

2.^a PARTE

ANÁLISIS TERRITORIAL

Cap. 4. Análisis individualizado por Comunidades Autónomas.
Rasgos básicos, tendencias, especificidades
y oportunidades

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS INDIVIDUALIZADO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS. RASGOS BÁSICOS, TENDENCIAS, ESPECIFICIDADES Y OPORTUNIDADES

- 4.1. Andalucía
- 4.2. Aragón
- 4.3. Principado de Asturias
- 4.4. Islas Baleares
- 4.5. Canarias
- 4.6. Cantabria
- 4.7. Cataluña
- 4.8. Castilla-La Mancha
- 4.9. Castilla y León
- 4.10. Galicia
- 4.11. Extremadura
- 4.12. Madrid
- 4.13. Región de Murcia
- 4.14. Navarra
- 4.15. La Rioja
- 4.16. País Vasco
- 4.17. Comunidad Valenciana

Cap. 4.1. ANDALUCÍA

1. RASGOS BÁSICOS: AGRICULTURA Y GANADERÍA	117
2. RASGOS BÁSICOS: INDUSTRIA AGROALIMENTARIA	125
3. RASGOS BÁSICOS: MEDIO RURAL	131
4. TENDENCIAS, ESPECIFICIDADES Y OPORTUNIDADES	139

I. RASGOS BÁSICOS: AGRICULTURA Y GANADERÍA



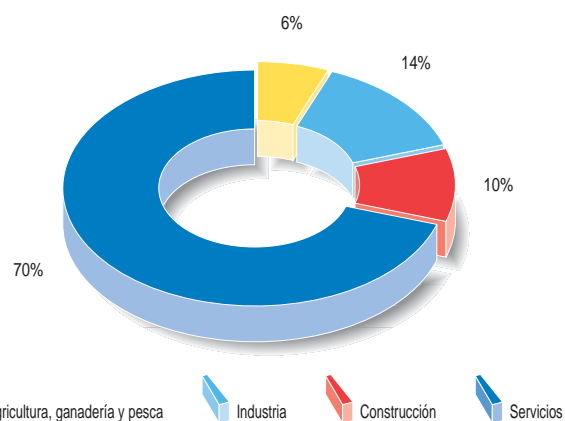
IMPORTANCIA ECONÓMICA DE LA AGRICULTURA REGIONAL SOBRE EL TOTAL NACIONAL. COMPARACIÓN CON OTROS SECTORES

El Valor Añadido Bruto de la economía andaluza representa el 13,6% del VAB nacional. Por ramas de actividad, la agricultura y ganadería, con 5.063 millones de euros, supone el 24,1% del total nacional, siendo la comunidad que más aporta. Por su parte, la aportación de la industria es del 10,7% y la de los servicios del 14,2%. Trascendiendo de la contribución al producto regional, la agricultura desempeña un papel protagonista en la realidad socioeconómica de la región.

Las tierras de cultivo ocupaban 3.898.203 ha el año 2000, que suponen un 44,6% de la superficie total de la región.

La población activa agraria asciende a 369.975 personas, lo que supone un 11,9% de la

Gráfico 1. Valor añadido bruto de Andalucía



Fuente: INE Contabilidad Regional de España 2001.

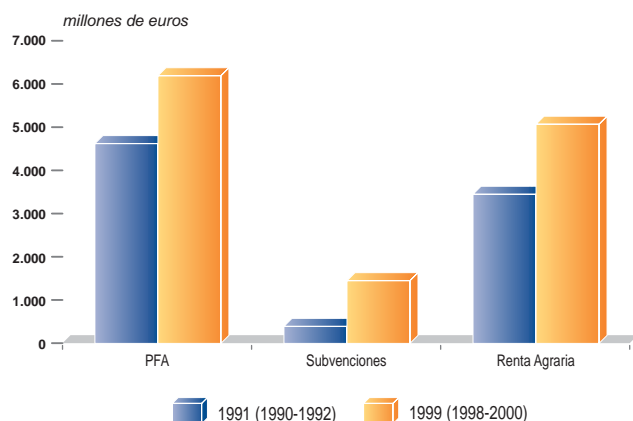
población activa total de la región. La población ocupada agrícola, estimada en 261.200 personas el año 2002, supone un 10,5% de la población ocupada total de Andalucía, de ellos un 74% varones. De la población ocupada total, el 52,4% son varones de entre 25 y 55 años de edad, y el 19,5% mujeres en ese mismo intervalo de edad.

MACROMAGNITUDES AGRARIAS

La producción final agraria (PFA) media del trienio 1998-2000 ha alcanzado los 6.200 millones de euros. Si se comparan las macromagnitudes de este trienio con las correspondientes a 1990-1992, se aprecia que el porcentaje de las sub-



Gráfico 2. Macromagnitudes agrarias



Fuente: MAPA.

venciones con respecto a la PFA se ha incrementado del 8,5% al 23,4%, y el porcentaje de renta agraria ha pasado del 74,6% al 81,9% de la PFA.

Período	% PFA agrícola	% PFA ganadera
1991 (1990-1992)	84,1	14,3
1999 (1998-2000)	78,9	19,3

Fuente: MAPA.

La PFA agrícola contribuye en más de tres cuartas partes a la PFA total. Buena parte de la contribución a la PFA agrícola procede de cultivos adaptados a las condiciones climáticas y edáficas: olivar y, en menor medida, el viñedo. No obstante, la contribución principal es la de otros cultivos herbáceos, algodón o con mayor orientación al mercado: algodón y, especialmente, los cultivos protegidos (hortalizas y fresas).

DISTRIBUCIÓN DE LAS EXPLOTACIONES

El 90% de las explotaciones andaluzas con SAU tienen una superficie inferior a 20 ha, y apenas el 4,6% supera las 50 ha. Andalucía se caracteriza por una estructura extremadamente dualista, en la que coexisten una agricultura de pequeña dimensión, atrasada, descapitalizada y con fuertes limitaciones estructurales, y otra capitalizada con capacidad de enfrentarse a los retos del momento actual.

En lo que respecta a Unidades de Dimensión Económica, el 69% de las explotaciones están por debajo de 8 UDE, frente al 5,6% que se pueden considerar grandes explotaciones (>40 UDE).

NÚMERO DE EXPLOTACIONES POR SAU, UDE Y UTA

SAU (ha)	N.º explot.	UDE	N.º explot.	M. obra	N.º explot.	N.º UTA
<1	90.116	0	14.130	Familiar		
1-5	151.658	0-8	242.626	Titular	356.480	87.086
5-20	75.864	8-16	52.862	Cónyuge	127.090	23.301
20-50	19.996	16-40	39.242	Otros	122.240	28.500
50-100	7.897	>40	20.908	No familiar		
100-500	7.470			Fijo	20.152	30.283
>500	1.054			Eventual	164.565	119.117
Total explotaciones: 369.768 (con SAU: 354.055)						

Fuente: INE. Censo Agrario 1999.

En lo que respecta al trabajo en las explotaciones, en la práctica totalidad el trabajo lo realiza el titular de la explotación. En buena parte

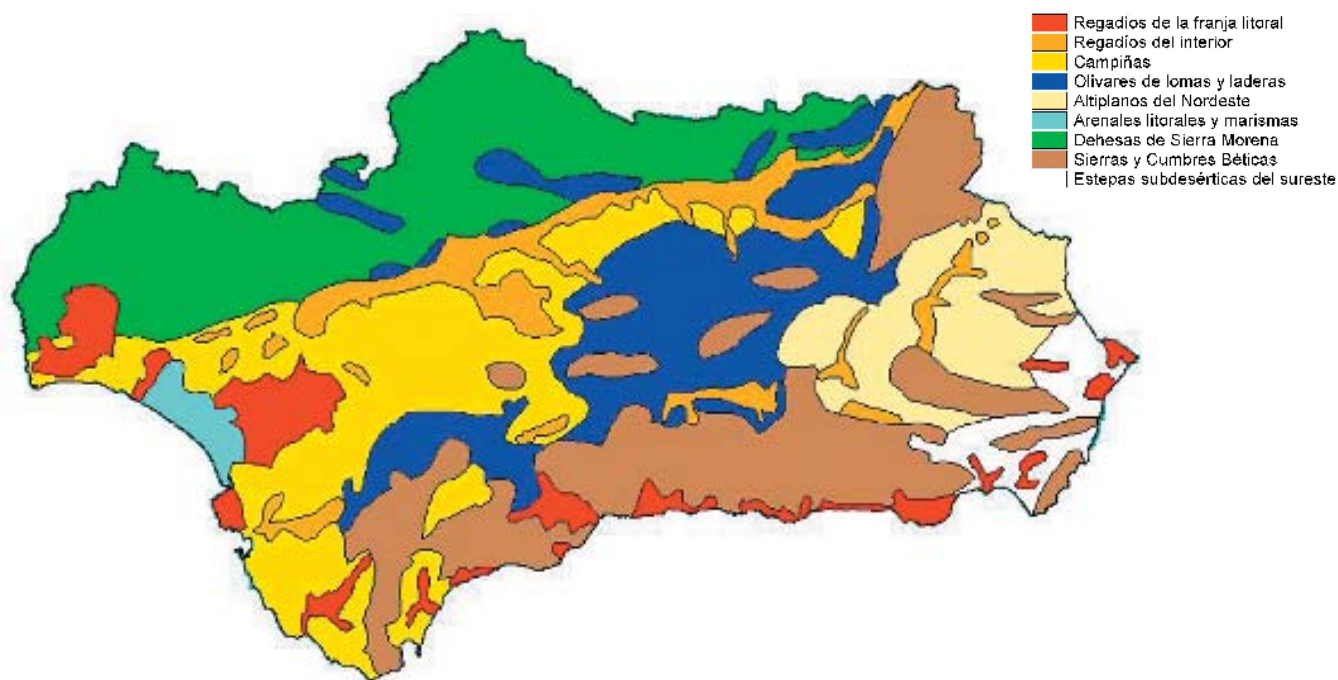
de las explotaciones es importante el trabajo externo eventual, y en menor medida la ayuda familiar.

ESPACIOS AGRARIOS

La transformación en regadío y la aptitud agraria de las depresiones, junto con la altitud y el incremento de aridez al este conforman unos sistemas agrarios andaluces muy amplios y variados.

- **Regadíos de la franja litoral.** La franja de costa salpicada de llanuras litoreales con sus marjales y hoyas en el Mediterráneo, y llanuras abiertas en el Atlántico, sustentan el espacio más dinámico de la agricultura andaluza de fértil regadío intensivo mediterráneo cálido. Dedicado a hortícolas de primor bajo invernaderos, que ocupan ramblas y laderas, con balances hídricos problemáticos en el sur y este; subtropicales y cítricos en Granada-Málaga, hortícolas en el nordeste de Cádiz, el arroz en las zonas más bajas de Marismas y fresón en los arenales de Huelva. Describen en conjunto un doble arco diferenciado.
- **Regadíos del interior.** Las vegas del Guadalquivir y sus grandes zonas regables, con los cítricos y frutales que alcanzan las Vegas Medias, pero dominadas por herbáceos algodón, maíz, sorgo, hortícolas y extensivos en las campiñas regadas del Genil y con los del interior de las depresiones intrabéticas (malagueñas y granadinas) Vega de Granada, más intensivas en regadíos tradicionales, con tabaco, patata espárrago y chopos, y manteniéndose la presencia de frutales, maíz y hortícolas,
- **Campiñas.** Son el gran espacio andaluz, desde las campiñas del Guadalquivir y el Condado de Huelva, con secanos más frescos en la fachada atlántica, hasta las de Antequera y Ronda entre las depresiones intrabéticas. Cereales y girasol de alto rendimiento se cultivan en suelos arcillosos y olivar en las terrazas fluviales (Aljarafe, Alcores) y bordes de peores suelos. El viñedo especializa la ocupación en El Condado, Jerez y Montilla-Moriles.
- **Olivares de lomas y laderas.** Bordeando por el oeste y sur con las campiñas, el paisaje dominante olivarero de Sevilla, Córdoba, Jaén, Granada en las sierras subbéticas. La extensión del riego localizado ha sustentado el monocultivo.
- **Altiplanos del Nordeste.** Las hoyas de Baza y Guadix, la meseta de Huéscar y los Vélez y las cuencas del Alto Andarax se asientan los secanos áridos destinados a extensivos, cereales en regresión y almendros. La presencia de riego diversifica el paisaje con frutales, y a veces con “atarjeas” mejora las producciones de los años lluviosos.
- **Arenaletes litorales y marismas.** Doñana y su entorno constituyen un enclave particular de uso restringido forestal y ganadero

- **Dehesas de Sierra Morena.** Toda la franja norte dominada por paisaje de dehesas, con vacuno, ovino y porcino ibérico y de cotos de caza en las áreas de matorral ocupan las sierras, con manchas de olivar y cereal.
- **Sierras y Cumbres Béticas,** desde las cumbres de Sierra Nevada a Cazorla, Filabres, y los riscos de Grazalema con calizas denudadas al monte de las laderas erosionables que ocasionalmente se aprovechan la ganadería extensiva de ovino, caprino o forestal de pinares o dehesas en Los Alcornocales. La agricultura, muy limitada, se sitúa en olivares marginales erosionados, almendro, mosaico de terrazas (riegos de montaña de Las Alpujarras) o en enclaves llanos.
- **Estepas subdesérticas del sureste.** Los secanos almerienses de los valles medios y bajos del Almanzora, Antas, Andarax son estepas subdesérticas con menos de 300 mm de lluvias, con matorral escaso y caprino.

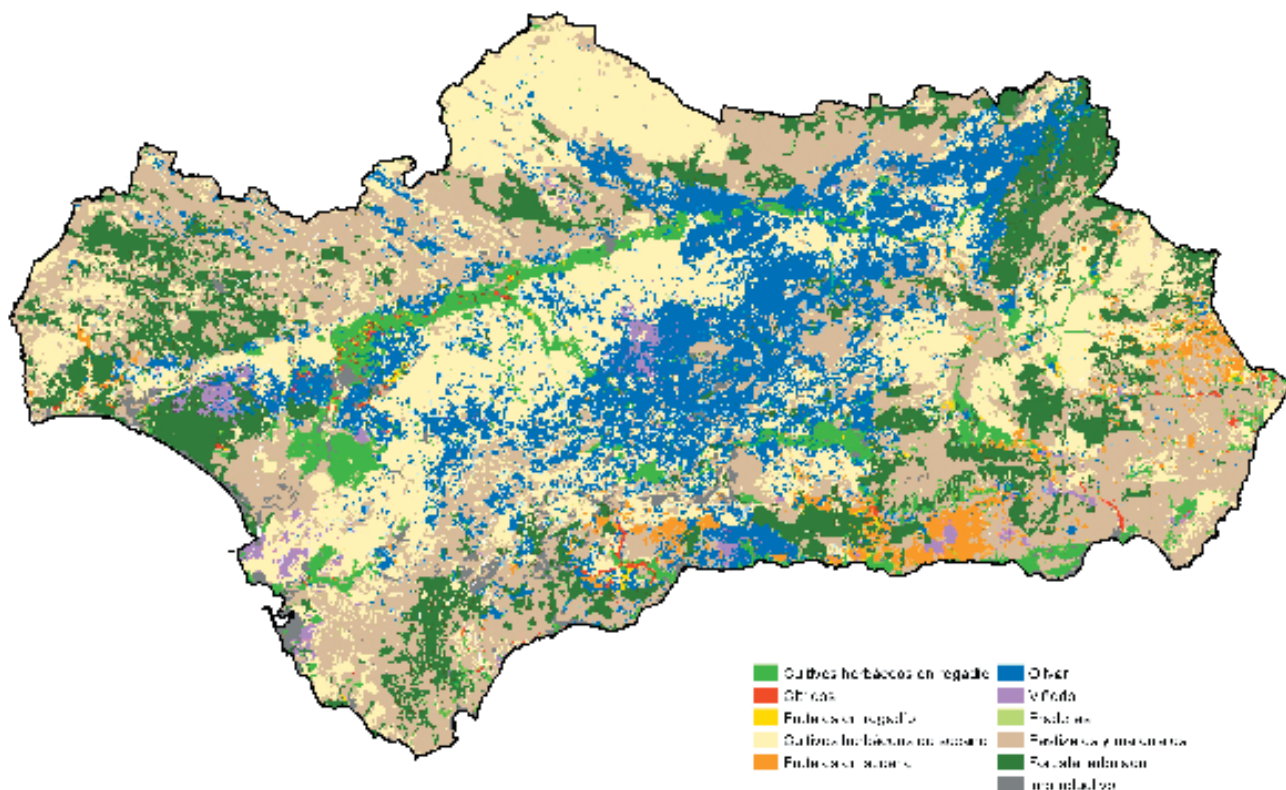


IMPORTANCIA RELATIVA DE LOS GRUPOS DE CULTIVOS

La agricultura andaluza se caracteriza por su gran diversidad, tanto en aprovechamientos

como en estructuras productivas, que va desde la gran extensión del olivo, cultivo dominante en superficie tanto en secano como en regadío, hasta el gran desarrollo de cultivos protegidos.

MAPA DE CULTIVOS Y APROVECHAMIENTOS



PRODUCCIONES AGRARIAS

Cultivo	Miles t
Hortalizas	5.126,5
Olivar	4.429,3
Cultivos industriales	3.698,6
Cereales	2.321,0
Cultivos forrajeros	1.583,9
Cítricos	985,9
Tubérculos	578,3

Fuente: MAPA, 2000.

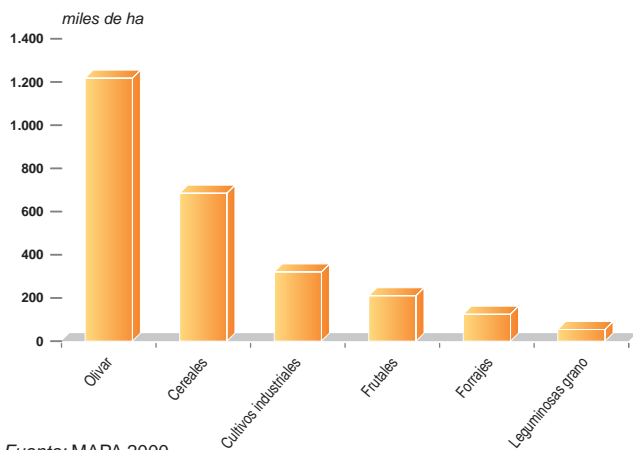
Pese al predominio en superficie del olivar, los cultivos hortícolas lo superan en producción, gra-

cias fundamentalmente al cultivo intensivo bajo protección en el litoral andaluz. Esta importante producción se consigue, además, con un bajo consumo de agua y un elevadísimo rendimiento superficial. Se trata, pues, de un tipo de cultivo en crecimiento y con clara vocación exportadora.

El olivo, por su parte, aunque con menor producción global y menor contribución a la PFA, tiene una gran importancia vertebradora del territorio, de creación de empleo y de fijación de población.

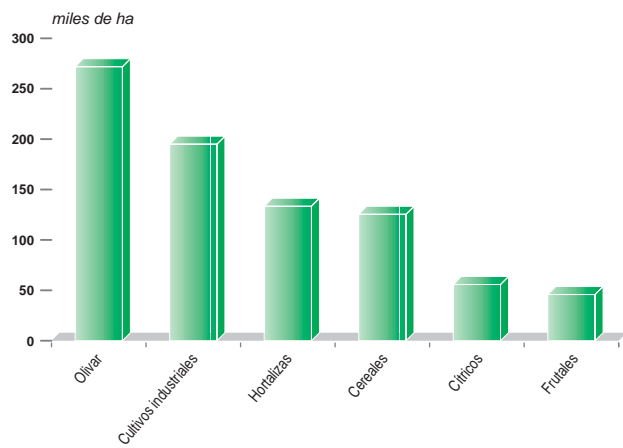
En general, las altas producciones de los principales grupos de cultivos, indica la diversidad y riqueza de la agricultura andaluza.

Gráfico 3. Superficies de secano en Andalucía



Fuente: MAPA 2000.

Gráfico 4. Superficies de regadío en Andalucía



Fuente: MAPA 2000.

En el secano andaluz, el cultivo más extendido es el de olivar, ocupando casi la tercera parte del terreno cultivado en secano. Los cereales, con predominio del trigo, ocupan también una superficie importante. Entre los cultivos industriales el girasol supone prácticamente el 90% de los mismos en superficie, pero la remolacha azucarera se cultiva también en una extensión aproximada de

25.000 ha. En frutales de secano el predominio del almendro es casi total, mientras que en cultivos forrajeros los cereales de invierno son los más destacados. Por último las leguminosas más cultivadas son el garbanzo y la veza.

En regadío también el olivo es el cultivo con mayor superficie. En segundo término los cultivos industriales: algodón, girasol y remolacha. Entre las hortalizas, el tomate, el pimiento, la lechuga y el melón son los más cultivados. Por su parte, los cereales bajo riego más destacados son: el trigo, el arroz y el maíz. Entre los cítricos el naranjo es el principal, y entre los frutales cabe mencionar el almendro, el melocotonero y el aguacate.

DENOMINACIONES DE ORIGEN



Los únicos productos no transformados propios de la región amparados por un marchio IGP de origen son los *Espárragos de Huétor-Tájar*.

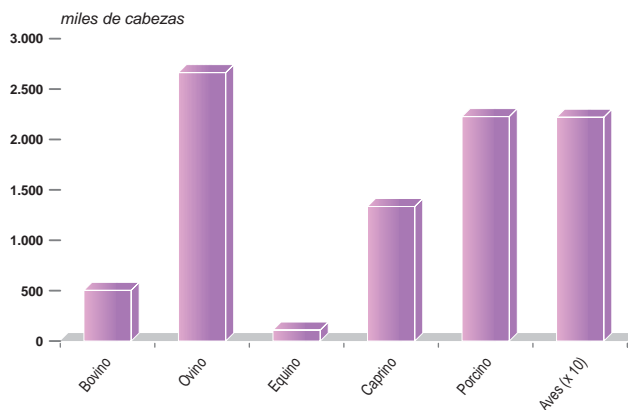
Se encuentran en tramitación las denominaciones siguientes: *DOP Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga*, *DOP Miel de Granada*, y *DOP Pasas de Málaga*.



Fuente: MAPA, 2003.

GANADERÍA

Gráfico 5. Ganadería



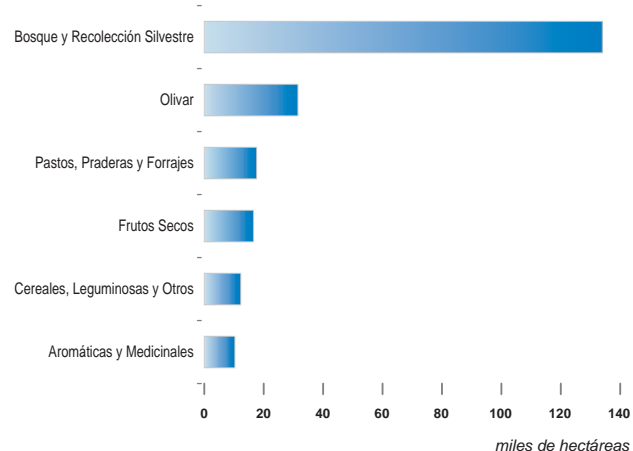
Fuente: MAPA 2001.

