica su consideración de agricultura ganadora y emergente. Su entramado empresarial difiere, no obstante, del modelo anterior ya que las pequeñas y medianas empresas agroindustriales allí dominantes coexisten en este modelo vitivinícola con otras más grandes, a veces de carácter transnacional. Otra característica de este modelo, que lo diferencia igualmente del anterior, es la opción que en él se hace por la diferenciación territorial como estrategia de marketing (Denominaciones de Origen, indicaciones Vinos de la Tierra...).
3. Modelo olivarero, extendido por las sierras y campiñas altas jiennenses (Segura, Cazorla, Sierra Mágina, La Loma...), por la campiña alta y subbética cordobesa y sevillana y, puntualmente, por la Sierra de Cádiz y

Los Montes de Granada. Comparte con el modelo anterior la apuesta por la diferenciación territorial y por la certificación de la calidad productiva que, en este caso, se acompaña además de una profusa significación de los sistemas ecológicos. Otro rasgo común tiene que ver la proliferación de empresas agroindustriales, aquí representadas por pequeñas almazaras cuya estructura empresarial difiere sustancialmente de la de las grandes bodegas y de las centrales hortofrutícolas del modelo litoral. Pero sin duda, los principales elementos de diferenciación respecto a los modelos anteriores tienen que ver con su mayor dependencia de las ayudas europeas y, sobre todo, con el escaso control de los mercados por parte de su tejido agroindustrial. Ello determina que, pese a tratarse de una agricultura actualmente muy dinámica (en cuanto a la incorporación de innovaciones, creación de empleo...), su consideración como ganadora y emergente sea en algunos casos cuestionable.

4. Modelo ambiental serrano, integrado por el eje de Sierra Morena y de las cordilleras béticas, que responde al patrón de ámbitos acomodaticios antes referido. Se trata de un territorio marginado por el esquema desarrollista inmediatamente anterior (Ojeda Rivera, J. - Silva Pérez, R., 1997 y 2002), con las secuelas de vacíos demográficos y desestructuración productiva, pero también de conservación de valores ambientales y paisajísticos que en muchos casos les ha valido su declaración como espacios naturales protegidos. La agricultura en ellos presente cumple, pues, una función más ambiental y ocio-recreativa que directamente productiva; lo que no obsta para que se esté apostando por su potenciación, amparada en el marchamo de producto ecológico y territorialmente diferenciado. Pero para que dichas potencialidades competitivas se conviertan en un activo para el desarrollo habrán de superarse algunas limitaciones, tales como la escasa capacidad para ampliar las cadenas de valor (las empresas agroindustriales son en este modelo muy escasas), el poco control de los mercados y, sobre todo, su dependencia de las ayudas públicas (Silva, R. 2002).
5. Modelo campiñés y de regadíos extensivos, integrado por las campiñas cerealistas de Córdoba, Sevilla, Cádiz y Huelva y por los regadíos extensivos surgidos por iniciativa pública entre los años cincuenta y setenta del siglo pasado. Se trata de ámbitos que tradicionalmente han tenido una agricultura muy potente y que hasta ahora han estado muy beneficiados por programas y ayudas públicas –Instituto Nacional de Colonización (I.N.C.), Instituto de Reforma y Desarrollo Agrario (IRYDA), Plan de Empleo Rural, precios garantizados por el Servicio Nacional del Trigo (SENP) y por la P.A.C. inicial, ayudas europeas, etc.- Todo ello ha ido configurando una

cultura asistencial, poco incentivada a la introducción de mejoras estructurales y de una escasa dinámica innovadora, que hoy se está viendo comprometida por las penalizaciones productivas, la supresión de los precios garantizados y la creciente competencia internacional. Se trata, pues, de espacios que, en términos generales, pueden considerarse rezagados en el contexto actual, pero que conservan importantes potencialidades de desarrollo relacionadas con sus recursos físicos y, sobre todo, con la presencia de un tejido agroindustrial y de empresas exportadoras, herencia de un pasado otrora hegemónico que se erigen en importantes puntales en que apoyar su necesaria reestructuración productiva.

En resumidas cuentas, una pluralidad de modelos adaptativos que pone de manifiesto que si bien la progresiva liberalización comercial agraria impone limitaciones, también ofrece nuevas oportunidades que, si son aprovechadas, pueden convertirse en activos para el desarrollo.