Las cabañas ganaderas de ovino y porcino son las más importantes de la región.

La producción ganadera extensiva sigue teniendo en Andalucía una especial relevancia dentro de las producciones ganaderas totales, ya que la práctica totalidad del ganado ovino es extensivo, al igual que el 70% del vacuno de más de dos años, el 50% del caprino, y el 27% de las cerdas y de los cerdos de cebo de más de 50 kg. Sevilla, Córdoba, Huelva y Cádiz son las provincias con más ganado extensivo.

AGRICULTURA ECOLÓGICA

Gráfico 6. Superficie de cultivos ecológicos



Fuente: MAPA 2002.

La producción ecológica en Andalucía ocupa una elevada superficie, 225.600 ha en 2002, la tercera parte de la superficie ecológica nacional. La mayor extensión es la destinada a la recolección de productos silvestres y del bosque. También merece mención la importante superficie de olivar.

En explotaciones ganaderas ocupa el tercer lugar entre las regiones españolas, con 185 explotaciones, el 10% del total de las explotaciones nacionales. La mayoría de ellas se dedican a la producción de carne de vacuno y de ovino ecológicos.

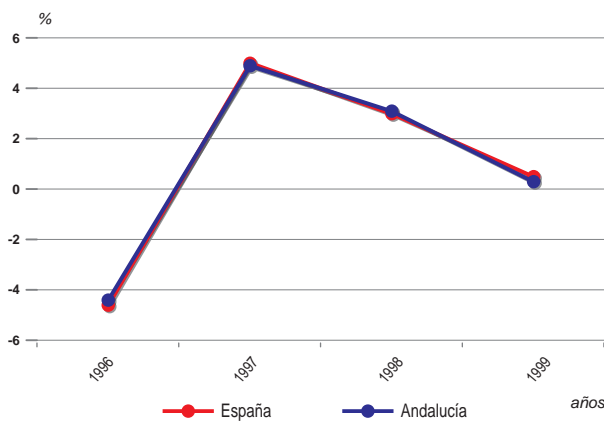
2. RASGOS BÁSICOS: INDUSTRIA AGROALIMENTARIA



▶ IMPORTANCIA A NIVEL NACIONAL Y REGIONAL

La Industria Agroalimentaria de Andalucía representa el 16,4% del VAB del subsector nacional en 1999.

Gráfico 7. Crecimiento de la Industria agroalimentaria (VAB)



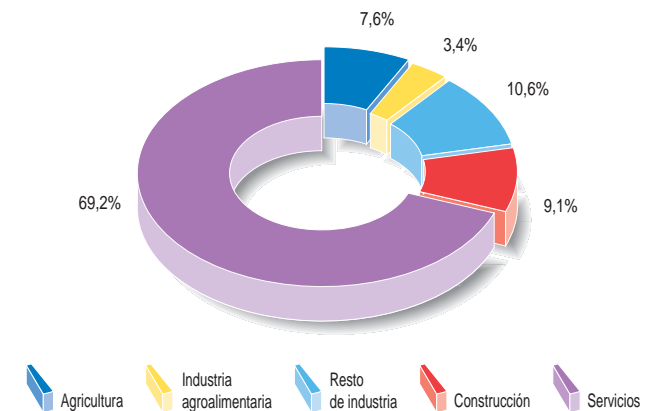
Fuente: INE. Contabilidad Regional de España (CRE).

En términos absolutos equivale a más de 2.200 millones de euros en 1999, aunque en los últimos años el sector está experimentando una ralentización en su crecimiento, en paralelo a la situación general de la economía.

Andalucía, con 1.689 millones de euros, supone el 16,7% de las exportaciones de productos alimentarios del total nacional, ocupando el segundo puesto por Comunidades Autónomas. En esta región las exportaciones de productos alimentarios y bebidas superan a las importaciones.

El sector industrial andaluz se caracteriza por una falta de diversificación y estructuración, no siendo así en lo que respecta a la Industria Agro-

Gráfico 8. Valor añadido bruto. 1999



Fuente: INE. Contabilidad Regional de España.

alimentaria que, sin embargo, es el sector con menor importancia en la economía andaluza, con un 3,4% del VAB.

La economía andaluza se basa principalmente en los Servicios, seguidos por el resto de la industria, donde predomina el sector de fabricación de material de transporte.

INDICADORES

Andalucía, con una cifra de casi 9.000 millones de euros en el año 2001, representaba el 15% en cuanto a ventas de productos agroalimentarios con respecto al total nacional, ocupando el segundo lugar por comunidades autónomas.

Los consumos de materias primas supusieron el 30,5% de todos los consumos industriales en la región.

Los Aceites y Grasas son, por subsectores, el primero en ventas, con 2.500 millones euros (28%).

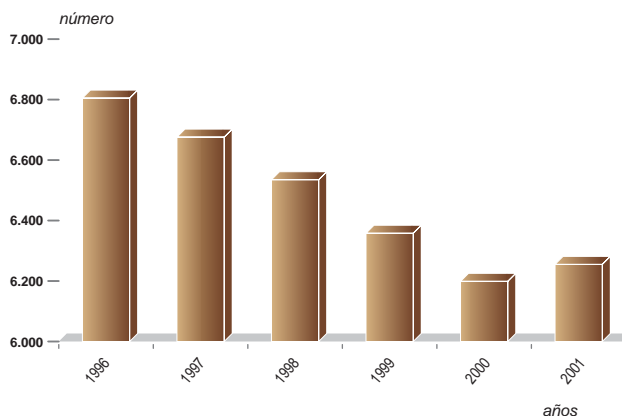
Respecto al consumo de materias primas (18%), así como respecto a las inversiones en activos materiales (30%), el subsector Aceites y Grasas también es el sector más destacado.

Indicador	Miles de €	% s/ind.
Ventas	8.924.271	28,16%
Consumo M. Primas	5.663.881	30,54%
Inv. en activos mat.	263.016	14,34%
Valor añadido	1.963.383	—
Gastos de personal	1.068.344	—

Fuente: INE. Encuesta Anual de Empresas. 2001.

En lo referente a la industrialización agroalimentaria, la tendencia ha sido de regresión en los últimos años.

Gráfico 9. Empresas de la Industria Agroalimentaria



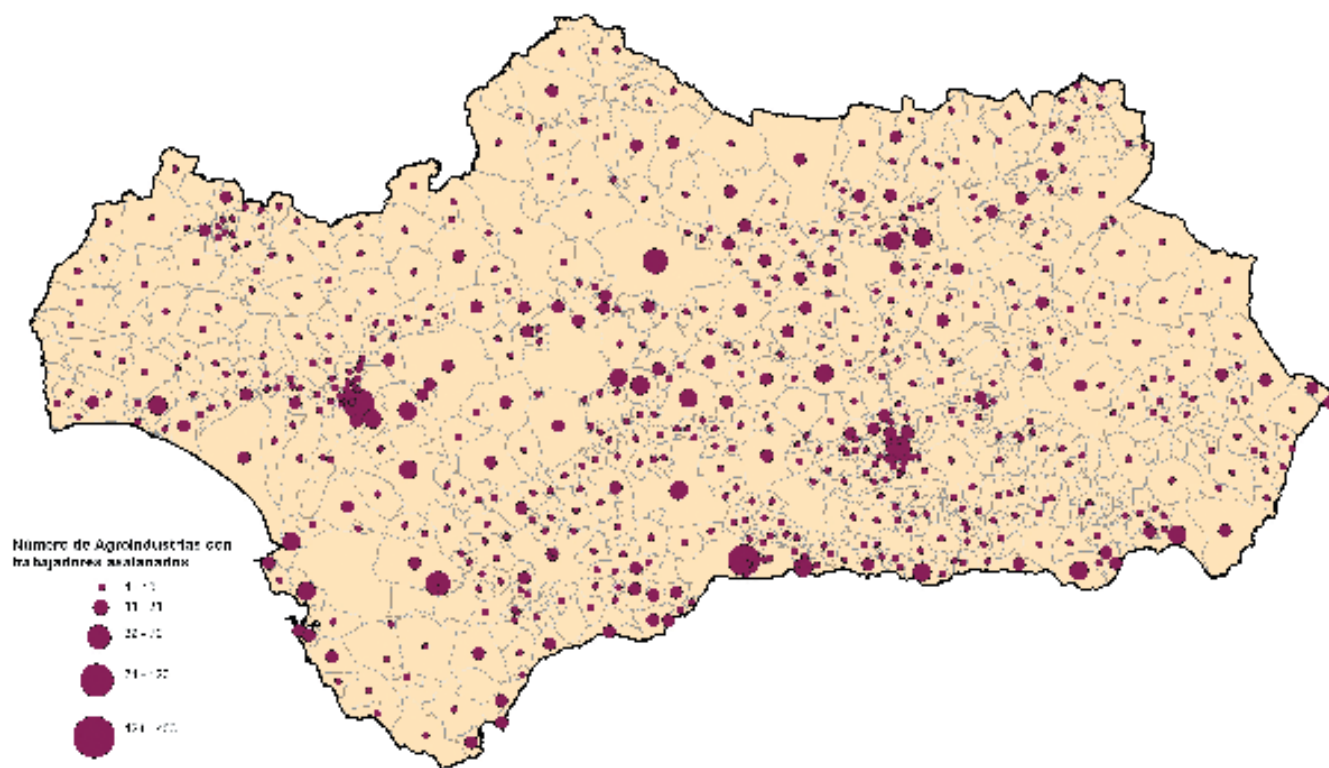
Fuente: INE. DIRCE 2002.

El número de empresas agroalimentarias de Andalucía se ha reducido paulatinamente en los últimos años hasta alcanzar un número de establecimientos de 6.255.

Andalucía es la primera región española en número de industrias agroalimentarias, con el 18% del total nacional.

EMPRESAS POR MUNICIPIO

Las empresas agroalimentarias se distribuyen uniformemente por toda la región. Los núcleos de mayor concentración son las zonas limítrofes de la Depresión del Guadalquivir y la Zona de la Costa del Sol.



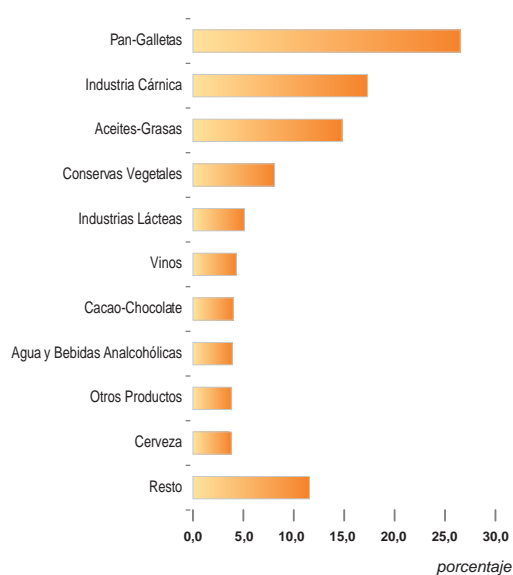
Fuente: MAPA, 2001.



EMPLEO EN LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

La industria agroalimentaria en Andalucía mantiene algo más de 50.000 puestos de trabajo, que suponen el 20,7% del total de la industria de la comunidad. Este porcentaje está por encima del nacional, donde la industria agroalimentaria supone el 12% del empleo industrial. En relación a los subsectores, es la Industria del Pan y Galletas la que mayor ocupación genera (25%) seguida de la Industria Cárnica (16%). El subsector "Resto" engloba Molinería, Alimentación Animal, Azúcar y Otras Bebidas Alcohólicas.

Gráfico 10. Ocupados por Subsectores



Fuente: INE. Encuesta Anual de Empresas, 2001.

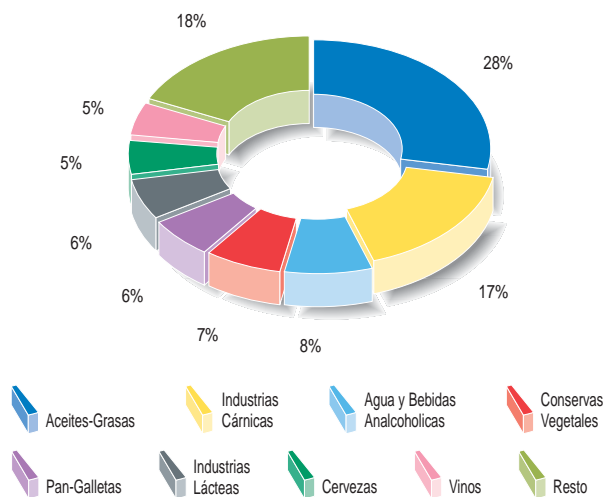
DISTRIBUCIÓN SECTORIAL

La industria Agroalimentaria representa el 28% de las ventas del sector industrial en Andalucía.

Por subsectores, el de Aceites y Grasas es el primero en ventas, con 2.500 millones euros (28%), seguido de la Industria Cárnica con casi 1.500 millones de euros (16%).

La Comunidad andaluza es la primera en ventas a nivel nacional en tres subsectores: Aceites y Grasas (55%), Cerveza (22%) y Azúcar (30%).

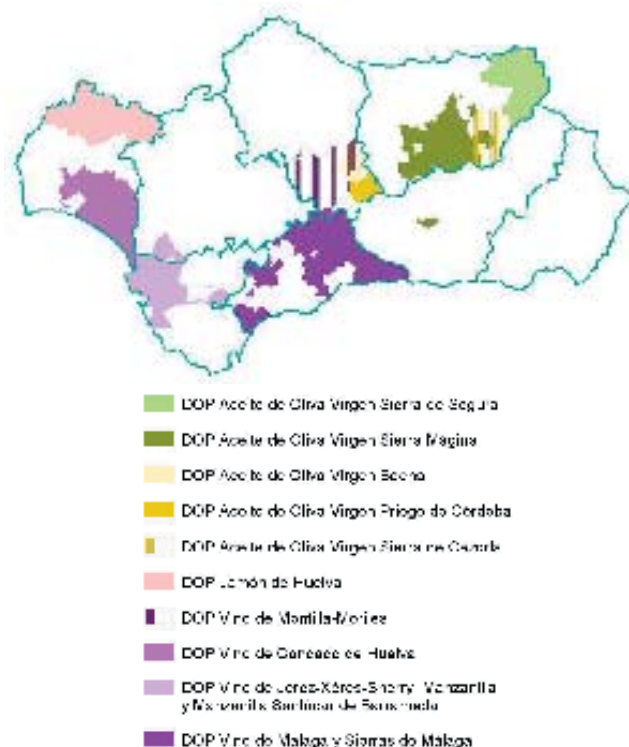
Gráfico 11. Ventas Industria Agroalimentaria



Fuente: INE. Encuesta Anual de empresas, 2001.

DENOMINACIONES DE ORIGEN

Entre los transformados agroindustriales con protección de calidad específica destacan dos tipos de productos principalmente. Por una parte, los vinos con Denominaciones de Origen



Fuente: MAPA.

como “Montilla-Moriles”, “Vino de Condado de Huelva” y “Málaga y Sierras de Málaga”. Destaca también el “Jerez-Xérès-Sherry, Manzanilla y Palomares Sanlúcar de Barrameda”.

Entre los Aceites cabe mencionar las siguientes denominaciones de origen protegidas: “Sierras de Segura”, “Baena”, “Priego de Córdoba”, “Sierra Mágina” y “Sierra de Cazorla”.

Otro producto de gran relevancia es el “Jamón de Huelva”.

TIPOLOGÍA

Las empresas agroalimentarias son principalmente de reducido tamaño, entre 1 y 9 emplea-



dos o sin ningún asalariado. La dimensión media es de 8 empleados por establecimiento. Esta situación es similar a la experimentada en el total nacional, donde predominan las PYME en casi todos los sectores.

N.º asalariados	Andalucía	
	N.º empresas	% total
Sin asalariados	1.559	25,5%
De 1 a 9	3.663	60,0%
De 10 a 19	455	7,4%
De 20 a 49	288	4,7%
De 50 a 199	118	1,9%
Más de 200	25	0,4%
Total	6.108	100,0%
TOTAL ESPAÑA	33.056	18,5%

Fuente: INE. DIRCE, 2002.

AGROINDUSTRIA Y COOPERATIVAS

Las 786 cooperativas agrarias de Andalucía facturaban 2.625 millones de euros en 2001, un 21,85% del cooperativismo nacional.

El número de asociados en la región es de 240.630, casi un 24,6% del total nacional.

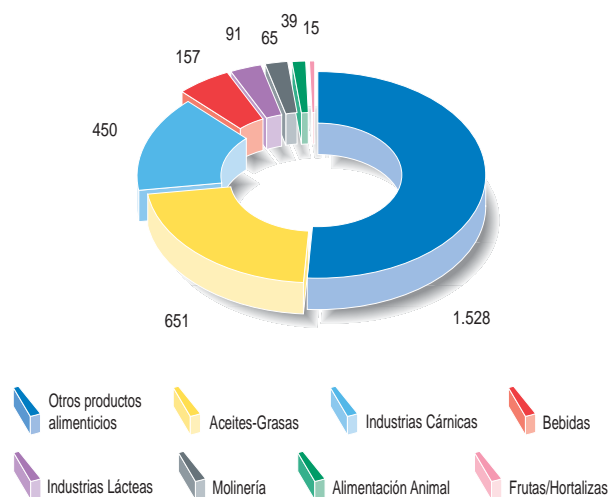
En Andalucía existen 34 Cooperativas de Segundo Grado integradas por 470 Cooperativas de base, con una facturación de 857,34 millones de euros en el año 2001.

El número de Cooperativas y SAT dedicadas a los productos de transformación en el año 2001 era de 707, predominando en el subsector de Comercio al por mayor de frutas y verduras y en el de Obtención de aceite de oliva sin refinar.

LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA EN EL MEDIO RURAL

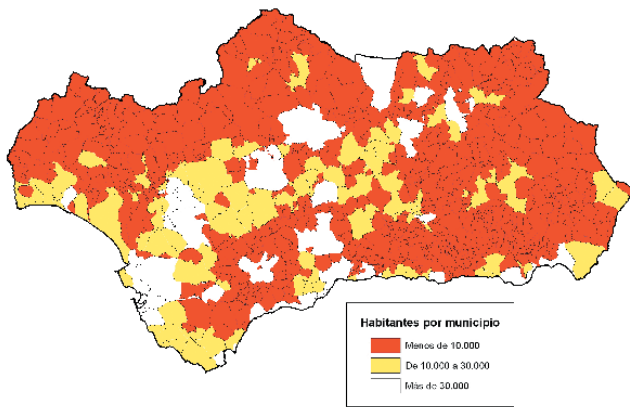
Las empresas agroalimentarias en el medio rural de Andalucía (municipios de menos de 10.000 habitantes) alcanzan un total de 2096 establecimientos, un 34% del total regional, de los cuales la mitad corresponden a “Otros Productos Alimenticios”, que en esta región se trata principalmente del sector pan, bollería, pastelería y galletas. Con una cifra de 11.942 personas, Andalucía supone el 9,6% del total nacional de ocupados en la industria agroalimentaria del mundo rural.

Gráfico 12. Establecimientos por subsector en el Medio Rural



Fuente: INE. DIRCE 2001.

3. RASGOS BÁSICOS: MEDIO RURAL

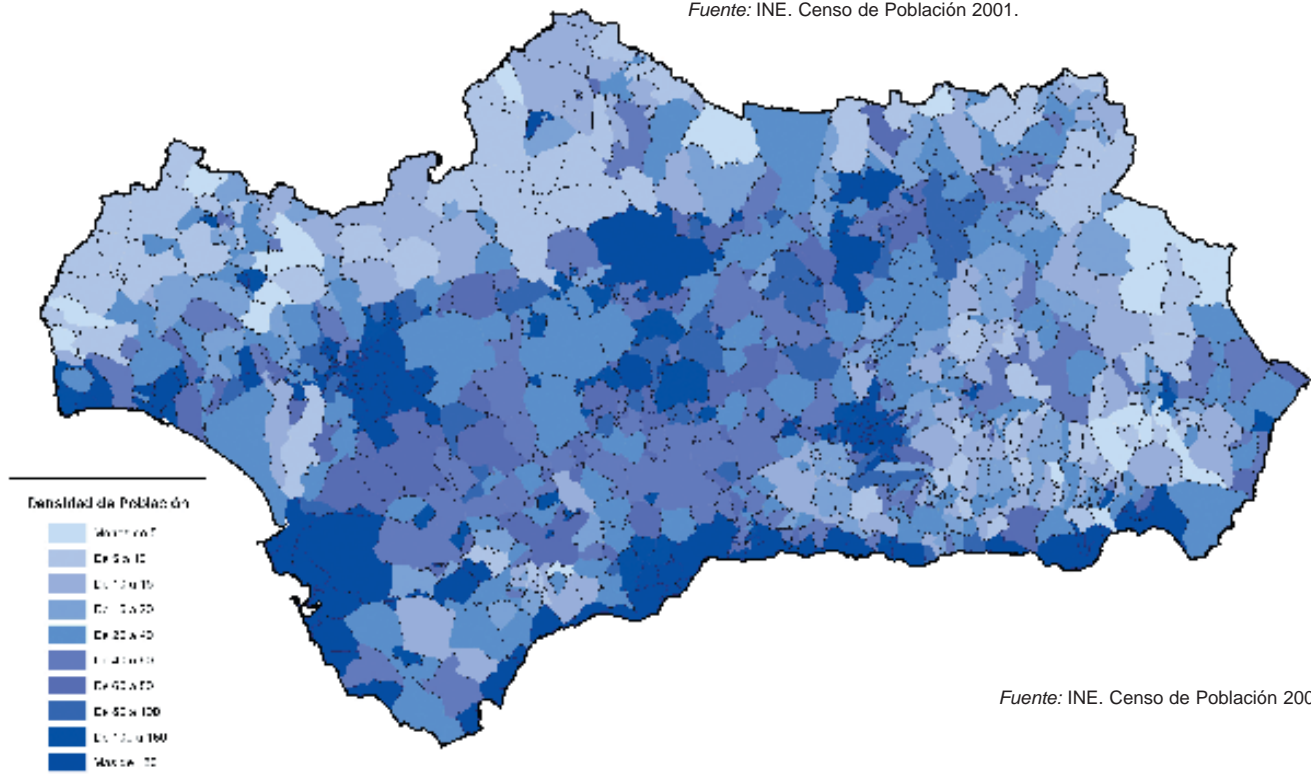


DATOS TERRITORIALES Y DEMOGRÁFICOS

En Andalucía, el 77% de la población vive en municipios que consideramos urbanos, es decir, que son mayores de 10.000 habitantes. Entre la población rural, el 4% de la población se concentra en municipios menores de 2.000 habitantes.

Municipios rurales		Total CC.AA.	Total Nac. Rural
Sup. Rural	km ²	58.107	412.598
Población rural	hab.	1.703.043	9.712.386

Fuente: INE. Censo de Población 2001.



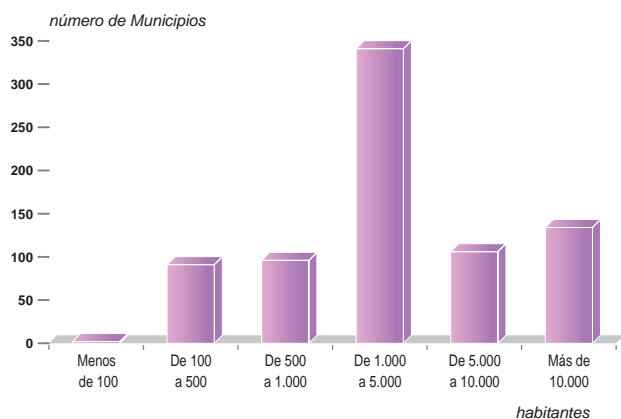
Fuente: INE. Censo de Población 2001.

En Andalucía hay 636 municipios menores de 10.000 habitantes, lo que supone el 83% sobre el total de municipios. Por lo general son municipios grandes, ya que el 58% tienen entre los 1.000 y los 10.000 habitantes.

Municipios rurales		Media Andalucía	Media Nac. Rural
Densidad	hab./km ²	29,31	23,54

Fuente: INE. Censo de Población 2001.

Gráfico 13. Distribución de los municipios por el número de habitantes



Fuente: INE. CENSO 2001.

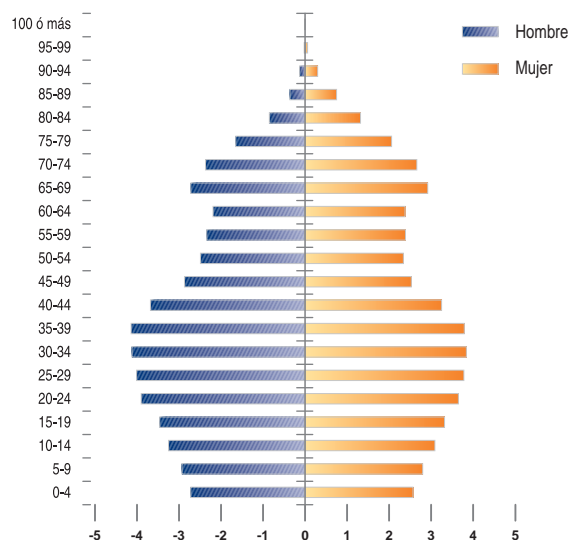
Andalucía es la región más poblada de España y una de las más extensas de la Unión Europea, de ahí que su densidad de población esté en torno a los 60 habitantes/km², excepto en los municipios de montaña, donde la densidad es más reducida.

Evolución de la población en los municipios rurales andaluces:

- N.º municipios rurales con aumento de población = 238

- N.º municipios rurales con igual población = 1
- N.º municipios rurales con descenso de población = 396

Gráfico 14. Pirámide de población rural (2001)



Fuente: INE. Censo de población 2001.

Envejecimiento

La pirámide de población rural muestra que en la Comunidad Autónoma de Andalucía hay un importante porcentaje de población joven (entre los 20 y los 44 años), lo que explica que ha habido menos salidas del campo a la ciudad, como lo hubo hace años, gracias a la retención de la población como consecuencia del turismo. Sólo el litoral y las ocho capitales provinciales han visto aumentar de forma significativa su población.

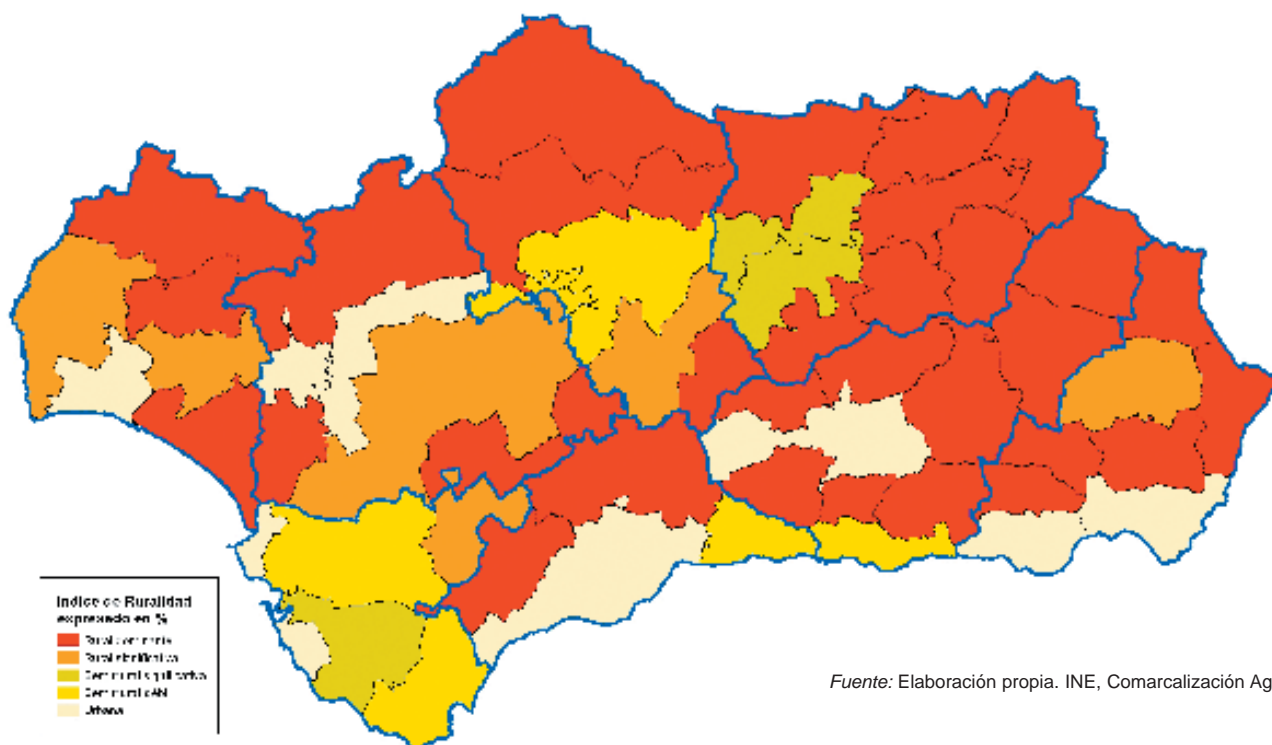
El grado de dependencia (relación entre la población considerada como inactiva y la población activa) es del 51% en las zonas rurales andaluzas, frente al 44% en el total de la Comunidad.



ÍNDICE RURALIDAD COMARCAL

A excepción de las comarcas en las que se integran las grandes ciudades andaluzas, el resto

tienen un índice de ruralidad dominante en el norte, oeste y este de la comunidad, y semirural significativa o semirural débil en el sur (litoral y zonas de influencia) y en el centro de la misma.

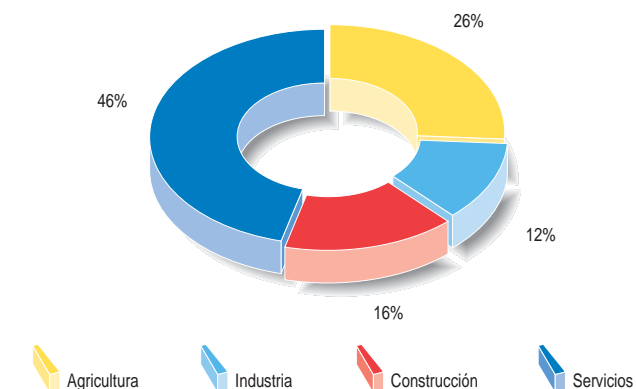


Fuente: Elaboración propia. INE, Comarcalización Agraria.

DATOS DE EMPLEO EN EL MEDIO RURAL

En el año 2000, la tasa de ocupación en el medio rural de la Comunidad andaluza fue del 71%, la más baja de toda España (78% para los hombres y 58% para las mujeres). En relación a la estructura de la ocupación, el 46% de la población se dedica al sector terciario (sobre todo en el turismo) y a la agricultura, caracterizada por ser muy variada y con métodos de explotación muy diversos, que cuenta con un 26% de ocupados. La construcción, favorecida por el incremento del turismo, ha experimentado un alza importante.

Gráfico 15. Estructura de la ocupación en el Medio Rural de Andalucía



Fuente: INE. EPA 2000.

Paro

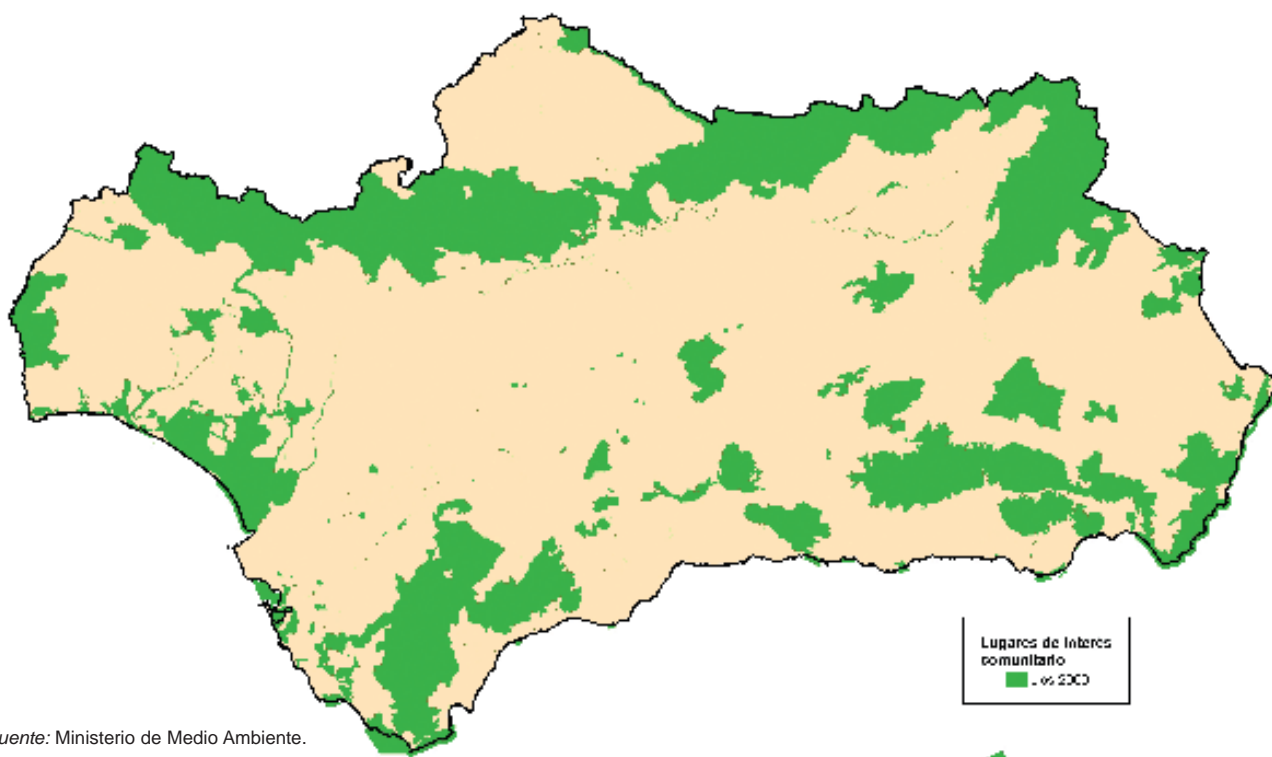
Para el año 2000, la tasa de paro en el medio rural andaluz se sitúa en torno al 29%, debido al incremento del paro en el sector primario. Desagregando este dato por sexos, se aprecia un mayor porcentaje de mujeres desempleadas, un 42%, frente al 22% de hombres parados.

ÁREAS PROTEGIDAS. RED NATURA 2000

Tipo de Área	N.º	Sup. (ha)	% Sup. CC.AA.
ZEPA	23	1.018.242	11,7%
Total LICs	193	2.587.142	29,6%

Fuente: Ministerio de Medio Ambiente.

LICs. Red Natura 2000



Fuente: Ministerio de Medio Ambiente.

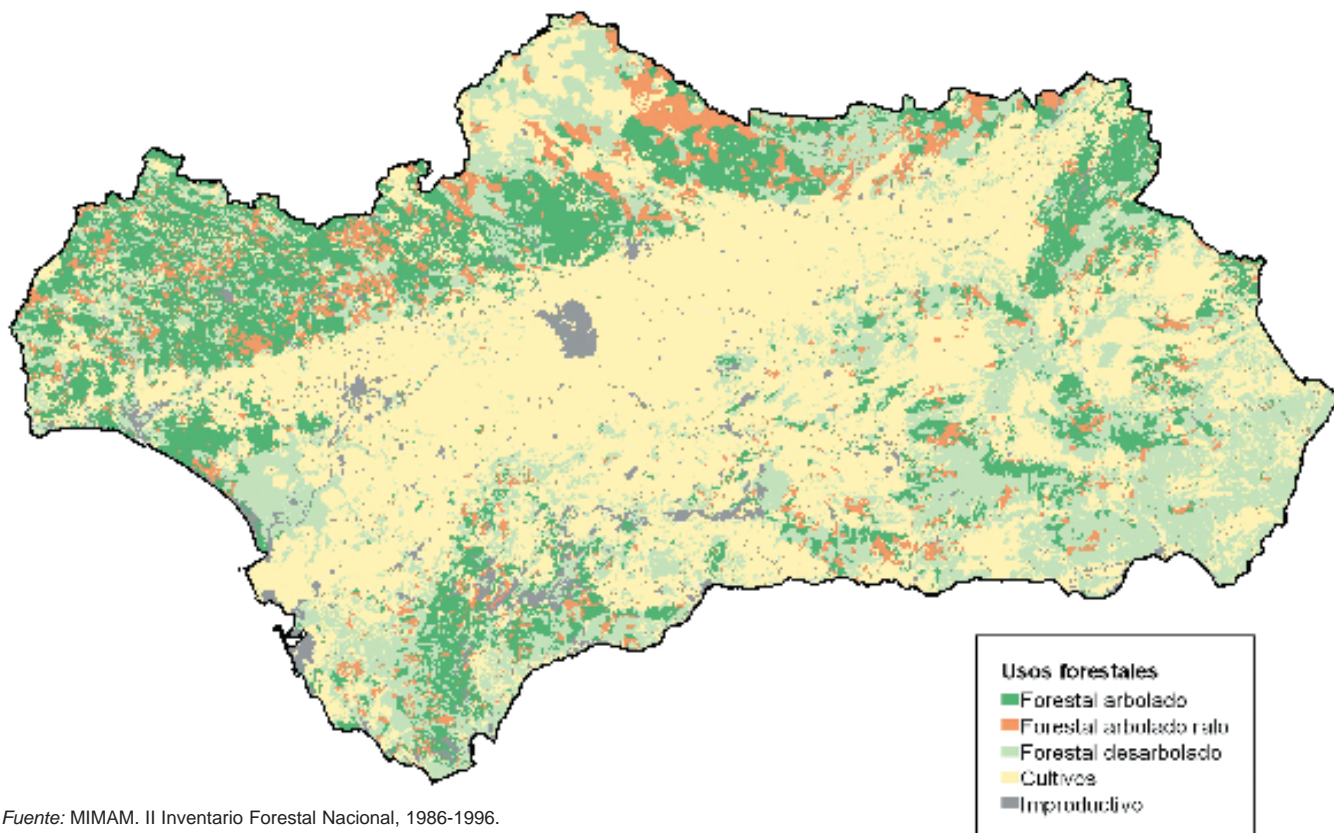
ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS DE LA COMUNIDAD DE ANDALUCÍA

La Comunidad Autónoma de Andalucía cuenta con una gran variedad de recursos naturales, paisajísticos y culturales. Más del 18% de su superficie está ocupada por espacios naturales protegidos, entre los que destacan los Parques Nacionales de Doñana y de la Sierra Nevada, 23 parques naturales y 29 reservas naturales.

Área	N.º	Sup. (ha)	% Sup. CC.AA.
Paraje natural	31	62.378	0,7%
Parque nacional	2	142.626	1,6%
Parque natural	23	1.389.454	15,9%
Reserva natural	29	22.058	0,3%
TOTAL	85	1.616.515	18,5%

Fuente: Ministerio de Medio Ambiente.

Espacios forestales



Fuente: MIMAM. II Inventario Forestal Nacional, 1986-1996.

ESPACIOS FORESTALES DE ANDALUCÍA

En Andalucía, el 49% de su superficie son espacios forestales arbolados o desarbolados, concentrándose principalmente en Sierra Morena y en el resto de las zonas montañosas de la Comunidad. El resto de la superficie está dedicada a los cultivos latifundistas. En Sierra Morena encontramos encinas, eucaliptos y alcornocques, mientras que en Sierra de Segura hay un predominio de pinares, y en la Sierra de Ronda encontramos alcornocques y encinas.

Superficies	Sup. (ha)	% Total
Forestal arbolado	1.544.517	18
Forestal arbolado ralo	561.733	6
Forestal desarbolado	2.219.126	25
TOTAL	4.325.376	49

Fuente: MIMAM. II Inventario Forestal Nacional, 1986-1996.

GRUPOS DE ACCIÓN LOCAL

En Andalucía, un total de 9 comarcas LEADER I fueron seleccionadas en el periodo

Mapa grupos LEADER + y PRODER 2



Fuente: MAPA, 2003.

1991-1994. Para el periodo 1994-1999 hubo un total de 49 grupos de acción local, de los que 22 fueron LEADER II y 27 PRODER 1. Por último, en el periodo 2000-2006 fueron un total de 22 comarcas las que se seleccionaron para LEADER+, afectando prácticamente toda la comunidad autónoma PRODER 2 (PRODER A), con un total de 50 territorios (22 de las cuales son también LEADER+). En el Programa Operativo Intregado se definieron diferentes aspectos aglutinantes, que se relacionan con los de la Comunicación LEADER+. Así, dentro de la “valorización de los recursos naturales y culturales” se definieron dos aspectos (mayoritariamente seleccionada por los GAL): “aprovechamiento de las singularidades geográficas y ambientales determinantes del territorio como factor enriquecedor de sus potencialidades” y “reorientación de las economías comarcales utilizando sus recursos endógenos y potenciando actividades emergentes”. Por su parte, “valorización de productos

locales” quedó representada por “la integración de la actividad productiva del territorio aprovechando sus características diferenciales” y fue elegida por un número de grupos menor. Otros aspectos como la “utilización de nuevos conocimientos” (en Andalucía “nuevos planteamientos de gestión de las actividades productivas y del territorio incorporando la preocupación social y la ambiental, y la perspectiva de género y de juventud” y el “acercamiento de las nuevas tecnologías a la población rural andaluza en torno a su territorio”), así como la “mejora de la calidad de vida en zonas rurales” (en Andalucía “dinamización y vertebración de la sociedad rural andaluza en torno a su territorio”) fueron los aspectos que un menor número de grupos seleccionó.

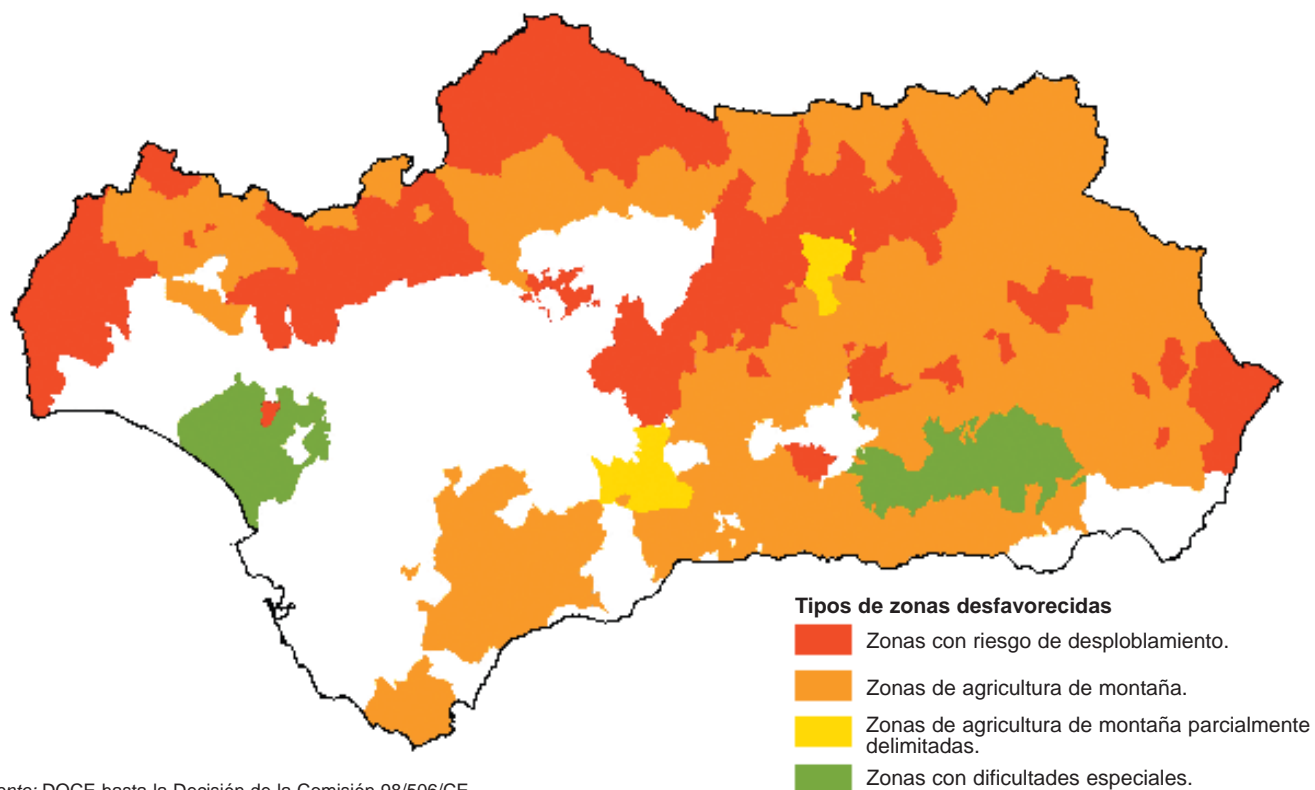
Programa de Desarrollo Rural	Superficie km ²	Población afectada	
		hab. (1)	% s/total
PRODER 2	40.520	2.012.596	27,35
LEADER + y PRODER 2	40.387	1.391.728	18,92
TOTAL	80.907	3.404.324	46,27

Fuente: (1) INE. Censo de Población 2001.