Recibido 15.07.04

Aceptado 09.05.05

BIBLIOGRAFÍA

- ADDOR, F. -THUMN, N.-GRAZIOLI (2003) "Las indicaciones geográficas: una cuestión importante para los países industrializados y para los países en vías de desarrollo", en *IPTS* nº 74, pp.
- ANALISTAS ECONÓMICOS DE ANDALUCÍA (2003) *Informe Anual del Sector Agrario en Andalucía 2002*. Málaga, Fundación Unicaja
- AYDALOT, P.(1986): *Milieux innovateurs en Europe*. París, GREMI.
- BENKO G. y LIPIETZ, A. edits. (1994): *Las regiones que ganan. Distritos y redes. Los nuevos paradigmas de la geografía económica*. Valencia, Institución Alfonso el Magnánimo pp 39-58. Generalitat Valenciana.
- BLANDFOR, D. (2002) "Liberalización del comercio agrario, globalización y economías rurales", en *Información Comercial Española* nº 803, pp.23-32
- BONNANO, A. (ed.) (1994) *La globalización del sector agroalimentario*. Madrid, M.A.P.A.
- BOWLER, I.R. (1996) "Agricultural land use and the post-productivist transition", en LÓPEZ ONTIVEROS, A. y MOLINERO HERNANDO, F. *La investigación hispano-británica reciente en Geografía Rural: del campo tradicional a la transición postproductivista*, Madrid, Asociación de Geógrafos Españoles-Grupo de Trabajo de Geografía Rural.
- CALDENTEY, P. y GÓMEZ, A.C. (1996) "Productos típicos, territorio y competitividad", en *Agricultura y Sociedad* nº 80-81, pp. 57-72.
- CAMAGNI, M.- GORDINILLO DE ANDA, G (Coord.) (2000) *Desarrollo social y cambios productivos en el mundo rural europeo contemporáneo*. México, Fondo de Cultura Económica.
- CARAVACA, I.-GONÁLEZ, G.-MÉNDEZ, R.-SILVA, R. (2002a) *Innovación y territorio en Andalucía. Análisis comparado de los sistemas productivos locales de Andalucía*. Sevilla, Consejería de Economía y Hacienda. Junta de Andalucía.

- CARAVACA, GONZÁLEZ, G.; LÓPEZ, P; SILVA, R. (2002b) "Los espacios emergentes en Andalucía", en *La sociedad andaluza*. Córdoba, Instituto de Estudios Sociales Avanzados de Andalucía.
- CARAVACA, I.-GONZÁLEZ, G.-SILVA, R. (2003) "Redes e innovación socio-institucional en sistemas productivos locales", en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* nº 36, pp. 103-115.
- CASTELLS, M. (1997): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1: La sociedad red. Alianza, Madrid.
- DEL CANTO, C. y CASABIANCA, F. (1996) *Innovación y desarrollo en áreas rurales*. Madrid, M.A.P.A.
- COLLETIS, G. y PECQUEUR, B. (1995) "Dinámica territorial y factores de la competencia espacial", en VAZQUEZ BARQUERO, A. y GAROFOLI, G. *Desarrollo económico local en Europa*. Madrid, Fundación Duques de Soria, pp. 73-90.
- COMBER, L.R. (1998) *The European Organic Foods Market*. London, Leatherheat Food R.A.
- CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA (2002) *Plan de la Agroindustria Andaluza 2002-2006*. Sevilla, Consejería de Agricultura y Pesca, Junta de Andalucía.
- CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA (2002) *Plan andaluz de la agricultura ecológica*. Sevilla, Consejería de Agricultura y Pesca, Junta de Andalucía.
- CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE (2003) *Informe de medio ambiente, 2001*. Sevilla, Consejería de Medio Ambiente, Junta de Andalucía.
- DELGADO CABEZA, M. (1999) "Globalización, agricultura y ordenación del territorio en Andalucía", en *Revista de Estudios Regionales* nº 54, pp. 183-202.
- DELGADO, M.-MORENO, I. (2002) "La agricultura intensiva almeriense: los límites del modelo", en *Le Monde Diplomatique*, febrero 2002.
- FERRARO GARCÍA, F.J.-ANAR SÁNCHEZ, J.A.-MESA BARRETO, E. (1999) "El agua como factor restrictivo del desarrollo económico almeriense". *XXV Reunión de Estudios Regionales. Las Regiones Españolas en Europa*. Sevilla, Universidad de Sevilla.
- GALLARDO COBOS, R.M. (2003) "Las reformas de la PAC y la competitividad de los sistemas agrarios andaluces", en *ANALISTAS ECONÓMICOS DE ANDALUCÍA Informe Anual del Sector Agrario en Andalucía. 2002*, Málaga, Fundación Unicaja, pp. 421-469.
- GARCÍA SANZ, B. (2000) "Apuntes para un libro blanco para el desarrollo rural" en *Libro Blanco para la agricultura y el desarrollo rural*, [Http://www.libroblancoagricultura.com](http://www.libroblancoagricultura.com)
- GRANT, R. (2001) "The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulaton", en *Management Review* nº 30, pp. 114-135.
- GONZÁLEZ ROMERO, G. y SILVA PÉREZ, R. (2000) "Límites estructurales, sociales y ambientales a la intensificación de la agricultura. El ejemplo de El Ejido", en *Los espacios rurales en el cambio de siglo: incertidumbres ante los procesos de globalización y desarrollo. Actas del X Coloquio de Geografía Rural*. Lleida, pp. 102-112.
- GUALDA CABALLERO, E. (2003) *Agricultura andaluza y trabajadores extranjeros: del jornalero andaluz al temporero inmigrante*- Sevilla, Junta de Andalucía-Fundación Centro de Estudios Andaluces.
- INFORME de desarrollo territorial de Andalucía*. Universidad de Sevilla, 2004 (pendiente de publicación)
- INTERMÓN OXFAM (2004a) "El gran timo europeo del azúcar. Cómo el régimen europeo del azúcar destruye medios de subsistencia en el mundo en desarrollo", *Informe de Oxfam* nº 27. www.oxfam.org
- INTERMÓN OXFAM (2004b) "Cultivando pobreza. El impacto en África de los Subsidios al algodón de Estados Unidos", *Informe de Oxfam* nº 30. www.oxfam.org
- OJEDA RIVERA, J. y SILVA PÉREZ, R. (1997) "Dehesas de Sierra Morena y Políticas Agroambientales Comunitarias", en *Estudios Geográficos*, LVII,227 (abril-junio de 1997) Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Madrid, pp. 203-226.
- OJEDA RIVERA, J.F. y SILVA PÉREZ, R. (2002) "Efectos de la aplicación de modelos agroambientales y postproductivistas en la Sierra Morena onubense", en *Estudios Geográficos*, pp. 69-100.