ZONAS DESFAVORECIDAS DE MONTAÑA



Gran parte de la superficie de Andalucía se considera zona de agricultura de montaña, y las zonas de agricultura de montaña parcialmente delimitadas están situadas en puntos muy concretos del interior.



Fuente: DOCE hasta la Decisión de la Comisión 98/506/CE.

4. TENDENCIAS, ESPECIFICIDADES Y OPORTUNIDADES



LOS HERBÁCEOS DE LOS SECANOS DE LAS CAMPIÑAS, CRECIENTEMENTE DEPENDIENTES DE LAS SUBVENCIONES: EL AUGE DE LOS TRIGOS DUROS

La campiña de Córdoba y Sevilla cuenta con algunos de los mejores secanos profundos de España. En ellos se puede cultivar remolacha en secano, y sus producciones de girasol han sido relativamente altas, pero sobre todo las campiñas han sido buenas tierras cerealistas. Tras la reforma de la PAC del 92 se detectó la sustitución de los trigos blandos de fuerza por trigos duros, que gozan de subvenciones más altas. Este fenómeno alteró los mercados de trigos de fuerza europeos.

Desde la incorporación de España a la CEE hasta el año 2000, la superficie de trigo blando cayó en casi 400.000 hectáreas en Andalucía y ha pasado de ocupar el 80% de la superficie triguera a sólo el 14%; esa pérdida se ha debido a la dedicación de la superficie a trigo duro, en especial desde 1998. A partir de 1997 se eliminaron los derechos individuales y se asignó una superficie máxima, que, con frecuencia, se supera, incurriendo en penalizaciones.

Efectivamente, Andalucía tiene asignadas más de 380.000 ha de trigo duro, casi el 65% del

total de España, superficie que se concentra en las provincias de Sevilla, Córdoba y Cádiz. Cabe reseñar que España es el único país que ha subido espectacularmente su superficie de trigo duro dentro de la Unión Europea.

Antes de la entrada de España en la CEE, en las campiñas andaluzas se habían implantado los trigos de fuerza (yécora, cajeme, etc.), trigos con un nivel de proteína muy alto, catalogados por la industria harinera como trigos mejorantes. Los países de la Unión Europea son deficitarios en estos trigos imprescindibles en la fabricación moderna de pan, tanto por la generalización de las tecnologías de empleo de frío (sobre y bajo cero grados) en la fabricación como por la evolución de los gustos. Tras la entrada de España en la CEE, se creó una corriente exportadora, asentada y creciente, de las producciones de trigos andaluces, que alcanzaron buenos precios tanto en la industria española como en los restantes países de la Unión. Tras la sustitución por los trigos duros, la industria harinera europea ha optado por suministrarse de trigos blandos de fuerza en terceros países, creando unas corrientes comerciales que no son fáciles de modificar.

La etapa de sustitución más acentuada de los trigos blandos de fuerza por trigos duros tuvo lugar a partir de la segunda mitad de la década de los noventa, tras cinco años de sequía que incidieron muy negativamente en las campañas de cereales y obligaron a las industrias harineras

a fuertes importaciones, en esos años se afianzó e incluso creció la cuota de mercado de los trigos franceses en el mercado español y se situaron los precedentes del Reino Unido. Tras esta etapa, el suministro de trigos importados a la industria harinera se sitúa entre el 50% y 75%, la homogeneidad de la mercancía y la cualificación de la oferta de estos países es el elemento fundamental en el mantenimiento de esa corriente importadora.

Arrastrada por la buena producción de trigos blandos andaluces, una parte importante de la industria harinera española, entre ellas algunas de las mayores empresas, se situaron en Andalucía, donde en la actualidad se encuentra el 25% de la capacidad de molienda española. Ahora se suministran de trigos importados a través de los puertos andaluces. Por otro lado, el desarrollo del cultivo del trigo duro ha dado lugar a la instalación de semoleras en el litoral y a la exportación de trigo duro.

En España, a pesar del crecimiento de la demanda con destino a la alimentación humana, la industria semolera, que ha pasado de consumir 300.000 t a 450.000 t de trigo duro, no absorbe la producción de una campaña normal. Por otra parte, la variabilidad de las cosechas obstaculiza el mantenimiento de una oferta estable de producto en calidad y cantidad para la exportación. Esto dificulta la fidelización de los clientes y repercute en el comportamiento de las exportaciones.

Cabe resaltar que los trigos blandos de fuerza tienen rendimientos muy superiores a los trigos duros, además alcanzan precios tales, que su rentabilidad podría acercarse a la de los trigos duros a pesar de la cuantía de la ayuda a éstos últimos, pero el factor riesgo aleja a los agricultores.

Así, el trigo duro se ha convertido en un cultivo excedentario, de manera que, durante varios años, al ser España muy deficitaria en cereales, se ha destinado una buena cantidad a piensos, situación que se contrapone al objeto inicial del mayor apoyo comunitario: la compensación de los mayores costes para evitar el desabastecimiento de la producción de pasta.

Según un informe elaborado por la Comisión Europea, la calidad de los trigos duros europeos se ha deteriorado, lo que ha obligado a la industria semolera a importar trigos de calidad, mientras destina producción interior a piensos. Sin embargo, según los análisis realizados anualmente por la Asociación Española de Técnicos Cerealistas (AETC), los trigos duros españoles mantienen una calidad más alta.

Todo esto muestra la fragilidad de la opción de los secanos de las campiñas por el trigo duro, abandonando el trigo blando de fuerza. A esto se suma la delicada situación de otras producciones muy importantes en estas tierras: la remolacha y el girasol. En lo referente a la primera, la oscilación de las producciones y el contenido en azúcar de la remolacha de estos secanos la hace menos interesante que la proveniente de los regadíos para la industria azucarera, con lo que puede verse muy negativamente afectada por la próxima reforma de la OCM. Por su parte, el cultivo del girasol se encuentra en recesión, tras la aproximación de su ayuda directa a la de los cereales.

Conclusiones

La sustitución de los trigos blandos de fuerza por trigos duros se ha generalizado en los secanos de la campiña a raíz de la elevada



subvención a estos últimos; eso ha garantizado los ingresos de los agricultores independientemente de la producción. Esta sustitución ha llevado a perder un mercado sólido y en auge y ha desabastecido a la industria harinera europea.

La opción de cultivo tomada incrementa la dependencia de las campañas de las subvenciones comunitarias y, por lo tanto, ha aumentado la fragilidad del sistema productor. En estas condiciones, es recomendable la búsqueda de producciones alternativas, y aun teniendo en cuenta que España es deficitaria en trigo duro, entre las que se encuentran los trigos blandos de fuerza, lo que a su vez permitiría el abastecimiento local de la industria harinera. Paralelamente, es necesario desarrollar el uso de formas de cultivo que eviten la erosión y bajen los costes, entre las que se encuentra la siembra directa y las técnicas de no laboreo y mínimo laboreo.



SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS DE FUTURO DE LA HORTICULTURA INTENSIVA EN EL LITORAL MEDITERRÁNEO ANDALUZ

Desde hace 30 años, la horticultura intensiva desarrollada en el litoral andaluz, en una primera fase en la provincia de Almería y posteriormente en las llanuras y laderas costeras de Granada y Málaga, constituye un ejemplo de crecimiento económico a partir de la agricultura. Los parámetros que caracterizan al modelo se aproximan más, en ciertos aspectos, a las actividades industriales y al sector servicios que a las de la agricultura tradicional.

1. El sector de la horticultura intensiva en el contexto de la agricultura andaluza



El peso de la horticultura intensiva en el cuadro de macromagnitudes agrarias andaluzas ha crecido de manera considerable a lo largo de los últimos años, con una tendencia claramente ascendente y sin las fuertes oscilaciones de otras actividades agrarias más dependientes de las condiciones climáticas y de la política de subvenciones europeas.

La horticultura intensiva del litoral, incluidas las frutas subtropicales, aporta el 27,5% de la PFA, contribuye a equilibrar la balanza de pagos de la región por su notable actividad exportadora y tiene una importante repercusión social por su fuerte demanda de mano de obra.

A estas producciones se destinan 47.781 hectáreas, el 1,35% de las tierras labradas de la región, y sólo 287 hm³ de agua de los 4.800 que emplea la agricultura andaluza. Por tanto, un primer aspecto importante a considerar es la elevada repercusión económica del sector, con un escaso impacto territorial y un bajo consumo de recursos naturales.

En este contexto destaca la distinta filosofía con la que se trata en la PAC al sector hortofrutícola con respecto al resto de los sectores agrarios: mientras que en ellos el principal esfuerzo presupuestario se concreta en medidas de sostenimiento de los mercados y en una creciente política de apoyo a las rentas, la OCM de frutas y hortalizas se basa en ayudas a las inversiones productivas, con un escaso peso de las actuaciones públicas en los mercados a través de los precios de retirada. Se trata, por tanto, de una forma de intervención próxima a las medidas de desarrollo rural incluidas en el segundo pilar de la política agrícola común (PAC).

Al mismo tiempo, las actividades más intensivas en el empleo de mano de obra son las que contribuyen en mayor medida a la producción andaluza. Muchas explotaciones agrarias, principalmente hortofrutícolas, han tenido que contratar mano de obra extranjera para poder satisfacer las necesidades laborales de sus empresas, a pesar del elevado paro agrario de la región: frente a un total de 518.000 trabajadores inscritos como trabajadores por cuenta ajena en el régimen especial agrario de la seguridad social en el año 2001, 204.000 fueron beneficiarios del subsidio agrario y el número de inmigrantes ascendió a 25.000 trabajadores. Cabe reseñar que Almería es la provincia donde hay más trabajadores extranjeros afiliados al REASS por cuenta ajena: cerca de 20.000, mientras en ninguna de las restantes provincias llega a los 4.000.

La hortofruticultura intensiva destaca por su marcado carácter exportador: las exportaciones hortofrutícolas de las provincias de Almería, Granada y Málaga ascendieron a 1.398 millones de euros, el 14% de las exportaciones andaluzas.

2. Caracterización del sector hortofrutícola intensivo del litoral andaluz

Se considera como horticultura intensiva toda la actividad productiva, incluidos los sectores anexos en la industria y servicios auxiliares, concentrada en las zonas costeras de las provincias de Almería, Granada y Málaga, con una superficie de cultivo total de 47.781 hectáreas.

Las principales especies cultivadas son: el tomate, pimiento, pepino, melón, sandía, calabacín, judía verde y lechuga –entre las hortalizas–, y aguacate y chirimoya entre las frutas sub-

SUPERFICIE DEDICADA A CULTIVOS HORTOFRUTÍCOLAS INTENSIVOS EN EL LITORAL ANDALUZ 1999 (ha)

	Almería	Granada	Málaga
Hortalizas	29.000	5.500	2.500
Aire libre	3.480	3.127	1.680
Abrigo bajo	520	244	71
Invernadero	25.000	2.129	749
Frutas subtropicales	20	4.270	6.199
Total	29.020	9.770	8.699

Fuente: Censo agrario 1999. Elaboración propia.

tropicales. Cabe resaltar que con frecuencia sobre una misma tierra se desarrollan dos y hasta tres cosechas al año, lo que resulta en un coeficiente de cultivo de casi 2 por hectárea.

Destaca la producción de tomate, la hortaliza más cultivada y de mayor producción, seguida por las de pimiento y pepino. La producción total de hortalizas ha superado en el año 2001 los 3 millones de toneladas, el 30% de la producción española, que asciende hasta el 90% para el pepino, 64% para el calabacín, 60% del pimiento nacional, 48% de la judía verde, 38% de la sandía y la totalidad del aguacate y la chirimoya.

El desarrollo de esta agricultura se ha concentrado en los últimos 35 años, siendo en la última década, gracias a la creación del mercado único europeo y la eliminación de las restricciones sobre el comercio de frutas y hortalizas españolas en el resto del continente, cuando se ha producido un crecimiento más acelerado. Este desarrollo está ligado a su vocación exportadora: más de un tercio de las exportaciones españolas de estos productos proceden del litoral andaluz, el cual destina hacia los mercados exteriores el 50% de su producción. Este por-

centaje ha ido aumentando a lo largo de los años, pasando de valores inferiores al 10% en 1980, el 25% en los primeros momentos de la incorporación a la Comunidad Europea, y luego, tras el crecimiento vinculado a la creación del mercado único, al 50% actual.

Los elementos que han permitido este continuo crecimiento de la producción y de la exportación se clasifican en tres grandes grupos:

■ ***La incorporación de tecnologías productivas:***

El sector hortofrutícola del litoral andaluz se ha caracterizado, desde el inicio de su expansión, por la constante incorporación de nuevas tecnologías intensivas en capital. Dejando de lado las innovaciones continuas en circulante (material vegetal de propagación, nutrientes y promotores del crecimiento), los aspectos más interesantes se centran en los elementos fijos de las estructuras agrarias: invernaderos, instalaciones de riego por goteo y fertirrigación, cultivo en sustratos, sistemas de control climático e implantación de normas de producción controlada. En los últimos veinticinco años se ha duplicado la productividad de los invernaderos, pasando de una media de 27 t por hectárea en 1975 a 52 t en el año 2001, aunque en los últimos años se observa un cierto estancamiento que exige seguir profundizando en las mejoras tecnológicas necesarias.

■ ***La organización del sector productor y comercializador:***

El origen de la producción hortofrutícola intensiva en el litoral andaluz está estrechamente relacionada con la crea-

ción de las alhóndigas, que permitieron la creación de un lugar físico de encuentro de agricultores y compradores, asegurando la venta del producto y su cobro; contribuyeron a la prestación de servicios financieros inexistentes entonces para los agricultores. Este sistema presenta, sin embargo, ciertas carencias y una cierta inercia para abordar las iniciativas necesarias que exige la moderna distribución agroalimentaria y las preocupaciones de los consumidores. La alternativa a la venta en las alhóndigas está en la integración horizontal y vertical, concretada desde mediados de los años setenta en la constitución de cooperativas, orientadas a concentrar la producción en grandes unidades controladas por los agricultores, que además incorporan los procesos intermedios de limpieza, selección, manipulación, normalización y envasado y el almacenamiento necesario hasta el transporte hacia los mercados de destino.

Cabe destacar que mientras que la superficie media de los agricultores que comercializan a través de alhóndigas se encuentra estabilizada en torno a 1,4 hectáreas, los agricultores de cooperativas están incrementando su superficie media, actualmente en 3 hectáreas. Por otro lado, la trazabilidad y el cumplimiento de los requisitos exigidos por las cadenas de distribución sólo es posible desde las organizaciones de agricultores, por lo que toda la superficie certificada por la norma UNE 155.001 está fuera del sistema alhondiguista.

Las ayudas ofrecidas por la administración para la constitución de empresas de

comercialización hortofrutícola y las facilidades con que los agricultores han resuelto sus diferencias en el seno de las organizaciones existentes, mediante la creación de otras nuevas, han provocado una gran dispersión comercial y la existencia de un elevado número de empresas de reducidas dimensiones, por lo que el posicionamiento de las empresas andaluzas frente a sus clientes es cada vez más débil.

■ **El proceso de “desbordamientos” positivos:**

El tercer elemento que caracteriza al sector hortofrutícola intensivo del litoral mediterráneo andaluz es su capacidad para generar todo un proceso de expansión hacia actividades auxiliares que contribuyen a su competitividad: servicios de manipulación y comercialización, industria de producción y distribución de insumos y empresas de servicios de asesoramiento, informáticos, financieros, etc. En definitiva, la agricultura intensiva ha generado un conjunto de actividades industriales y de servicios que amplifican su trascendencia en términos de producción y empleo (los llamados “efectos mutiplicadores”).

La conjunción de todas estas actividades económicas en el territorio, vinculadas por lazos comerciales y de cooperación, que comparten un mercado de trabajo y conocimientos comunes, proporciona al territorio economías externas, que son factores de competitividad añadidos a los de cada empresa, dando lugar a un “sistema productivo local”, concepto tradicionalmente asociado a polos industriales a los que se asemeja la agricultura intensiva.

Por lo tanto, el sistema hortofrutícola intensivo puede calificarse de “industrial” si no se tiene en cuenta la naturaleza física de la producción, sino la variedad e intensidad de los inputs, la innovación y complejidad tecnológica, la comercialización, etc., de manera que los retos a los que se enfrenta y las respuestas que debe ofrecer se van a realizar más desde una visión agroindustrial que desde la simplemente agrícola.

3. Retos de futuro



El proceso de globalización y la corrección de las externalidades negativas, generadas por el sector hortofrutícola, son los grandes retos a los que tendrá que enfrentarse en los próximos años para poder seguir manteniendo los elevados niveles de competitividad alcanzados. A continuación se recogen los aspectos más importantes:

El nuevo marco de relaciones institucionales

La adhesión a la UE de los países de la Europa del Este se presenta como una gran oportunidad para las producciones hortofrutícolas del litoral andaluz en la medida en que se consolide la capacidad de compra de sus habitantes.

Las nuevas negociaciones de la Organización Mundial del Comercio difícilmente afectarán a las producciones del litoral andaluz.

Los Acuerdos Euromediterráneos tienen más importancia, ya que los principales competido-

res para las frutas y hortalizas andaluzas son países del norte de África, con elevadas producciones actuales, exportación creciente hacia Europa y condiciones climáticas y sociolaborales muy competitivas.

La situación de los mercados

Los mercados actuales se encuentran en continuo proceso de cambio, como consecuencia del nuevo comportamiento de los consumidores y de la concentración de la distribución alimentaria, así como de las nuevas exigencias de los ciudadanos en cuanto a condiciones agroambientales de producción y seguridad alimentaria.

Los efectos que va a tener sobre las empresas hortofrutícolas se resumen en un aumento de la competencia entre proveedores, para poder mantenerse como suministradores de las cadenas, un desequilibrio creciente en el poder de negociación, la necesidad de asegurar el suministro de todos los productos hortofrutícolas a lo largo de todo el año, el aumento de los servicios demandados y el aseguramiento de la calidad como condición indispensable.

Las externalidades del modelo

Un sistema de producción tan intensivo ha generado una serie de externalidades negativas, sobre el medio ambiente y sobre el territorio en el que se localiza.

En el aspecto medioambiental destaca la sobreexplotación de los acuíferos, que ha provocado su salinización y contaminación, las caries en el terreno por la extracción de arenas

y suelos vegetales, la degradación paisajística y visual de los desmontes para la puesta en cultivo de nuevas superficies, la contaminación provocada por el uso excesivo de fitosanitarios y fertilizantes y la proliferación de residuos (plásticos, alambres, envases y restos vegetales). Dentro de este apartado se incluyen los problemas sociales generados por la masiva llegada de inmigrantes en condiciones irregulares.

Los problemas territoriales se deben a la invasión del dominio público hidráulico por los cultivos y sus deposiciones, las deficiencias de la red viaria, estrangulada por ocupaciones, la ausencia de jerarquización y la falta de tratamiento impermeabilizante, y la mala calidad de las redes energéticas, de suministro de agua y de telecomunicaciones.

La concienciación por parte de los agentes implicados ha permitido que se pongan en marcha mecanismos correctores de los efectos ambientales negativos: se han realizado avances considerables en la recogida de los residuos, la recuperación de las caries, la mejora de la dotación hídrica, la normalización de las relaciones laborales y la disminución en el uso de productos fitosanitarios, de manera que los problemas ambientales están en vías de solución. Sin embargo, los problemas territoriales requieren una decidida actuación por parte de las autoridades competentes, más difícil por su elevado coste.

4. Conclusiones y recomendaciones para el sector hortofrutícola del litoral andaluz

El modelo tiene debilidades que requieren una decidida actuación en las siguientes líneas:

- **Mejora de las estructuras productivas**, que permita continuar el crecimiento de los rendimientos, para lo que son necesarias grandes inversiones. Las productividades medias alcanzadas por el sector se encuentran en niveles próximos a los 5,5 kg/m², con producciones individuales que pueden superar fácilmente los 15 kg/m². Por tanto, existe un grupo de agricultores que cuentan con elevados niveles de tecnificación en las explotaciones y la adecuada capacitación profesional, que pueden y deben ser un modelo hacia el que tienda el conjunto del sector en su camino hacia la mejora continua. Para ello es necesario invertir en las estructuras de los invernaderos, investigar y adaptar nuevas tecnologías e insistir en la formación de los agricultores. Las exigencias sanitarias y medioambientales requieren que este proceso de renovación de estructuras sea rápido.
- **Concentración de la oferta:** de forma que las nuevas unidades puedan negociar directamente con la gran distribución alimentaria y ofrecerles todos los productos y servicios que demandan. De hecho, están surgiendo grandes operadores integrales capaces de resolver los problemas de la distribución, bien por concentración de mayoristas o por la creación de filiales especializadas de las grandes cadenas minoristas. Los operadores del litoral andaluz tendrán que decidir qué papel desean jugar: ser meros suministradores de las grandes empresas de comercio internacional o ser una parte de ellas. En este caso será necesario un proceso de concentración empresarial.
- **Ordenación del territorio y mejora medioambiental.** El territorio donde se

desarrolla la producción hortícola intensiva debe ser visto no sólo como un soporte físico donde se lleva a cabo una actividad económica, sino como un lugar donde viven un grupo de personas. Este entorno ha jugado hasta ahora un papel secundario, y el grado de intervención por parte de los distintos agentes implicados se ha limitado a la realización de las mínimas transformaciones para dotar a las explotaciones de los medios de producción necesarios. Dado el nivel de tecnificación alcanzado por las empresas agrarias y la creciente concienciación de los ciudadanos, hacia los aspectos medioambientales, se hace necesario llevar a cabo una serie de mejoras que se resumen en un Plan de Ordenación Territorial que contemple la dotación de infraestructuras y establezca normas en las transformaciones de suelo agrario y un Plan de Higiene Rural que prevea la eliminación de los residuos agrarios.

LA PRODUCCIÓN DE FRESA, UN SISTEMA LOCAL ALTAMENTE EFICIENTE



El sistema local de producción de fresa del litoral onubense se ha consolidado en los últimos 30 años sobre la base de un incremento de la superficie y de la producción, habiéndose convertido en el principal productor europeo. En este periodo ha adaptado sucesivamente las variedades a la demanda del mercado y las mejoras del cultivo; también en ese proceso se han generado algunos problemas medioambientales. En la actualidad, la estrategia de la gran distribución ha alterado los canales comerciales tradicionales.

La producción

Hace 25 años, la producción de fresa se repartía por toda España, destacando Andalucía, Cataluña y la Comunidad Valenciana. Sin embargo, en la actualidad el 93% de la misma se concentra en Andalucía. Este proceso de concentración se inició antes de la entrada en la CEE, pero se consolidó tras el establecimiento del Mercado Único y la desaparición de las limitaciones a las frutas y hortalizas españolas en los países miembros.

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE FRESA EN ANDALUCÍA

Año	Producción de Andalucía (t)	Participación de la producción española
1975	8.763	32,35%
1985	74.650	45,9%
1996	203.122	88%
2000	319.853	93%

Huelva concentra el 95,3% de la superficie de fresa de Andalucía y el 95,9% de la producción. Destaca el crecimiento de la producción de Cádiz en los últimos años, a cargo de antiguos jornaleros de la Sierra de Cádiz que aprendieron las técnicas de cultivo en Huelva. El cultivo de la fresa se encuentra localizado fundamentalmente en el Entorno Doñana (5.252 ha), Costa Occidental (3.192 ha), Andévalo Occidental (153 ha) y Condado de Huelva (148 ha).

La estructura varietal dominante ha cambiado mucho desde el inicio de la expansión del cultivo. La evolución ha sido la siguiente: “Tioga” introducida en 1964, “Douglas” en 1982, “Chandler” en 1985, “Oso Grande” en 1990 y “Camarosa” en 1995; todas ellas son de origen Californiano. En las campañas 1993/94 y 1994/95 se

impuso la variedad “Oso Grande”, debido a su mayor productividad y facilidad de recolección. Sin embargo, a partir de 1985 a “Oso Grande” se le achacó un excesivo tamaño, falta de color interior y un escaso sabor y aroma. Ese año la Universidad de California lanzó en España la variedad “Camarosa”. Las variedades investigadas en España están mucho menos desarrolladas: en 1985 la empresa española PLANASA lanzó su gama, en la que destaca la variedad “Cartuno”, y en 1996 aparecieron dos nuevas variedades “Andana” y “Carisma”, fruto del proyecto de investigación nacional del IVIA en colaboración con el CIFA de Málaga-Churriana, financiado por el Instituto Nacional de Investigaciones Agrarias (INIA). A pesar de estos resultados, actualmente, la variedad “Camarosa” ocupa el 98% de la superficie dedicada a la fresa en Huelva.

A pesar de que la incidencia de hongos de suelo y de nematodos en la zona no es elevada, los agricultores freseros han realizado inyecciones periódicas de bromuro de metilo-cloropicrina a dosis próximas a 40 gramos por metro cuadrado de terreno tratado. El cultivo de la fresa consumió más de 1.220 toneladas en 1995. En el marco de las medidas para evitar el deterioro de la capa de ozono, la Comunidad Europea adoptó una propuesta de Reglamento en la que se prohibía el uso y producción del bromuro de metilo en el año 2001; más tarde se retrasó al 31 de diciembre de 2004 (Reglamento CE n.º 2.037/00 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 29 de junio de 2000). Desde 1997, el proyecto de investigación INIA SC 97-130, financiado por el MAPA y, en la actualidad, por el Ministerio de Ciencia y Tecnología, estudia posibles alternativas a corto plazo al bromuro de metilo, aunque por el momento no aparecen resultados concluyentes.

En la zona fresera de Huelva un porcentaje elevado de la superficie de cultivo es regada con aguas subterráneas. Las necesidades de agua, en general, se consideran cubiertas aunque en el Entorno Doñana no se cubran en su totalidad, debido fundamentalmente a las restricciones inherentes al ordenamiento del Parque Nacional de Doñana.

Aproximadamente, el 70% de los titulares de las explotaciones son agricultores individuales que poseen el 40% de la superficie, mientras

que el 15% de los titulares son sociedades limitadas y anónimas, que poseen aproximadamente el 34% de la superficie. Las cooperativas y SAT reúnen cerca del 19% de la superficie y el resto se la reparte entre diversos tipos de sociedades civiles. La superficie media de las explotaciones pertenecientes a sociedades mercantiles, cooperativas, con más 10 hectáreas, es muy superior a la de las pertenecientes a agricultores individuales, que sólo alcanza las 2,68 hectáreas.

DISTRIBUCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LAS EXPLOTACIONES FRESERAS ATENDIENDO A LA PERSONALIDAD JURÍDICA DE LOS TITULARES

Personalidad	Explotaciones		Superficie		Sup. media ha	Coef. variación
	N.º	%	ha	%		
Agricultor individual	836	69,7	2.237,23	39,4	2,68	65,70%
Comunidad de bienes (CB)	87	7,2	446,07	7,9	5,13	60,25%
Sociedad civil (SC)	4	0,3	17,50	0,3	4,37	72,30%
SCA/SAT	86	7,2	1.063,32	18,7	12,36	114,60%
Sociedad limitada (SL)	178	14,8	1.673,93	29,5	9,40	85,70%
Sociedad anónima (SA)	9	0,7	234,60	4,1	26,07	115,30%
TOTAL	1.200	100,0	5.672,65	100,0	4,73	144,00%

Fuente: Estudio del sector de la fresa en la provincia de Huelva 1995/96. Consejería de Agricultura y Pesca.

El sector de la fresa en Huelva tiene un volumen de negocio de 360,61 millones de euros anuales, siendo uno de los sectores económicos más importantes de la provincia.

El sector emplea a más de 80.000 jornaleros (4,5 millones de jornales). En la campaña 2001/02, unos sesenta mil trabajadores se desplazaron a Huelva, el 70% de Sevilla y Cádiz y la Sierra de Huelva y unos diez mil procedentes de los países del Este, el Magreb y Sudamérica. En los meses finales de la campaña se suele registrar un problema de alojamiento debido al sola-

pamiento con el inicio de la temporada turística. La mano de obra familiar tiene escasa importancia en el cultivo de la fresa en Huelva, variando el porcentaje según la zona entre un 4 y un 12%. Es importante señalar que los empresarios prefieren a las mujeres para determinadas tareas en las que hay que tratar la fruta con mucho cuidado. Los jornaleros de la zona suelen ser contratados para los trabajos más estables y, una parte, compatibiliza el trabajo en la fresa con la campaña de naranja y el trabajo en la hostelería en el verano. Está aumentando muy deprisa la participación de los trabajadores extranjeros con

respecto al total. En los últimos años, las organizaciones profesionales agrarias han puesto en marcha diversas iniciativas encaminadas a la contratación de trabajadores en origen con objeto de asegurarse la mano de obra, lo que ha ocasionado varios conflictos con los trabajadores eventuales que cada año iban a la zona.

Uno de los principales problemas medioambiental es el causado por los residuos de plástico: en la campaña 2000/01 se produjeron cerca de 14.000 toneladas de plásticos agrícolas, de los que se recuperaron 10.000 toneladas en los centros empacadores de Lepe y Moguer. Ante este problema, en febrero de 2000 se constituyó en España CICLOPLAST AGRICULTURA (CICLOAGRO), primer grupo de Europa en gestión de residuos plásticos de la agricultura. Su objetivo es recuperar el valor como material y el valor energético de los plásticos. En la actualidad, el sector es muy sensible a estos problemas: hace dos campañas Freshuelva, la organización que agrupa a la mayor parte de los productores, promovió la realización de un estudio de impacto medioambiental y editó una guía de buenas prácticas medioambientales.

Desde la campaña 1994/95, en que se inició, con carácter provisional, la Producción Integrada de fresas, hasta la campaña 2000/01, la superficie, el número de operadores comerciales, de agricultores y de fincas se ha multiplicado enormemente. En el año 2001, cerca de 450 agricultores seguían los métodos de producción integrada y 45 empresas comerciales trabajaban esta gama.



La comercialización de la fresa

A mediados de los 70 se empezaron a formar “grupos” de agricultores que, de manera infor-

mal pero asidua, realizaban conjuntamente ciertas tareas, generándose el núcleo inicial de las sociedades cooperativas, figura sin tradición en la zona. La primera cooperativa “Costa de Huelva” se fundó en 1975. En la actualidad las cooperativas freseras facturan más de 100 millones de euros, casi el 5% de la facturación total de las cooperativas andaluzas. Según Freshuelva, actualmente el 55,3% de la producción de fresa de Huelva se comercializa a través de cooperativas, el 19,15% a través de SAT y el 25,52% a través de otros operadores. Los productores y comercializadores de fresa de Huelva están asociados a través de Freshuelva, que representa en torno al 96% tanto del volumen de producción como del número de productores. Actualmente está constituida por 85 empresas de las que 28 son cooperativas, 11 SAT, 6 SA y 40 SL. Freshuelva también aglutina a Asophresas, que reúne a la mayoría de las organizaciones de productores de fresas.

En el año 2001 había en Andalucía 25 Organizaciones de Productores (OP) que comercializaban fresa de Huelva, de las cuales 22 se encontraban en Huelva, una en Cádiz, otra en Almería y otra en Málaga. La superficie de fresa en Organización de Productores superaba el 58% en el año 2001 y comercializaban el 66% de la producción. Una sola OP, que cuenta con más de 1.100 ha, reúne más del 25% del total de la superficie y de la producción comercializada por el conjunto de las OP (más de 50.000 toneladas con un valor superior a los 35 millones de euros), mientras diez de ellas presentan volúmenes de comercialización inferiores a las 5.000 toneladas.

La comercialización de la fresa de Huelva se ha realizado tradicionalmente en buena medida por el sistema de ventas a consignación, a través de algunos mercados de entrada en los paí-

ses europeos. Sin embargo, la nueva estrategia de la gran distribución, que tiende a comprar lo más cerca posible del origen, directamente o a través de comercializadores eficaces con los que establece acuerdos de suministro, condiciones en los productos y técnicas de producción, están alterando el funcionamiento tradicional. Esta nueva estrategia es la que está obligando a los operadores en origen a adoptar los criterios EUREP-GAP (protocolo de producción que recoge el conjunto de exigencias de la gran distribución). Aunque no todos los operadores son capaces de incorporarse a estos sistemas.

Cabe señalar la iniciativa de la Caja Rural de Huelva, encaminada a mejorar la comercia-

lización mediante el fomento del uso de Internet en el marco del programa europeo ARTE/PYME, en el que participaron los productores-exportadores de fresas de Huelva. Como resultado, a finales de 2000 se puso en marcha HORTONET, servicio de comercio electrónico que permite tener contacto directo y hacer negocio con cooperativas, productores, mayoristas, cadenas de distribución y todas las personas dedicadas al sector hortofrutícola. En la misma línea cabe citar el convenio firmado entre la Consejería de Economía y Hacienda, la empresa comercializadora de productos andaluces (CdeA) y Freshuelva para analizar la viabilidad de un mercado complementario de subasta de fresa en origen.

PRODUCCIÓN ANDALUZA SEGÚN DESTINOS

Año	Producción (t) (*)	Exportación (t) (**)	Nacional (t)	% Nacional
1996	203.122	146.851	56.271	27,7
1997	249.749	190.006	59.743	23,9
1998	287.508	205.622	81.886	28,5
1999	345.278	212.564	132.714	38,4
2000	319.853	190.478	129.375	40,4
2001	301.819	208.643	93.176	30,9

Fuente: (*) Consejería de Agricultura y Pesca. (**) Instituto de Comercio Exterior.

Freshuelva destina el 26% de su producción al mercado nacional y el 74% a exportación, dentro de la fresa destinada al mercado nacional en torno al 54% se consume en fresco, mientras que el 46% restante se transforma en la industria.

El volumen de las exportaciones onubenses de fresa fresca en el periodo 1997-2001 ha oscilado entre las 180.000 y las 210.000 toneladas. Estas exportaciones representan alrededor del 70% de la cantidad de fresa que se produce en

Huelva. El volumen de las exportaciones de fresa transformada, destinada a uso industrial, de Huelva es muy inferior al de fresa fresca, oscilando entre un 5% y un 8% de la producción de fresa de Huelva en el periodo 1997-2001.

El sistema productor de fresas cuenta con una buena estructura logística de salida de los productos por carretera, con un Centro de Transporte de Mercancía en Cartaya. Sin embargo, este sistema es muy vulnerable a los conflictos franceses, que

bloquean la salida a los países centroeuropeos, y previsiblemente presentará problemas en el futuro ante la saturación de las carreteras europeas.

La mayor parte de la fresa destinada a industria se procesa fuera de la provincia de Huelva, perdiendo por tanto el valor añadido por la transformación del producto. La industria transformadora de fresa permite obtener una gama muy variada de productos, como yogures, batidos, zumos, helados, mermeladas, concentrados, etc. En la actualidad existe un proyecto para acometer la instalación de una transformadora de fresas y cítricos, en el municipio de Lepe, en el que participan empresarios hortofrutícolas de la provincia, entre ellos algunas de las mayores cooperativas, así como dos entidades bancarias: Caja Rural del Sur y El Monte.

Conclusiones

El sistema productor de fresa de Huelva ha alcanzado altos niveles de eficacia que han colocado la zona en la primera posición de la producción europea. Sin embargo, quedan algunos problemas importantes por resolver:

- La generación de variedades propias más adaptadas al mercado que rompan la dependencia de variedades californianas.
- La organización del mercado de trabajo.
- La sustitución del bromuro de metilo.
- La solución a los problemas medioambientales, en especial los residuos de plástico.
- La organización de vías alternativas de transporte a los países destinatarios europeos.

- La mejora de la industrialización del distrito.
- La mejora de la comercialización.

LA GANADERÍA EXTENSIVA, LOS PRODUCTOS GANADEROS DE CALIDAD DIFERENCIAL Y LA VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL DE LA DEHESA

La dehesa, resultante de la explotación del bosque mediterráneo mediante la adecuada combinación de agricultura, ganadería y silvicultura, mantiene una forma de explotación extensiva y sostenible de ganado porcino, vacuno, ovino, caprino y equino que permite el uso más racional posible de buena parte del suroeste de la Península Ibérica, en consonancia con los objetivos de la sociedad actual y del nuevo modelo agrícola europeo.

El modelo ideal de dehesa es el que tiene una densidad de árboles adultos de 40 a 50 pies por hectárea, con posibilidades de renovación por la existencia de ejemplares jóvenes intercalados. Normalmente la dehesa arbolada está acompañada de áreas más o menos extensas de pastizal, en la mayoría de los casos, como resultado de una evolución de la dehesa tras la desaparición del arbolado.

En el área adehesada española, localizada básicamente en la mitad occidental de la península, sobre todo en el suroeste (Zamora, Salamanca, Ávila, Toledo, Ciudad Real, Cáceres, Badajoz, Córdoba, Sevilla, Huelva, Jaén y Cádiz), las superficies arboladas y de pastizal suman un total de 7.363.000 hectáreas, de las cuales más de 2.220.000 se encuentran en Andalucía. Esta

superficie pastable supone el 43,6% de la superficie agraria útil de las 5 provincias andaluzas con más superficie adhesada.

Además del aprovechamiento agroganadero, las dehesas han ofrecido tradicionalmente una importante producción de corcho, leña, carbón vegetal y picón, caza mayor y menor, lo que en el nuevo marco social europeo les hace reforzar su valor por ser:

- Un modelo de evolución cultural socioeconómica.
- Una demostración de biodiversidad de los ecosistemas agrosilvopastorales mediterráneos.

- El hábitat de especies en peligro de extinción (águila imperial, buitre negro y lince ibérico).
- Un modelo de integración de la explotación forestal, agrícola y ganadera.
- Un ejemplo de valor paisajístico.
- El eje de la economía de algunas áreas rurales desfavorecidas.

En este sentido, el sistema de explotación de la dehesa está en franca consonancia con los valores medioambientales, que sustentan las directrices de la PAC (2000 a 2006), para el actual modelo agrario europeo, en torno a los siguientes objetivos: multifuncionalidad de la

LA GANADERÍA EXTENSIVA EN ANDALUCÍA

VACUNO > 2 años	CENSO TOTAL EN ANDALUCÍA	311.421
	% DEL CENSO NACIONAL	9,02%
	CENSO EN EXTENSIVO EN ANDALUCÍA	215.262
	% EN EXTENSIVO EN ANDALUCÍA	71,34%
	PROVINCIAS CON MAYOR % DE EXTENSIVO	Cádiz 33,82% y Sevilla 26,66%
OVINO Reproductoras	CENSO TOTAL EN ANDALUCÍA	2.112.145
	% DEL CENSO NACIONAL	10,97%
	CENSO EN EXTENSIVO EN ANDALUCÍA	2.046.035
	% EN EXTENSIVO EN ANDALUCÍA	96,87%
	PROVINCIAS CON MAYOR % DE EXTENSIVO	Sevilla 24,85% y Córdoba 17,52%
CAPRINO Reproductoras	CENSO TOTAL EN ANDALUCÍA	1.063.953
	% DEL CENSO NACIONAL	41,63%
	CENSO EN EXTENSIVO EN ANDALUCÍA	531.900
	% EN EXTENSIVO EN ANDALUCÍA	50%
	PROVINCIAS CON MAYOR % DE EXTENSIVO	Sevilla 32,75% y Málaga 18,28%
PORCINO Reproductoras	CENSO TOTAL EN ANDALUCÍA	224.946
	% DEL CENSO NACIONAL	8,67%
	CENSO EN EXTENSIVO EN ANDALUCÍA	61.788
	% EN EXTENSIVO EN ANDALUCÍA	27,47%
	PROVINCIAS CON MAYOR % DE EXTENSIVO	Huelva 42,86% y Córdoba 29,13%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Anuario Estadístico de Andalucía 2001.

agricultura, desarrollo rural, protección del medio ambiente, bienestar animal, seguridad alimentaria e información al consumidor.

En Andalucía la ganadería extensiva sigue teniendo mucha relevancia dentro de las producciones ganaderas totales, pues supone el sistema de explotación del 71% del vacuno mayor de 2 años, del 97% de las ovejas, del 50% de las cabras, del 27% de las cerdas y del 27% de los cerdos de cebo con más de 50 kg.

En Andalucía hay unas 325.000 hectáreas de dehesas de encinas y alcornoques, básicamente dedicadas a ganadería extensiva, que constituyen el medio ideal para su conservación.

Excluyendo los ecosistemas costeros, con 59.460 hectáreas, hay una veintena de Parques

Naturales (con una superficie protegida de 1.318.909 hectáreas) en los que, en mayor o menor medida, hay actividad ganadera. En ellos la ganadería debe garantizar la sostenibilidad y contribuir a la conservación del entorno natural. En este sentido, la ganadería extensiva alcanza su máximo exponente y reconocimiento oficial bajo el amparo de la certificación como Ganadería Ecológica (Reglamento CEE Nº 1804/99).

SUPERFICIE DE ENCINAR Y ALCORNOCAL EN ANDALUCÍA (ha)

Bosques		Dehesas	Bosques + dehesas
Encinares	Alcornocales		
148.737	97.018	323.032	568.787

Fuente: Consejería de Medio Ambiente. Informe 2001.

LA GANADERÍA EN LOS PARQUES NATURALES ANDALUCES (NO COSTEROS)

	Ovino	Vacuno	Caprino	Porcino
Reproductoras	296.418	95.728	131.310	21.023
% del censo extensivo	14,49%	44,47%	24,68%	34,02%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en un proyecto realizado conjuntamente por los Departamentos de Producción Animal y Genética de la Universidad de Córdoba y la Consejería de Medio Ambiente.

Las prácticas tradicionales de agricultura y ganadería se integran en el ecosistema y moldean gran parte del paisaje actual, siguiendo un modelo de sostenibilidad que ha permitido que estos ecosistemas perduren, sin la necesidad de las figuras de protección. Entre estas fórmulas tradicionales se encuentra la dehesa. En el conjunto de los Parques Naturales andaluces hay

más de 187.000 hectáreas de dehesa, lo que supone más de la sexta parte de la superficie protegida. La superficie de dehesas arboladas es de 323.032 hectáreas, de las cuales 187.755 hectáreas se encuentran en los Parques Naturales; esto supone que más del 58% de las dehesas arboladas se encuentran protegidas bajo la figura de Parque Natural.

LA DEHESA EN LOS PARQUES NATURALES ANDALUCES (ha)

Dehesa con matorral	Dehesa con pastizal	Dehesa mejorada	Total de dehesas	% de dehesas	Superficie total del P.N.	Parque Natural
11.182	20.513	50	31.745	18,7%	170.025	Los Alcornocales
22.504	5.559	383	28.446	46,8%	60.800	S. de Andújar
733	–	–	733	1,4%	52.337	S. de Baza
1.332	11.398	217	12.947	31,4%	41.212	Cardeña-Montoro
370	5	682	1.057	0,5%	214.300	S. Cazorla-S. Segura
1.617	38	–	1.655	27,6%	6.000	Despeñaperros
4.985	1.333	50	6.368	12,3%	51.695	S. de Grazalema
12.812	17.906	465	31.183	46,4%	67.202	S. de Hornachuelos
953	89	–	1.042	8,4%	12.428	S. de Huétor
635	773	–	1.408	7,1%	19.900	S. Mágina
3.631	30	72	3.733	4,4%	85.776	S. Nevada
401	–	–	401	2,4%	16.564	S. de Las Nieves
4.558	1.027	–	5.585	17,7%	31.568	S. Subbéticas
21.799	13.615	387	35.801	21,7%	164.840	S. Norte de Sevilla
2.809	20.864	1.352	25.025	13,6%	184.000	Aracena P. Aroche
–	–	19	19	0,04%	53.709	Entorno Doñana
90.321	93.150	3.677	187.148	15,2%	1.232.356	Total de P.N. con dehesa

Fuente: Elaboración propia con datos del Departamento de Producción Animal de la Universidad de Córdoba.

Problemática y factores explicativos

Dependiendo de las características del terreno, se ha desarrollado una cultura ganadera conservacionista, basada en la rotación o alternancia de pastos y cultivos y en un equilibrio del sistema de explotación, que ha permitido la sostenibilidad del mismo. Aunque originariamente fue así en una buena parte del territorio, la intensificación de la agricultura fue desplazando a la arboleda y transformando las dehesas con mejores suelos en campiñas, quedando relegadas las dehesas a las serranías y a las zonas de suelos menos productivos.

El nacimiento de un sistema agrario basado en las ayudas a ciertos cultivos alcanzó a la

dehesa y afectó a las rotaciones y alternancias de cultivos y pastos, provocando que actualmente una parte del territorio adhesionado con suelos pobres, que sólo sirven para el pastoreo, se haya dedicado al cultivo, con cosechas de bajo rendimiento, cuya rentabilidad está asociada a las subvenciones a los cultivos.