- SILVA PÉREZ, R. (2001a) "Dinámica innovadora en los sistemas agrocomerciales andaluces. El Ejido (Almería) y Lepe (Huelva)", en *Forma y función del territorio en el nuevo siglo. Actas del XVII Congreso de Geógrafos Españoles*. Oviedo, AGE-Universidad de Oviedo-CECOT, pp. 479-483.
- SILVA PÉREZ, R. (2001b) "La dinámica innovadora en el sistema productivo de Lepe (Huelva), en *VIII Jornadas de Geografía Industrial*. Zaragoza, Asociación de Geógrafos Españoles, Gobierno de Aragón y Universidad de Zaragoza, pp. 71-80
- SILVA PÉREZ, R. (2002) "Estrategias de inserción de las áreas rurales en la economía mundial, una aproximación desde Andalucía", en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* nº 33, pp. 103-131.
- SUMPSI, J.M. (1995) "Competitividad y reforma estructural en la agricultura española", en *Modernización y cambio estructural en la agricultura española*. Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- SUMPSI, J.M. (2002) "Una nueva política estructural para una nueva agricultura", en *Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural*, Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (1999) *Desarrollo, redes e innovación*. Madrid, Pirámide.
- VELT, P. (1999) *Mundialización, ciudades y territorios*. Barcelona, Ariel.
- ZOIDO NARANJO, F. (Coord.) (2000) *Informe de Desarrollo Territorial de Andalucía*. Fundación Sevillana de Electricidad-Universidad de Sevilla y Caja General de Granada, 311 págs.

Resumen

Bajo el telón de fondo de la mundialización de la economía y la creciente apertura del comercio internacional de productos agrarios, este artículo plantea un nuevo marco de relaciones entre competitividad y agricultura y lo aplica a una comunidad autónoma española –Andalucía– cuya disparidad territorial ofrece una pluralidad de escenarios para profundizar en las diferentes situaciones de oportunidad asociadas a las dinámicas en ciernes. A tal fin, se presentan algunas claves para entender las nuevas relaciones entre agricultura y competitividad, se analiza la situación general del sector en Andalucía, se indaga en la situación diferencial de sus agriculturas con relación a las modalidades de competitividad que en cada caso se activen y se concluye con la presentación de diversos tipos de respuestas a la competencia suscitada por la creciente apertura comercial agraria.

Palabras clave: Agricultura, competitividad, territorio, Andalucía.

Résumé

Mondialisation de l'économie et l'ouverture croissante du commerce international de produits agraires, cet article pose un nouveau cadre de relations entre compétitivité et agriculture, en l'appliquant à une Communauté Autonome espagnole –l'Andalousie– dont la disparité territoriale interne met à notre disposition une grande diversité de scénarii pour approfondir la connaissance des différentes situations d'opportunité associées aux dynamiques naissantes. À ces fins, on présente ici quelques clés pour comprendre les nouvelles relations entre agriculture et compétitivité, la situation générale du secteur en Andalousie est analysée, tout comme celle de ses différentes agricultures selon la modalité de compétitivité adoptée ; on conclut enfin en montrant les différents types de réponses aux enjeux imposés par la concurrence issue de l'ouverture commerciale agraire croissante.

Mots clés: Agriculture, compétitivité, territoire, Andalousie.