Estas ayudas o subvenciones pueden llevar al agricultor y al ganadero a orientar sus producciones hacia modelos que, no sólo no garantizan la sostenibilidad del sistema, sino que lo degradan paulatinamente, en bastantes casos de forma irreversible. Las ayudas han condicionado los cultivos y las cargas ganaderas, disociando el binomio ganadería-agricultura, con peligro de alterar el equilibrio del ecosistema agropecuario

de la dehesa. Además, las ayudas a la extensificación, de acuerdo a cargas ganaderas europeas, han hecho que los ganaderos apliquen sus criterios tradicionales de gestión sostenible condicionados por la percepción de las ayudas directas. Por otra parte, la estacionalidad de la producción herbácea de la dehesa, que históricamente dio lugar al modelo de aprovechamiento trashumante que vertebró la Península Ibérica, en el que las dehesas eran usadas como “invernaderos” o pastos de invierno, permite mayores cargas ganaderas de las “oficialmente favorecidas” en ciertas fincas, épocas y años. Pero la adecuación de las cargas a las ayudas ha acabado con estos sistemas tradicionales y, por el contrario, permite el mantenimiento de cargas ganaderas inadecuadas en épocas de escasez con el consiguiente daño a la vegetación. En el sector ovino-caprino las consecuencias de la política agraria comunitaria se han visto agravadas, además, por el abandono de la práctica del desvieje al objeto de tener el mayor número de reproductoras.

Dentro de este marco surge el problema del llamado “síndrome de la seca”, que produce una paulatina desaparición del arbolado y en el que, entre otros factores, influyen la intensificación de las cargas ganaderas, con los consiguientes incrementos de los niveles de nitrógeno y pérdida de regeneración de la vegetación, así como la intensificación de la agricultura con el empleo de maquinaria pesada y la práctica de labores culturales profundas que dañan las raíces y anulan la regeneración natural del arbolado.

Además, a veces se comercializan como extensivos y/o sostenibles producciones ganaderas en condiciones intensivas al aire libre, en ocasiones calificadas eufemísticamente como semiextensivas, ejerciendo una competencia

desleal sobre aquellos, que, asumiendo un esfuerzo técnico, y económico en algunos casos con pérdida de productividad, trabajan con sistemas de producción auténticamente sostenibles por la renovación de los recursos naturales en los que basan la alimentación del ganado.

Programa y actuaciones con incidencia



Los Reglamentos (CEE) N.º 2092/91, sobre la producción agrícola ecológica, y N.º 1804/99, sobre producciones animales ecológicas, en sus principios generales, definen las condiciones de la agricultura y la ganadería sostenibles, que deben ir vinculadas y mantener sus relaciones complementarias para contribuir al equilibrio de los sistemas agrícolas. La Directiva Hábitats (Directiva 92/43/CE, relativa a la Conservación de los Hábitats Naturales y de la Fauna y Flora Silvestres), que tienen por objetivo prioritario garantizar la diversidad natural existente en Europa con el mantenimiento o restablecimiento de los hábitats naturales, incluyendo las especies que en ellos viven, y conseguir así la recuperación de la calidad ambiental europea para el bien de los ciudadanos, no se propone la conservación de la naturaleza mediante prohibiciones en zonas protegidas, sino que busca la integración de la conservación del medio natural con el desarrollo, de forma que ambos se beneficien mutuamente. Esta directiva establece tres categorías diferentes de espacios susceptibles de protección e incluye a la dehesa como uno de los tipos de hábitat, dentro de la categoría de hábitats naturales de interés comunitario (Anejo I de la Directiva), bajo la denominación de bosques esclerófilos de pastoreo de *Quercus suber* y/o *Quercus ilex*.

Además, la reciente consideración por parte de la UNESCO de las Dehesas de Sierra Morena, con 416.042 ha, (Parques Naturales de las Sierras de Aracena y Picos de Aroche, Norte de Sevilla y Hor-

nachuelos) como Reserva de la Biosfera supone el reconocimiento a este sistema de aprovechamiento. Esta Reserva reúne el 27,6% de la superficie de las dehesas de quercíneas de Andalucía.

RESERVA DE LA BIOSFERA DEHESAS DE SIERRA MORENA (ha)

Dehesa con matorral	Dehesa con pastizal	Dehesa mejorada	Total de dehesas	% de dehesas	Superficie total del P.N.	Parque Natural
12.812	17.906	465	31.183	46,40%	67.202	S. de Hornachuelos
21.799	13.615	387	35.801	21,70%	164.840	S. Norte de Sevilla
2.809	20.864	1.352	25.025	13,60%	184.000	Aracena P. Aroche
34.611	52.385	2.204	89.200	21,44%	416.042	Total de reserva de la biosfera

Fuente: Elaboración propia con datos del Departamento de Producción Animal de la Universidad de Córdoba.

En este contexto medioambiental y conservacionista, hay que tener en cuenta que la dehesa no tiene sentido sin la ganadería, pues ha sido hecha para el ganado, y constituye un patrimonio cultural, que la sociedad está obligada a conservar, en el que existen razas autóctonas perfectamente adaptadas al medio, resultado de una cultura ganadera milenaria: las berrendas, la cárdena andaluza, la pajuna y la retinta en vacuno; la blanca serrana en caprino; la merina, la ojalada y la segureña en ovino. Destaca entre todas ellas el cerdo ibérico en sus diferentes estirpes, ligado inexorablemente a la dehesa para la obtención de productos de la máxima calidad y del más alto valor económico.

Es en las producciones de calidad diferenciada en las que hay que buscar la rentabilidad de las producciones animales de la dehesa. Esta diferenciación puede ampararse en denominaciones de origen, certificación de producto

ecológico o marcas de garantía o colectivas específicas para productos diferenciables organolépticamente. En cualquier caso, las tendencias del mercado indican que la diferenciación necesita ser avalada por la inspección y la certificación (UNE 45011), evitando, por una parte, la competencia desleal al productor, que asume el esfuerzo técnico y económico de producir de modo sostenible, y, por otra parte, el fraude al consumidor que busca productos diferentes, más allá de etiquetas y reclamos publicitarios que evocan lo natural y lo tradicional sin fundamentos ni autenticidad.

Resumen, conclusiones y recomendaciones

Las cifras de la ganadería extensiva en Andalucía demuestran la importancia de la dehesa como modelo de producción sostenible.



En el contexto de las nuevas exigencias de la sociedad, la dehesa es un ejemplo claro de sistema de explotación sostenible de los recursos naturales, propio del suroeste ibérico, orientado a la obtención de alimentos de calidad diferencial, lo que le confiere una garantía de apoyo futuro dentro de una Política Agraria Comunitaria que tiene por directrices la reducción de los precios de garantía y el condicionamiento de las ayudas directas a los productores a la consecución del nuevo modelo agrario europeo.

Sin embargo, el sistema de la dehesa, en el marco de las ayudas de la PAC, se ve amenazado por el “síndrome de la seca”, que requiere un estudio en profundidad multidisciplinar, ya que puede suponer el fin del arbolado básico.

Por otro lado, sería necesario contar con una definición oficial de explotaciones ganaderas extensivas o sostenibles, que clarificase el mercado y protegiera de la competencia desleal a aquellos que, asumiendo un esfuerzo técnico y económico, trabajan con sistemas de producción auténticamente sostenibles haciendo y manteniendo el legado natural y cultural de la dehesa.



DESARROLLO DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA EN ANDALUCÍA

El sector de la agricultura ecológica en Andalucía ha experimentado en los últimos años un crecimiento muy importante. Este aumento se ha producido y mantenido tanto en el ámbito de la agricultura y de la ganadería como en el de las industrias agroalimentarias. Paralelamente, el Comité Andaluz de Agricultura Ecológica (CERTICAAE) se ha convertido en uno de las más importantes entidades de certificación de este sector en toda Europa.

El Comité Andaluz de Agricultura Ecológica (CERTICAAE) tiene registradas y sometidas a control 4.377 explotaciones, de las cuales 394 son de producción animal y el resto de producción vegetal, junto a 241 y 3 importadores de países terceros.

Hasta llegar a la situación actual han transcurrido más de dos décadas desde los primeros movimientos de agricultura ecológica en Andalucía. Los primeros agricultores ecológicos se aglutinaron en torno a movimientos asociativos como Umbela y Bioandalus. Mientras, el Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica, creado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en el año 1989, asumió las funciones del control y certificación de la producción ecológica en toda España, fue el responsable del Cuaderno de Normas Técnicas y, durante años, un referente de la regulación de este sector. Dos años más tarde, en 1991, se creó el Comité Territorial Andaluz de Agricultura Ecológica, que más tarde cambió su nombre por el actual de Comité Andaluz de Agricultura Ecológica. Este organismo fue pionero en la descentralización del control de la agricultura ecológica. La mayoría de los Comités o Consejos autonómicos se crearon a imagen y semejanza de los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen.

Desde el año 1991 hasta el año 2003 se ha registrado un crecimiento espectacular en la superficie de la agricultura ecológica. El establecimiento de las Ayudas para el Fomento de la Agricultura Ecológica del Reglamento CEE 2078/92 supuso un punto de inflexión. Este régimen de ayudas se ha convertido en un impulso sobre todo para el olivar, ganadería, frutos secos y cereal; el mayor auge se ha producido en zonas con escaso potencial productivo o poco intensificadas. Sin embargo, las ayudas no pueden considerarse como la única causa, ni la más

importante, entre las que han provocado este crecimiento, como pone de manifiesto el desarrollo de otros cultivos poco favorecidos por ellas, el alto crecimiento registrado en el año 2001 (en el que no hubo subvenciones para las nuevas incorporaciones), el crecimiento en zonas altamente productivas o el alto porcentaje de agricultores que no demanda estos subsidios. Es decir, hay otras motivaciones que impulsan a los agricultores y ganaderos a iniciar la conversión hacia la agricultura ecológica.

En el año 2001 en Andalucía se autorizó a organismos privados para el control y certificación, en la misma línea que había hecho Castilla-La Mancha. Esta decisión rompió el “*statu quo*” mantenido hasta entonces en todas las Comunidades Autónomas, que había confiado las funciones de control y certificación en autoridades públicas. En Andalucía, hasta mayo de 2003, convivieron la certificación pública y la privada, hasta que se autorizó la transformación del Comité Andaluz de Agricultura Ecológica en asociación privada sin ánimo de lucro. En la actualidad están autorizados en Andalucía cuatro organismos privados de control, entre ellos el CERTICAAE, que mantiene más del 90% de los operadores.

Problemas a los que se ha enfrentado la agricultura ecológica

El desarrollo de la agricultura ecológica se ha producido a pesar de los importantes problemas con los que se han encontrado casi todos los subsectores productivos implicados.

Las ayudas para el fomento de la agricultura ecológica, además de haber provocado un incremento muy importante tanto en el número de

operadores, como en la superficie, han generado algunas distorsiones con carácter puntual en el proceso. Entre ellas destaca el crecimiento poco equilibrado y desigual y la deficiente orientación productiva.

Una buena parte de los problemas a los que se enfrenta la agricultura ecológica están relacionados con los insumos y materias primas que se emplean específicamente en la producción ecológica (semillas, plántulas, fertilizantes, fitosanitarios, zoonosanitarios, materias primas para la alimentación animal, ingredientes y auxiliares tecnológicos). Entre los más importantes destacan los siguientes:

- a) Su escasez en el mercado.
- b) La confusión y falta de información sobre las características que deben reunir para su utilización en esta agricultura.
- c) La imposibilidad de la utilización de algunos fitosanitarios y zoonosanitarios, al no estar regulados por la legislación española.

La agricultura ecológica exige unas condiciones específicas de trabajo que afectan a todas las fases de cada una de las cadenas de producción, de manera que la inexistencia de las prácticas ecológicas en una fase, condiciona la existencia de las otras. Esta situación se encuentra en los siguientes binomios: la ganadería y los cereales, la horticultura y la producción de plántulas, la producción de cereales y la de semillas, el cultivo del olivar y las almazaras, etc. En todos estos casos la inexistencia de empresas dedicadas a la agricultura ecológica en una de las fases bloquea el desarrollo en las otras. Es, por lo tanto, imprescindible la existencia de un desarrollo equilibrado que permita poner en el mercado alimentos ecológicos.

La alta dependencia de las producciones ecológicas con respecto al mercado exterior (aunque no hay datos totalmente contrastados, más del 90% de la producción se exporta a otros países) provoca cierta inestabilidad en las ventas, ya que, cada vez más, los grandes distribuidores de Europa buscan proveedores en países terceros (Argentina, Turquía, países del Este, Norte de África, etc.), que pueden ser una competencia muy fuerte de las producciones andaluzas.

La agricultura ecológica puede ver limitada su expansión debido a los problemas generados por la contaminación ambiental derivada de la actividad económica y de los hábitats humanos, responsable de residuos procedentes de puntos alejados de la explotación, y la residual, debida a aplicaciones de insumos químicos realizadas en años anteriores. Esta situación puede imposibilitar la práctica de la agricultura ecológica en algunas zonas. Además, hay problemas puntuales como los tratamientos aéreos, los arrastres de residuos por las aguas de riego, etc.

El desarrollo de la agricultura ecológica precisa mayores conocimientos técnicos para hacer frente a los múltiples problemas que surgen, así como el desarrollo de nuevos sistemas de producción y estudios sobre las oportunidades de comercialización. Los estudios de la comunidad académica sobre este tipo de agricultura son aún escasos. Otro problema importante es la escasez de técnicos adecuadamente formados.



Programas y actuaciones

La creación y las actividades del Comité Andaluz de Agricultura Ecológica desde el año 1991 han sido el principal factor de crecimiento y sostenimiento de este sector. La credibilidad y

prestigio de su sistema de certificación ha logrado su consolidación como líder de la certificación de agricultura ecológica en Andalucía y en España y una gran proyección y reconocimiento en todo el mundo.

Andalucía tiene un 15% de su superficie declarada Parque Natural. La Consejería de Medio Ambiente ha apostado firmemente por el desarrollo de la agricultura ecológica, dentro de estos espacios protegidos, para actividades como la recolección silvestre, ganadería, apicultura y otras. En la actualidad el CERTICAAE tiene 1.570 agricultores y ganaderos y 70 industrias dentro de los Parques Naturales. Asociar la agricultura ecológica a la conservación del medio natural es un valor añadido muy importante para estas empresas.

La continuación del programa de ayudas, iniciado en España en el año 1996 a través del Reglamento CEE 2078/92, con el actual programa de ayudas derivado del Reglamento CEE 1257/1999 y sus transposiciones nacionales, mediante los Reales Decretos 4/2001 y 708/2002, asegura durante los próximos cinco años una oportunidad para que los agricultores y ganaderos produzcan según los métodos de la agricultura ecológica.

Los problemas de rentabilidad económica, que tienen algunos sectores productivos o determinadas zonas de escasa capacidad productiva, son muchas veces determinantes para que los productores y las industrias se decidan a iniciar el proceso de conversión hacia la agricultura ecológica. El sobreprecio que se obtiene por la venta de estos productos, unido a las ayudas que otorga la Administración, son un buen incentivo y contribuyen al mantenimiento de la población rural y a la supervivencia económica de muchas explotaciones y empresas. Ejemplos

muy significativos son la producción de aceite en la comarca de los Pedroches o Génave, la producción y transformación de la castaña en las sierras de Aracena y Ronda, la producción y comercialización de cereales en la comarca de los Vélez, entre otras.

La demanda creciente de los mercados en Alemania, Francia y Reino Unido y la aparición de mercados emergentes muy importantes como Japón y Estados Unidos, unidas al sobreprecio que se paga por estos productos, empuja a muchas empresas a decidirse por la creación de una “línea” de productos ecológicos.

Andalucía por sus características climáticas es capaz de producir durante una gran parte de año una amplia variedad de productos que son demandados por los mercados del centro y norte de Europa. Éste es el caso de la producción hortofrutícola que se comercializa en fresco, localizándose sobre todo en las zonas costeras. En la actualidad hay casi 50 empresas dedicadas a la exportación de este tipo de producción.

Resumen, conclusiones y recomendaciones

El sector de la agricultura ecológica en Andalucía, alejado de la concepción idealista de sus inicios en los años setenta y ochenta del siglo pasado, constituye una actividad empresarial dinámica, innovadora, responsable y comprometida con los valores del medioambiente y la calidad.

El crecimiento de este sector no ha tocado techo y sus perspectivas de diversificación son muy grandes, pero necesita cierto apoyo público. Queda por explotar y asentar un consumo nacional mayor, carente por el momento de sufi-

cientes canales comerciales eficaces, aspecto éste en que es necesario la confluencia del apoyo de las Administraciones.

Teniendo en cuenta lo expuesto aquí, es necesario promover distintas actuaciones encaminadas a favorecer y consolidar este sector:

- a) Establecimiento de formación reglada en las escuelas y facultades de agricultura y veterinaria.
- b) Fomento de la investigación en producción ecológica.
- c) Apoyo al consumo interno mediante ferias, campañas divulgativas, etc.
- d) Orientación de las ayudas hacia las actividades productivas que necesitan más apoyo.
- e) Apoyo con incentivos o ayudas a las industrias agroalimentarias para el desarrollo de su actividad en este ámbito.
- f) Adaptación de la normativa referente a los registros de insumos y materias primas.
- g) Elaboración de planes estratégicos que coordinen y den coherencia a todas las actuaciones.

LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ANDALUCÍA: EL PROCESO DE SUPERACIÓN DE UN DÉFICIT HISTÓRICO

En contraste con la aportación andaluza a la producción final agraria española, se sitúa la relativamente baja participación de su producción agroalimentaria en el total nacional. Esta debilidad del sector agroalimentario andaluz está siendo, en parte, superada.

La industria alimentaria ubicada en Andalucía está ligada a sus producciones agrarias y, salvo excepciones, sólo lleva a cabo procesos de primera transformación, lo que provoca en buena medida su bajo participación en la producción final española. Son rasgos característicos de la industria andaluza: la notable concentración sectorial de las grandes empresas, el bajo ritmo de innovación y el alejamiento de los centros de decisión.

Sin embargo, la industria alimentaria andaluza, de primera transformación mantiene, en general, un nivel de desarrollo adecuado.

Los análisis de la industria alimentaria andaluza ofrecen un panorama más negativo de la realidad de la transformación de los productos agrarios en la región, debido en buena medida a que el Instituto Nacional de Estadística (INE) no incluye al sector de manipulación de frutas y hortalizas frescas, en la actualidad altamente sofisticado y capitalizado y en el que Andalucía es líder, dentro de la industria alimentaria, quedando su valor añadido descolgado tanto de la producción agraria como de la industrial a efectos estadísticos. Este hecho es más relevante debido a la gran importancia de la industria auxiliar que exige este subsector y que tiene una presencia considerable en Andalucía. Efectivamente, esto lleva a infravalorar la tasa de transformación del importante sector de frutas y hortalizas regional y a computar como valor añadido en Andalucía únicamente el correspondiente al mucho más débil sector conservero, ignorando que el sistema de producción de frutas y hortalizas extra-temperanas, preparadas para la venta en lineal de la distribución en todas las épocas del año, es una de las mayores valorizaciones posibles.

La industria alimentaria andaluza, como la mayor parte de la española, presenta una estruc-

tura dual en la que un número pequeño de empresas realiza la mayor parte de las ventas y absorbe buena parte del empleo. Estas empresas de mayor dimensión están concentradas geográficamente en pocas áreas. Los sectores a los que pertenecen las mayores empresas alimentarias andaluzas son algunos de los vinculados tradicionalmente a su agricultura: aceite, azúcar, vinos y bebidas alcohólicas, cervezas, etc., y otros como el de las bebidas refrescantes ajenos a ella.

Existe un déficit en la industria vinculada a la ganadería, excepción hecha de la industria láctea, tanto en el subsector productor de piensos como en la industria cárnica. Dentro de este subsector únicamente tiene un buen desarrollo la rentable industria ligada al cerdo ibérico. La debilidad de la industria cárnica y de piensos está relacionada con la casi inexistencia de cebo en la región, para la mayoría de las especies, que ha condicionado también la falta de mataderos y de red comercial.

Cabe resaltar que, en la actualidad, es una empresa andaluza, inicialmente centrada en el sector lácteo, una de las mayores firmas agroalimentarias españolas, tras haber protagonizado uno de los mayores procesos de concentración.

Los efectos de la globalización de capitales ha afectado sobre todo a las empresas de mayor dimensión, generando una doble dinámica: la compra de empresas andaluzas por parte de empresas de rango multinacional –caso de algunas empresas de bebidas alcohólicas–, incluidas cerveceras, y el salto a un ámbito geográfico mayor de las empresas andaluzas, bien por la instalación de fábricas en otras regiones o países, o bien por la ampliación de los mercados.

Entre los hechos más interesantes, en la actualidad, cabe citar la “renacionalización”

reciente de algunas de las firmas líderes de sectores como el aceite de oliva e incluso algunas de bebidas alcohólicas, proceso en el que han jugado un papel destacado capitales andaluzes.

En el proceso de crecimiento y consolidación del capital andaluz han jugado un papel relevante las entidades de ahorro (Cajas Rurales y de Ahorro) andaluzas y en ocasiones el capital público andaluz, aunque algunas de sus actuaciones han resultado problemáticas y se han visto frustradas tras su análisis por el Tribunal de Defensa de la Competencia.

Los efectos de la globalización del nuevo orden económico, que impera en el sistema agroalimentario también, se traduce en Andalucía, al igual que en el resto de España, en el poder creciente de la gran distribución, en cuyo grupo de cabecera no hay firmas de capital andaluz, que están reorganizando los sistemas productivos agroalimentarios.

Otro aspecto importante de la dinámica de la industria agroalimentaria andaluza es el resurgimiento y consolidación de una industria de productos tradicionales y de calidad diferencial vinculados a sectores agropecuarios tradicionales (cerdo ibérico), parques y espacios naturales (derivados de la caza) y elaboraciones artesanas (dulces, algunas cárnicas no ibéricas). En este ámbito existen algunos sistemas locales de producción bien asentados. El buen comportamiento de gran parte de estos productos está vinculado a la consolidación de un segmento del consumo que busca productos de calidad diferencial y está dispuesto a pagarlos. Este segmento industrial ha sido apoyado por los programas de desarrollo rural localizados, por los fondos encauzados a través de ellos y por el apoyo prestado a las diversas indicaciones de calidad.

Aunque la mayoría de las cooperativas centran su actividad en la fase de acopio de materia prima, suministros a los socios y en algunos sectores de primeras transformaciones, hay que señalar su peso creciente en aceites y frutas y hortalizas frescas, sectores en los que están liderando algunos de los procesos más innovadores y protagonizando experiencias de concentración importantes. Además, juegan un papel fundamental en la organización de la producción agraria y en la transferencia de tecnología al sector agrario.

Se destacan, a continuación, algunos aspectos importantes de los subsectores industriales más significativos:

- El subsector de manipulación de frutas y hortalizas frescas, consolidado y eficaz, se enfrenta a la apertura de fronteras que subyace en los acuerdos de la UE con los países mediterráneos de la ribera sur y a la presión de la gran distribución, que aumenta su cuota de participación en las ventas al consumo en todos los mercados.
- En el subsector de conservas y congelados de frutas y hortalizas conviven empresas pequeñas y medianas vinculadas a tradiciones locales (membrillo en Puente Genil), filiales o fábricas de grandes firmas de otras regiones españolas y de otros países de la UE y pequeñas empresas, algunas cooperativas, que producen sobre todo a maquila para firmas marquistas mayores y para las marcas de la distribución.
- En los aceites coinciden la renacionalización de empresas refinadoras y envasadoras y la privatización de la empresa de capital público, que han permitido que las firmas andaluzas mejoren su posición

en el grupo de cabecera del sector industrial español; la mejora de la producción de las almazaras debido a las innovaciones incorporadas; la mayor disciplina de la producción, debida sobre todo a la acción de las cooperativas; la concentración de éstas mediante la constitución de cooperativas de segundo y ulterior grado, que en la actualidad reúnen una parte considerable del aceite, y su penetración en el envasado y exportación de los aceites vírgenes, cuyo consumo está aumentado. Todo esto sitúa al movimiento cooperativo, por primera vez, entre los líderes del sector.

- En la industria cárnica se produce una dualidad entre las empresas vinculadas al porcino ibérico, mayoritariamente de capital andaluz, aunque no sólo agroalimentario, que se muestran muy dinámicas, y el resto de las cárnicas, casi inexistentes, especialmente tras la quiebra de algunas de las mayores.
- La industria láctea se caracteriza porque la capacidad de la industria láctea andaluza es muy superior a su producción: una de las industrias líderes en leche líquida de España tiene su sede e importantes instalaciones en Andalucía; la región cuenta con la presencia de una de las firmas líderes en Europa y con una de las cooperativas lácteas más relevantes de España. Por el contrario, la industria quesera es muy débil a pesar de su censo de ovino y caprino.
- En el subsector de vinos y licores, las empresas vinculadas al marco de Jerez son de las mayores de España, entre ellas destaca la presencia de uno de los líderes

mundiales. En la actualidad, en sus empresas hay una participación muy importante del capital andaluz. Estas empresas han diversificado su producción dentro del propio sector, tanto en España como en otros países, y en ocasiones también han ampliado su actividad a sectores de calidad diferencial reconocida. Esta industria ha sufrido un cierto retroceso en el conjunto del sector vinícola español. La presencia de las cooperativas en él se limita casi exclusivamente a la primera transformación. La recesión del consumo de brandy está perjudicando a las empresas andaluzas, al igual que el comportamiento de sus caldos específicos en el mercado. En las restantes áreas productoras la industria es débil, con alguna excepción. Sin embargo, se está desarrollando un plan de producción de vinos tranquilos con apoyo del Gobierno Autónomo y la participación de algunas de las principales firmas.

- La evolución del subsector de sémolas y harinas está vinculada a la estrategia productiva de los agricultores. Así, la sustitución de los trigos blandos de fuerza por trigo duro ha permitido el desarrollo de la industria semolera, pero ha obligado a la importante industria harinera andaluza, que representa el 25% de la española, a importar su materia prima.
- La Industria cervecera, al igual que en el resto de España, ha sido absorbida por las grandes firmas multinacionales. En este contexto, las empresas andaluzas mantienen su actividad y sus marcas.
- En dulces, bollería y panadería conviven grandes empresas multinacionales, un

amplio abanico de empresas pequeñas y medianas vinculadas a producciones tradicionales, que están funcionando bien, y una red de industrias de bollería y panadería sometida a un duro proceso de concentración y modernización del que están saliendo empresas más dinámicas.

Principales problemas de la industria agroalimentaria andaluza

El desarrollo de la industria alimentaria andaluza, en términos generales, se enfrenta a algunos problemas importantes:

- Falta de una estructura logística adecuada, debido a la localización periférica de Andalucía, a la deficiencia de algunas infraestructuras básicas y al difícil acceso de algunas de las mejores zonas productoras.
- Falta de trabajadores cualificados para las nuevas exigencias, insuficiencia de técnicos con experiencia y conocimientos, escasez de profesionalización en muchas empresas, sobre todo cooperativas, y carencia de una visión empresarial moderna suficiente.
- Inadecuación en el suministro de materias primas en algunos sectores, bien por la falta de formación de los agricultores, la importancia de la agricultura a tiempo parcial y marginal poco profesionalizada, o la gran dependencia de las subvenciones en algunos subsectores.
- Deficiencias en la comercialización en determinados subsectores, que, a pesar de las mejoras registradas, siguen teniendo

do estructuras comercializadoras insuficientes.

- Escasa inversión en I+D y, en términos generales, insuficiente apoyo público para esta actividad.
- Algunos subsectores productivos se enfrentan a problemas medioambientales importantes.
- En ocasiones, las actuaciones públicas son poco respetuosas con la libre competencia.
- En varios subsectores no se acomete la segunda transformación y/o la adecuación para la puesta en mercado final.

ACEITE DE OLIVA: UN PROCESO DE MEJORA QUE HA LLEVADO AL LIDERAZO MUNDIAL

Desde el principio de la década de los noventa, Andalucía ha consolidado su posición de líder mundial en la producción de aceite de oliva, a la vez que ha mejorado las técnicas de cultivo y molienda y la calidad del producto final. Este proceso, coincidente con un incremento del consumo de aceite virgen, ha estado acompañado de mejoras en la comercialización y de la constitución de una potente red de cooperativas de segundo grado que, junto a la concentración de las almazaras y los movimientos de capital entre las principales envasadoras, han cambiado el panorama del sector.

En los años noventa cambió profundamente la cadena de producción del aceite de oliva debi-

do a los siguientes elementos: modificación de la política de apoyos con una ayuda directa a la producción y la eliminación de la intervención, incremento de la superficie de olivar vinculado a los buenos resultados económicos, mejora del cultivo, nuevas denominaciones de origen, valoración de la calidad y aumento y cualificación del consumo. En este escenario las empresas relacionadas con la producción, molienda, refinado y envasado han evolucionado. Su estructura interna ha cambiado significativamente y se han modificado los usos comerciales tradicionales, a lo que se ha unido la nueva estrategia de la gran distribución. Todos estos cambios, que han afectado a toda la producción de aceite española, han estado liderados por el sector andaluz y en él han sido globalmente más acusados.



La producción olivarera

Andalucía cuenta con el 61% de la superficie olivarera española (83% del regadío) y aporta una producción que oscila entre el 70 y el 85% según las campañas. La concentración de la superficie de olivar, el regadío y la producción están aumentando. El número de explotaciones olivareras andaluzas supera el 40% del total, su tamaño medio supera ampliamente el tamaño de la explotación media española y es la región donde es más frecuente la especialización en la producción del olivar.

Los principales rasgos del cultivo del olivar en Andalucía son los siguientes:

- Aunque el olivar está extendido en casi toda la región, existe una gran concentración geográfica que tiene como centro Jaén, donde varias comarcas se encuentran en situación de casi monocultivo.

- Existe un predominio de la variedad picual, concentrada particularmente en Jaén, donde esta variedad es prácticamente la única.
- La concentración varietal complica, aún más, la gestión del factor trabajo en las áreas de monocultivo.
- En general, todo el cultivo ha mejorado sustancialmente, pero en las zonas mejores y en explotaciones de un cierto tamaño, las mejoras introducidas han sido radicales: nuevas plantaciones, fertirrigación, mejora de los tratamientos, preparación para la mecanización integral de la recolección, etc.
- Se ha extendido la recolección mecanizada, si bien la integral sólo puede realizarse en determinadas explotaciones, las vibradoras de rama y, sobre todo, las varas mecánicas y las sopladoras se han generalizado, a veces en detrimento de la calidad postcosecha.
- Se mantiene una situación dual en las explotaciones: junto a explotaciones bien dimensionadas y mecanizadas capaces de profesionalizar a los agricultores, existe un grupo muy numeroso de explotaciones excesivamente pequeñas llevadas por agricultores a tiempo parcial e incluso marginal que en general presenta deficiencias de gestión.
- Se están desarrollando sociedades de servicios (Cooperativas laborales, SAT, sociedades mercantiles, secciones de cultivo en cooperativas y otras fórmulas difíciles de clasificar como cultivo por parte de los vecinos) que se ocupan de todas o parte de las labores.

- Se están adelantando las fechas de la recolección, lo que redundará en la mejora de la calidad.

El protagonismo de las cooperativas en la mejora en la fase de la molienda

En Andalucía hay en torno a 850 almazaras operativas (casi el 50% de las españolas) que producen entre el 70 y el 85% del total nacional. La capacidad de molturación media de las almazaras andaluzas dobla a la española. En torno a la mitad de las almazaras tienen forma jurídica de cooperativas, pero la participación de este colectivo en la producción supera el 70%, debido a que, por término medio, son empresas de mayor dimensión. Casi el 20% de las almazaras andaluzas cuentan con envasadora, aunque la mayoría de ellas envasan cantidades pequeñas dirigidas al mercado local; únicamente existen unas 20 envasadoras no vinculadas a las almazaras.

Estas cifras confirman el gran desarrollo de esta industria en Andalucía, que se caracteriza por las siguientes aspectos:

- Aumento muy importante del volumen de aceite virgen envasado por las almazaras, aunque siga siendo una parte pequeña.
- Mejora significativa de la calidad ligada a las inversiones en el sistema de producción y a la mejora del manejo de patios, que evita el atroje.
- Generalización del sistema continuo de dos fases que evita la contaminación de las almazaras, aunque se traslada el problema a la fase de la extracción de orujo.

- Se ha realizado un gran esfuerzo tecnológico en relación con la solución del problema medioambiental de los alpechines.
- Creciente imposición por parte de las almazaras de condiciones a la producción, en especial en lo referente a la recolección: momento, separación de las aceitunas recogidas en el suelo y en el árbol, control de los tratamientos previos, etc. Todo esto ha sido fundamental en la mejora de la calidad.
- Aumento, mejora de la calidad y segmentación de la capacidad de almacenamiento, lo que permite mejorar su posición competitiva y cualificar el mercado de graneles.
- Desarrollo de los sistemas de control de calidad de gestión y generalización de los sistemas de control de riesgos.
- Puesta en marcha de marcas propias para aceite virgen por parte de las almazaras. Además, las más grandes envasan cantidades importantes con marca de distribuidor.
- Aumento de la exportación directa, tanto de graneles como de envasado, por parte de las almazaras más grandes y las cooperativas de segundo y ulterior grado
- A pesar de todo esto, existen fallos de gestión y en especial de profesionalización de la comercialización, área en la que se ha invertido menos y que aún es deficiente en términos generales.

Todo este proceso está liderado fundamentalmente por las grandes estructuras cooperativas de segundo y ulterior grado que se han creado en los últimos diez años, especialmente en Andalucía, donde se encuentran más de los dos tercios de las grandes estructuras cooperativas del sector

español. Estas estructuras, en creciente proceso de concentración y crecimiento, aglutinan una parte muy importante del aceite español y, por lo tanto, ocupan una posición significativa en el sistema productor mediterráneo. Estas entidades, dotadas de equipos profesionales cualificados, juegan un papel fundamental tanto para la organización y mejora de las cooperativas de primer grado, supliendo en buena medida sus carencias gerenciales y comerciales, como por su incidencia en las fases posteriores de la cadena comercial. Son, además, las que envasan gran parte del aceite de sus asociadas, las que cuentan con marcas capaces de llegar al mercado nacional, las que alcanzan los principales acuerdos de comercialización con la gran distribución y las que acceden a la exportación directamente.

El peso creciente del capital andaluz en las grandes empresas marquistas del sector y en la exportación

Uno de los problemas tradicionales, enquistados en el sector del aceite de oliva andaluz, era la paradoja entre su enorme peso en la producción y la molienda, en buena medida a través de las cooperativas, y su escasa presencia entre las principales marcas, con algunas salvedades. Esto se debía, en gran parte, al bajo consumo de aceite virgen, ligado a la menor calidad, que obligaba al refinado, fase en la que la presencia del capital andaluz era menor y, sobre todo, a que las principales marcas y una cuota alta de las estructuras de exportación pertenecían a empresas desligadas de la producción y de capital originario de otras regiones.

Esta situación ha cambiado mucho debido, por un lado, al incremento del consumo de aceite virgen, envasado por las grandes cooperativas

andaluzas, y de la exportación directa por estas empresas y, por otro, a la participación del capital andaluz en firmas de refinado y envasado en los procesos de renacionalización de algunas de las firmas de las multinacionales y de privatización de la empresa pública.

Aceites de calidad diferencial

En Andalucía se encuentran seis de las once denominaciones de origen de aceite de oliva que existen en España, cifra a la que hay que sumar otras cinco provisionales. El grado de conocimiento de ellas, en el mercado nacional, es muy diferente, aunque en general no es alto. Estas denominaciones juegan un papel importante en la mejora del mercado de radio corto, que ha crecido mucho, y vincula el sistema productivo local de aceite de oliva a los programas de desarrollo rural, encontrando importantes sinergias con el turismo rural, la promoción de lo local y la articulación económica de las actividades. Se ha constatado, además, que la puesta en marcha de estas denominaciones suele redundar en una mejora de las técnicas de producción, las vías de comercialización y el marketing.

También en este marco hay que considerar la expansión del aceite ecológico, que está generando una cadena de producción propia y encontrando segmentos de mercado muy interesantes.

La vinculación del sistema de producción del aceite de oliva con el desarrollo rural

Prácticamente en todas las comarcas que cuentan con programas de desarrollo rural, la

producción de aceite de oliva ha jugado un papel interesante como catalizador de diversas actividades vinculadas al turismo (creación de museos del olivo y del aceite, rutas del aceite, paisajes del olivo, etc.), a la gastronomía, que se está desarrollando en torno a una cocina basada en el aceite de oliva, a otros usos del olivar (muebles y regalos de madera de olivo, desarrollo del olivo para la jardinería, etc.), así como a actividades lúdicas (fiestas) y culturales (literatura o pintura en torno al olivo).

Todas ellas, además de colaborar al desarrollo rural, generan una cultura del aceite que es la base para mejorar la valorización posterior del producto. En este sentido, cabe reseñar el gran número de municipios andaluces que forman parte de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO), promotora de diversas actividades en torno al olivo, incluidos planes de formación.

El apoyo de las Administraciones Públicas

Las administraciones central, autonómica y local han sido particularmente sensibles a las necesidades y potencialidades de este sector, de manera que, además de los apoyos derivados de la OCM o los Reglamentos Estructurales, se han arbitrado actuaciones de diversa índole vinculados a diferentes aspectos del sector y su entorno.

Entre ellas destacan el apoyo a la extensión de las normas de calidad AENOR en el sector, el apoyo a la Fundación del Olivar, el apoyo a la creación del Pool-Red de Jaén, mecanismo que facilita la transparencia del mercado de graneles, el apoyo a la creación del Mercado de Futuros o la participación de un buen número de entidades locales en la Asociación Española de Municipios del Olivo.

Conclusiones

El sector del aceite de oliva andaluz ha experimentado una mejora muy importante en todas las fases de la cadena de producción, ello ha sido posible por la cualificación del consumo, la mejora de la producción, la formación de una red de cooperativas de segundo grado eficaces, la nueva estrategia de la gran distribución y la posición de las empresas de capital andaluz ante los procesos de renacionalización y privatización de algunas de las principales envasadoras.

En este proceso, que ha estado vinculado a los aspectos territoriales y al desarrollo rural, han colaborado las administraciones públicas apoyando diversas iniciativas, tanto de mejora de la calidad como de incremento de la transparencia de los mercados y el desarrollo de actividades paralelas.

EL SECTOR VITIVINÍCOLA ANDALUZ: ENTRE LA DECADENCIA Y EL PROCESO DE AFIRMACIÓN DE LA IDENTIDAD

Andalucía cuenta con cuatro Denominaciones de Origen en el sector vitivinícola con características y trayectorias muy diferentes. Algunas de éstas están llevando a cabo procesos de reestructuración y planes estratégicos que les permiten salir de la crisis de años pasados, mientras otras atraviesan una situación difícil y tienen pendiente la elaboración de una estrategia adecuada. Además existen algunas áreas, dentro y fuera de las Denominaciones, en las que se están desarrollando vinos tranquilos orientados al consumo actual.

En Andalucía se producen algunos de los caldos más afamados de España, concretamente los pertenecientes a la triple Denominación de Origen del marco de Jerez (Jerez, Manzanilla y Vinagre). Esta fue una de las primeras Denominaciones de Origen de España. Sus bodegas fueron las primeras firmas españolas de vinos que se internacionalizaron, creando empresas conjuntas con las firmas que los representaban en el Reino Unido; también fueron las firmas de Jerez las primeras en convertirse en grandes exportadoras y, mucho después, protagonizaron las primeras inversiones fuera de su Denominación e incluso fuera de España. También en la DO Jerez está la primera gran bodega adquirida por el capital multinacional de bebidas de alta graduación. Fueron en definitiva líderes del sector español a todos los niveles.

En Andalucía existe otras DO (Málaga, Montilla-Moriles y Condado) que de alguna forma, en especial las dos segundas, han vivido bajo la sombra de Jerez, a cuyas bodegas, con frecuencia, han vendido sus caldos. Su importancia histórica y económica es muy inferior y algunas de ellas han sufrido un retroceso en los últimos años. Más del 70% de los vinos andaluces están en zona protegida por alguna denominación de origen.

Los vinos tradicionales de Andalucía son vinos de alta graduación, generosos y dulces, que se sitúan lejos del mercado de vinos tranquilos. Su consumo se realiza, en buena parte, fuera de las comidas habituales. De alguna forma no encaja en los parámetros modernos de consumo de vinos, aunque hay una cierta tendencia al incremento en dulces que podría beneficiar a algunas gamas.

El desarrollo histórico de estos caldos está ligado al comercio con los países del norte de

Europa y las Islas Británicas, gran cliente de los vinos de Jerez, principal área productora andaluza. Dentro de España su consumo se localiza sobre todo en Andalucía, no habiéndose realizado una estrategia de penetración de los mercados españoles. Con respecto al consumo, cabe señalar la gran diferencia entre el consumo de los productos principales (jerez, manzanilla) y el resto de los caldos tradicionales, algunos de gran calidad y apreciados por los “*sommellier*” pero apenas divulgados.

A los vinos tradicionales, se ha sumado recientemente el desarrollo de vinos tranquilos de gran calidad, localizados en buena medida fuera de las denominaciones de origen. Esta estrategia se ha desarrollado gracias a la colaboración de todos los agentes, agricultores y empresarios bodegueros, en el marco de los planes estratégicos sobre el vino desarrollados por la Junta, en cuyo proceso se han realizado ensayos de variedades y sistemas de elaboración.

La Junta de Andalucía, en colaboración con los agentes del sector, ha elaborado un Plan Estratégico para Jerez, tiene en estudio otros para las distintas zonas y ha amparado líneas de investigación y desarrollo al respecto. En estas líneas de trabajo está contando con las organizaciones de los agentes del sector y con la colaboración específica de algunos empresarios.

El análisis de los vinos de Andalucía hay que hacerlo en los siguientes ámbitos:

- Marco de Jerez: Cuenta con las denominaciones de origen Jerez-Xerez-Sherry, Manzanilla de Sanlúcar y Vinagre de Jerez. Los vinos de la zona han sufrido sucesivas crisis, en estos momentos han encontrado un equilibrio tras la culminación de un plan de reestructuración. Ha caído la exportación de sus caldos a algu-

nos países, aunque otros mercados funcionan bien. Se han hecho intentos de relanzar el consumo en España de ciertos tipos de vinos y se empiezan a ver algunos síntomas positivos. El marco de Jerez ha tenido varios planes de reestructuración que han permitido un ajuste de la producción. Al periodo de compras de las grandes bodegas, que llevó a un cierto deterioro de los brandies (el segmento más rentable), ha seguido una etapa de renacionalización de algunas firmas, de vuelta de empresarios a caldos tradicionales y de equilibrio de mercado. En el Marco de Jerez las bodegas poseen el 43% de la superficie de viñedo y el peso de las cooperativas, que sólo hacen el vino en rama, está en torno a un tercio. Queda pendiente el lanzamiento del producto en el mercado nacional.

- Montilla-Moriles: es la zona que ha atravesado una crisis mayor. En ella ha habido arranque de viñas con subvenciones, destinando las tierras sobre todo a olivar. En esta zona la estructura agraria es muy deficiente, con problemas de mecanización, y la población está envejecida. Existe un deterioro general de la situación y no se encuentran agentes que se muevan dinámicamente. Hay cooperativas, pero con estructuras deficientes. Tiene los blancos incorporados a la DO pero no los tintos. Está previsto proteger los rosados y tintos con una Indicación Geográfica de Calidad.
- Condado de Huelva, cuenta con 6.000 hectáreas inscritas, 32.000 agricultores y 43 bodegas. En la actualidad la Junta ha puesto en marcha la elaboración de un plan estratégico.

- Málaga: cuenta con dos zonas muy diferenciadas, la tradicional área de la Denominación de Origen de Málaga, de pequeño tamaño y poco dinámica, y la nueva de las Sierras de Málaga, donde se están elaborando vinos modernos, con la entrada de pequeños inversores extranjeros y españoles, que se están orientados hacia producciones de alta calidad. Las producciones de ésta última se está comportando muy bien en los mercados.
- El desarrollo de nuevos vinos, en el marco de la tendencia a producir vinos tranquilos, proyecto que lleva en funcionamiento unos ocho años. En él se han ensayado variedades con apoyo de la Junta, hay empresarios agrarios y bodegueros interesados, zonas tradicionales (Jerez) y nuevas (Alpujarra, Almería, Ronda, etc.). Entre las bodegas interesadas en el proceso están algunas de las grandes de España, también en este proceso hay nuevas bodegas. Se están poniendo nuevas variedades o variedades adaptadas a los nuevos usos y se están reestructurando las plantaciones.

Conclusiones



Andalucía cuenta con una producción de vinos amparada en su gran mayoría por Denominaciones de Origen que se encuentran en situaciones muy diferentes: mientras algunas de ellas han atravesado un proceso de reestructuración y están despegando de nuevo, otras están aún pendientes de adoptar una estrategia de actuación. La Junta está desarrollando una línea

de trabajo dirigida a elaborar planes estratégicos en colaboración con los agentes económicos de cada una de las zonas.

Entre los vinos andaluces predominan los generosos y los dulces, un buen número de ellos de excelente calidad. Sin embargo, su consumo en España es bajo. Uno de los principales retos de estos vinos es la ampliación del mercado nacional, además del mantenimiento de la exportación.

Existe un proceso de desarrollo de vinos tranquilos, dentro y fuera de las denominaciones de origen, en el que coinciden agricultores, algunos bodegueros importantes tradicionales y nuevos bodegueros con la Junta de Andalucía. Este proceso está dando lugar a muy buenos pro-

ductos, que se comportan bien en el mercado, y que se están desarrollando en buena medida en nuevas zonas.

EL DINAMISMO DEMOGRÁFICO Y LA PLURALIDAD DE LA SOCIEDAD RURAL ANDALUZA COMO ELEMENTO BÁSICO DE SU DESARROLLO RURAL

Andalucía cuenta con una población rural en crecimiento y una estructura poblacional dinámica caracterizada por la diversidad de sus pobladores que tienen posiciones e intereses distintos y diferentes respuestas a las políticas de desarrollo rural.

DISTRIBUCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN SEGÚN NÚMERO DE HABITANTES DE LOS MUNICIPIOS

Habitantes	N.º municipios	Sup. ha	Pob. 91	Pob. 01	Evolución densidad de población (91/01)		
					(%)	hab./km ²	%
>100.000	12	452.542	2.760.972	2.857.682	3,50	631,47	38,60
50-100.000	13	212.058	658.791	742.268	12,67	350,03	10,03
25-50.000	20	715.762	592.892	708.770	19,54	99,02	9,57
10-25.000	88	1.592.190	1.274.074	1.391.680	9,23	87,41	18,80
<10.000	637	5.787.412	1.648.218	1.703.568	3,36	29,44	23,01
Total	770	8.759.964	6.934.947	7.403.968	6,76	84,52	100,00

Fuente: INE. Censo de la Población 91 y Padrón 2001.

Andalucía tiene una densidad de población alta, en términos comparativos, 84 habitantes por km², que está relativamente dispersa en el territorio, de manera que las densidades medias del conjunto de los municipios con menos de 10.000 habitantes se acercan a 30 habitantes/km², cifra muy por encima de la de otras regiones españolas. El 71% de la superficie andaluza está catalo-

gada como zona desfavorecida, en ella la densidad de población es de 52 habitantes por km² para las zonas de montaña y 39 para las de despoblamiento.

La región cuenta además con una buena estructura de la población por edades, la población menor de 16 años superó el 18%, mientras

que la mayor de 65 no llega al 15%, de manera que en edad activa se encuentra casi el 67% de la población. Para el objeto de este análisis, cabe señalar que las poblaciones del medio rural mantienen el mismo comportamiento e incluso las “agrociudades” andaluzas cuentan con mayor participación del segmento de menor edad que

las ciudades de más de 100.000 habitantes. Otro hecho relevante es que en todos los estratos de población, según su número de habitantes, se mantiene una participación alta de la población femenina en todos los segmentos de edad, lejos del envejecimiento de la población femenina rural del resto de España.

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN SEGÚN GÉNERO Y EDAD

Habitantes	N.º municipios	Población total	Mujeres	Distribución de la población según edad			Participación femenina según estratos de edad		
				% < 16	% 16/64	% > 65	% M < 16	% M 16/64	% M > 65
>100.000	12	2.857.682	1.484.970	17,15	68,70	14,15	48,97	50,93	60,59
50-100.000	11	677.409	339.287	19,56	68,84	11,60	48,28	49,41	57,11
25-50.000	22	773.629	387.971	19,52	67,82	12,66	48,63	49,52	55,88
10-25.000	88	1.391.680	697.000	19,77	66,26	13,97	48,65	49,21	56,25
<10.000	637	1.699.575	845.561	18,01	63,50	18,48	48,64	48,43	55,37
Total	770	7.399.975	3.754.789	18,31	66,97	14,72	48,73	49,78	57,63

Fuente: INE, Padrón 2001.

El último aspecto a reseñar es la estructura de ciudades de Andalucía, caracterizada por la existencia de un buen número de ciudades de tamaño medio, dispersas en gran parte del territorio, que comparten el territorio con muchos núcleos mayores de 3.000 habitantes, capaces de tener una dotación de servicios y dinamismo económico y social casi en todo el territorio. Efectivamente, menos del 40% de la población está en ciudades de más de 100.000 habitantes y otro 10% en las comprendidas entre 50.000 y 100.000 habitantes; el resto está entre “agrociudades”, casi 10% en los 20 municipios con un número de habitantes comprendido entre 25.000 y 50.000 habitantes y cerca del 19% en los 88 municipios que cuentan entre 10.000 y 25.000 habitantes, y núcleos menores de 10.000 habi-

tantes (23%). Cabe citar que hay muchos núcleos por encima de los 3.000 habitantes. Además, la población de todas las categorías de municipios ha crecido en el periodo 1991-2001, especialmente en las agrociudades. A pesar de las diferencias comarcales y la participación del litoral, esto significa que una gran parte del territorio está en buenas condiciones desde el punto de vista demográfico.

Cambios en la sociedad rural y su percepción



Desde hace dos décadas, la agricultura y el mundo rural de Andalucía vienen experimentando importantes transformaciones en los ámbitos

económico-productivo y sociocultural. Algunas de ellas son resultado de su propio dinamismo interno, mientras que otras han sido impulsadas por los cambios socioeconómicos, culturales y políticos que, a nivel más amplio, tienen lugar en

el entorno nacional. Aunque tales transformaciones están en consonancia con las tendencias que se observan en otros países, presentan en Andalucía singularidades que deben ser tenidas en cuenta a la hora de definir las políticas futuras.

CONTEXTO DE CAMBIOS EN LA SOCIEDAD RURAL ANDALUZA

Ámbitos	Elementos del contexto de cambio
<i>Cambios socioeconómicos</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de importancia de la agricultura como actividad productiva. • Importancia de la actividad agraria para la dinamización del tejido social. • Pluriactividad y externalización de las labores agrícolas. • Desarrollo de las telecomunicaciones y mejora de las infraestructuras. • Desarrollo de nuevas actividades de servicios. • Emergencia de una nueva élite empresarial imbuida de una lógica no asistencialista. • Emergencia de actores locales ligados a las políticas sociales (sanidad, enseñanza, servicios sociales ...). • Protagonismo de grupos sociales en busca de nuevas identidades (mujeres y jóvenes) (minorías étnicas en torno a la inmigración).
<i>Cambios culturales</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Recuperación de lo local. • Compatibilización de lo local y lo global. • Emergencia de los valores postmaterialistas. • Paradigma del desarrollo sostenible. • Nueva estructura de oportunidades (simbólicas y culturales) para los espacios rurales. • Efectos de las nuevas identidades sociales (mujeres y jóvenes, minorías étnicas).
<i>Cambios políticos</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencia a la liberalización del comercio internacional (acuerdos OMC). • Proceso de construcción europea (ampliación al Este, Agenda 2000, reforma de la PAC). • Incorporación de nuevas políticas a la agenda de la UE (debilitamiento de los intereses agrícolas). • Acuerdos de asociación con los países de la ribera sur del mediterráneo (partenariado euromediterráneo). • Nuevos principios reguladores de las ayudas públicas (equidad, modulación, eficiencia).

Estos cambios no son percibidos de forma homogénea por la sociedad, sino diferenciada según los grupos que la componen, y algunos. Algunos estereotipos aún perduran en el imaginario colectivo, pero ni las zonas rurales andaluzas se caracterizan por la pobreza y el atraso cultural de sus gentes, ni tampoco es la gran explotación de tipo capitalista la que domina su pai-

saje agrario; la vieja imagen del latifundista absentista y del proletariado agrícola, explotado y viviendo en condiciones miserables, no refleja la realidad actual del mundo rural de Andalucía. Bien es verdad que sigue habiendo jornaleros, pero la política social ha posibilitado un incremento del bienestar de la población que vive en las zonas rurales, a la que se suma la mejora glo-

bal de toda la sociedad. También siguen existiendo grandes propietarios de tierras en las regiones andaluzas, pero su mundo de valores y de necesidades no es, por lo general, el de los antiguos latifundistas, ya que sus explotaciones se acercan más al modelo de las empresas capitalistas orientadas al mercado y en busca de la rentabilidad económica, que al de los grandes latifundios de antaño. También hay pequeños agricultores y muchos agricultores a tiempo parcial. Existe una amplia y extensa red de cooperativas, que se convierte en una importante fuente de *capital social* en el mundo rural andaluz, y una interacción rural-urbana que es la principal característica de sus pueblos. Hay, sobre todo, mucha vida en los campos andaluces, vida que no es sólo protagonizada por los agricultores y asalariados agrícolas, sino por una mezcla de actividades diversas y por grupos sociales que quieren permanecer en los pueblos donde nacieron y que luchan por impulsar su desarrollo. La diversidad social, cultural y económica es el principal patrimonio de las regiones rurales de Andalucía.

A esa diversidad social le corresponde una diversidad paralela a la hora de percibir el actual proceso de cambio. Mientras que unos grupos (gran parte de los agricultores, aunque no todos) lo perciben en términos de crisis, de final de una época, de pérdida de derechos adquiridos, otros (sobre todo, los grupos vinculados a actividades no agrarias, pero también los grupos innovadores de agricultores) lo ven como una oportunidad para aprovechar de modo diferente los recursos propios, es decir, como el comienzo de una etapa nueva en la que el espacio rural se gestione en consonancia con la pluralidad de intereses que en él confluyen, reflejo de la creciente complejidad de su estructura social.

Antes de seguir adelante es imprescindible hacer una reflexión sobre el componente de género de esta percepción. Las mujeres rurales andaluzas se están desvinculando de la actividad agraria muy deprisa, de forma que el único vínculo que queda, en muchos casos, es el cumplimiento de las jornadas para acceder al subsidio agrario, muy feminizado. Este hecho se debe tanto a la desaparición del trabajo para mujeres, según se mecanizan las tareas, como a la mala imagen que el sector tiene para ellas, como ponen de manifiesto los numerosos estudios realizados.

A) Los agricultores andaluces, entre la pasividad y la innovación

El proceso de cambio de la agricultura, como sector de actividad, y de los agricultores como grupo social, está teniendo lugar a través de diversas rupturas (demográficas, territoriales, ambientales, alimentarias ...) que cuestionan en mayor o menor medida el sistema de referencia económico y social de las últimas décadas. Si bien ese proceso de cambio crea también nuevas oportunidades, la primera impresión es que los agricultores están inmersos en una fuerte crisis de identidad, acompañada de una buena dosis de incertidumbre y desconcierto. Sin embargo, a la hora de afrontar los problemas, sus respuestas están marcadas por la pluralidad, de ahí que el nuevo marco de oportunidades sea percibido e interpretado de modo diferente por los agricultores andaluces, siendo también diferentes sus respuestas dependiendo de variables como la posición social y económica, la estructura de sus explotaciones, el hábitat de residencia o las orientaciones productivas.

RESPUESTAS DE LOS AGRICULTORES ANDALUCES

	Pasiva	Conservadora	Innovadora
<i>Perfil-tipo de agricultor</i>	Titulares de pequeñas explotaciones poco competitivas.	Titulares de medianas y grandes explotaciones extensivas.	Perfiles diversos (titulares de pequeñas, medianas y grandes explotaciones).
<i>Fuente principal renta (por orden de importancia)</i>	Pensiones, subsidios. Ingresos procedentes de actividad agraria. Rentas familiares de actividades no agrarias. Ayudas PAC.	Ayudas PAC. Ingresos procedentes de la actividad agraria. Ingresos procedentes de actividades profesionales no agrarias.	Fuentes diversas (agricultura, desarrollo rural, programa agroambiental ...). Ingresos procedentes de la actividad agraria. Ayudas PAC.
<i>Percepción del cambio</i>	Positiva: El cambio como oportunidades creadas por el Estado del bienestar.	Negativa: El cambio como amenaza a derechos adquiridos y pérdida de status e influencia en la sociedad rural.	Positiva: El cambio como oportunidad para emprender proyectos innovadores (agricultura integrada, agricultura ecológica).
<i>Actitud ante el cambio</i>	Estatalista. Asistencialista. Multifuncionalidad.	Defensiva. Tradicional. Repliegue corporativista.	Activa, emprendedora. Multifuncionalidad. Abierta a otros grupos de la sociedad rural.

B) Los asalariados agrícolas, entre la asimilación y la reconversión

Junto a los agricultores, y en estrecha relación de dependencia con ellos, se encuentra un importante sector de asalariados agrícolas, tradi-

cionalmente caracterizado por mostrar una fuerte cohesión en torno a la reivindicación de tierras y la reforma agraria, pero que hoy presenta importantes elementos de diferenciación interna y muestra actitudes y respuestas diferentes respecto al nuevo contexto de cambios.

RESPUESTAS DE LOS ASALARIADOS AGRÍCOLAS

	Asimilación	Asistencialismo	Movilidad
<i>Perfil social</i>	Trabajadores agrícolas fijos o fijos discontinuos. Mujeres y jóvenes rurales en búsqueda de empleo o autoempleo.	Trabajadores eventuales de edad avanzada. Trabajadores eventuales que centran su estrategia en reunir en su localidad las peonadas necesarias para percibir el subsidio.	Temporeros que siguen los itinerarios estacionales de las labores agrícolas. Inmigrantes.
<i>Percepción del cambio</i>	Positiva: El cambio como equiparación de rentas y condiciones de vida con los demás asalariados. El cambio como vía para salir de la cultura asistencial.	Ambigua: El cambio como continuidad de los sistemas de protección. Temor a que la reforma de los sistemas de protección endurezcan las condiciones de acceso a los subsidios.	Ambigua: El cambio como nuevas oportunidades de empleo y de movilidad. Segmentación del mercado de trabajo (precariedad).

RESPUESTAS DE LOS ASALARIADOS AGRÍCOLAS (continuación)

	Asimilación	Asistencialismo	Movilidad
<i>Actitud ante el cambio</i>	Activa. Mejora de la cualificación y apuesta por la formación. Participación en proyectos emprendedores (economía social).	Pasiva. Repliegue corporativista. Actitudes defensivas para mantener los sistemas de protección.	Activa. Reivindicación de derechos laborales y mejora de las condiciones de trabajo. Regularización (en el caso de inmigrantes en situación irregular).

C) La población no agraria, entre el dinamismo y la oportunidad

Pero la población rural de Andalucía no sólo está formada por agricultores y asalariados, sino también por nuevos actores económicos impreg-

nados de una cultura empresarial diferente de la que ha guiado tradicionalmente a los agricultores.

RESPUESTAS DE LA POBLACIÓN RURAL NO AGRÍCOLA

	Perfil social	Discurso	Actitudes y estrategias
<i>Actores del desarrollo rural/local</i>	Alcaldes y concejales. Agentes de desarrollo local (Leader/Proder). Nuevos empresarios. Emprendedores rurales. Empresarios y comerciantes.	Neo-ruralista.	Diversificación de actividades. Políticas de desarrollo rural. Lógica de riesgo. Nuevo aprovechamiento del espacio rural (no agrarista).
<i>Actores inducidos por las políticas de bienestar</i>	Médicos, enseñantes, profesores. Asistentes sociales.	Territorialista.	Servicios en el medio rural. Políticas de desarrollo regional.
<i>Actores procedentes del mundo urbano</i>	Jubilados. Segunda residencia. Veraneantes.	Sincretismo cultural.	Urbanización de lo rural. Ruralización de lo urbano.

Conclusiones

El dinamismo demográfico de la sociedad rural andaluza, su estructura poblacional y su diversidad constituyen un elemento fundamental para el desarrollo rural, ahora bien, esa misma pluralidad exige de los poderes públicos respuestas también diversificadas para canalizar las diferentes demandas que surgen de su seno, si bien

esa diversificación de las respuestas debe estar enmarcada en una visión integral de los problemas de la agricultura y el mundo rural de Andalucía. La responsabilidad de los poderes públicos radica en integrar tales demandas en políticas coordinadas, que remuevan los obstáculos que se oponen a los agricultores y demás actores de la sociedad rural andaluza, para permitirles aprovechar las oportunidades que se les presentan.



EL TRABAJO AGRARIO EN ANDALUCÍA: ASALARIZACIÓN, SUBSIDIO E INMIGRACIÓN

El volumen de trabajo agrario está creciendo y tiende a la salarización. Por otro lado, en Andalucía coinciden una cifra alta de parados y subsidiados en el sector y un déficit de mano de obra para determinadas tareas y en áreas concretas, para las que se recurre a los trabajadores inmigrantes que cada vez son más numerosos.

Andalucía es la Comunidad Autónoma con mayor volumen de trabajo en el sector agrario, el 23,42% de España según el Censo Agrario de 1999. Además muestra una tendencia a crecer (7,19% entre 1989 y 1999), mientras disminuye en España (-12,21%). La composición del trabajo agrario en Andalucía también difiere de la media española debido a un menor peso del trabajo familiar (tanto titulares como ayudas) y un peso muy superior del trabajo asalariado, que supera el 50%. Entre 1989 y 1999 han subido los dos tipos de trabajo, familiar y asalariado, pero lo ha hecho mucho más el segundo: 12,49% frente a 3,31%. Otro hecho diferencial es el enorme peso del trabajo eventual frente al fijo, cinco veces más que en el conjunto de España. Aunque esta situación se repite en todas las regiones de agricultura mediterránea dominante, es en Andalucía donde las cifras están más desequilibradas.

Este comportamiento está directamente relacionado con la especialización productiva de la región, debido en especial a la importancia y crecimiento, en el periodo considerado, de las hortalizas intensivas y el olivar, que son las más demandantes de trabajo. Es de destacar, sobre

todo, el crecimiento de las superficies de hortalizas en invernadero, fresa y olivar, seguidas a distancia por los frutales. Todas estas producciones son, en principio, demandantes de un volumen muy alto de trabajo no cualificado y muy concentrado en el tiempo, primando situaciones laborales y profesionales que implican una escasa vinculación de los trabajadores con el sector: titulares y ayudas familiares a tiempo parcial, por un lado, y trabajadores eventuales, por otro. La pequeña dimensión laboral (referida a unidades de trabajo) de las explotaciones refuerza esta precarización del trabajo y en general del vínculo con el sector.

A mitad de los años noventa sólo el 40% de los requerimientos de trabajo de la agricultura andaluza exigían cualificación. El trabajo concentrado no cualificado suponía más del 50%, mientras el trabajo con formación y disperso a lo largo del año no llegaba al 30% y el conjunto del disperso, susceptible de profesionalizar a los trabajadores, el 40%. Esta situación se ve agravada por la concentración geográfica de los cultivos que, en grandes áreas, dificulta la complementariedad de temporadas, haciendo casi imposible la profesionalización y la continuidad en el sector de los trabajadores e incluso la dedicación a tiempo completo de los titulares de la mayoría de las explotaciones. En algunas producciones la evolución de los cultivos y los cambios en sus ritmos podría permitir mejorar la organización del trabajo. La situación de las producciones que condicionan esta situación es la siguiente:

- **Olivar:** La concentración geográfica y varietal está creciendo lo que empeora las posibilidades de mejorar la organización del trabajo. El incremento del trabajo se ha debido al incremento de la superficie. La mecanización de la recolección está

provocando una caída del volumen de trabajo no cualificado, en especial del femenino. El recurso a inmigrantes para la recolección es muy importante y creciente. En las explotaciones de menor dimensión la mayor parte del trabajo aportado es de la familia y, en ciertos casos, de los vecinos. La dimensión de muchas explotaciones no permite la profesionalización de los titulares ni de las ayudas familiares.

- Hortalizas de invernadero y fresa: El incremento del volumen de trabajo se ha debido a la expansión de la superficie y de las producciones. Existe una alta concentración geográfica, pero la ampliación y solapamientos de los cultivos ha permitido que la temporada de trabajo se alargue a casi 10 meses en las hortalizas y unos 5 en fresas, sin embargo, esto no se ha traducido en empleo fijo, como se podría esperar. El recurso a trabajadores inmigrantes eventuales es muy importante, de hecho éstos han sustituido, en gran parte, a ayudas familiares y trabajadores españoles. Hay que considerar también el trabajo en manipulación, no considerado en el Censo Agrario, realizado mayoritariamente por mujeres.

Se está produciendo una concentración del trabajo en menos personas, lo que explica que mientras el volumen del trabajo recogido por el Censo aumenta, el número de activos en el sector, según la Encuesta de la Población Activa (EPA), cae. Esto supone un aumento de la profesionalización, cuestión que hay que valorar positivamente. La comparación entre la EPA y en Censo Agrario también pone de manifiesto una gran diferencia en la composición de trabajo: en la EPA en peso de los asalariados es muy superior (77%), lo que muestra el solapamiento generado entre estas dos situaciones en la agricultura andaluza y explica, en parte, la distorsión apreciada en la inscripción en el Régimen Agrario de la Seguridad Social.

La información de la EPA pone de manifiesto la existencia de unas cifras de paro muy altas entre los asalariados del sector agrario, casi el 50%, más altas entre las mujeres (64,4%).

Según la Encuesta de Estadísticas Laborales Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (MTAS), en 1999 el número de afiliados al Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social (REASS) en Andalucía era de 547.000, el 93,14% en el grupo de cuenta ajena. La cifra de afiliados al REASS superaba en un 40% a la cifra de activos agrarios de la EPA; esta diferencia es mayor en el capítulo de cuenta ajena, donde el REASS supera en un 70% a los asalariados recogidos en la EPA. Esta discrepancia en cifras que responden a conceptos diferentes, pero entre las que debería haber un mayor equilibrio, se debe a múltiples razones, entre ellas la ambigüedad de los criterios de inscripción en el REASS: hay empresarios agrarios en el régimen de autónomos, se permite la afiliación al régimen de cuenta ajena a pequeños agricultores que no cumplen los requerimientos exigidos y la permanencia en el sistema no está

SEGMENTACIÓN DE LOS REQUERIMIENTOS DE TRABAJO

Tipo de trabajo	Andalucía
Con formación y disperso	27,3%
Sin formación disperso	13,3%
Con formación concentrado	9,6%
Sin formación concentrado	49,8%

Fuente: Estudio de Mercado de Trabajo Agrario en Andalucía y Extremadura. Saborá 1998.

vinculada a la continuidad en el trabajo en el sector como en otros regímenes de la Seguridad Social. Además, el REASS, en especial el de cuenta ajena, es un régimen refugio base de futuras pensiones y, sobre todo, la inscripción en él es necesaria para acceder al subsidio agrario.

El subsidio agrario, sistema de cobertura a los desempleados del sector vigente en Andalucía y Extremadura, entró en vigor en 1984 (R.D. 3237/83) en sustitución del Empleo Comunitario. Este sistema, más asistencial que contributivo, consistía en la concesión de una ayuda por un número de meses a los trabajadores que hubiesen trabajado un mínimo de días que fue bajando con los años, disolviendo así el nexo entre la cobertura del desempleo y el trabajo. La norma cambió varias veces para adecuarla a la situación y hacer frente a las distorsiones generadas. Fue muy importante la modificación introducida en 1990 (R.D. 1387/90), con la que se intentó alejar a los jóvenes del sistema, con vistas a su integración en el mundo laboral.

Los rasgos básicos del colectivo de beneficiarios son los siguientes:

- El inicio del sistema provocó un incremento del número de beneficiarios con respecto al Empleo Comunitario del 17,3%.
- Hasta los años 1989-1990, año en que se rozaron los 300.000, la subida del número medio de subsidiados mensuales superó el 50%, con lo que las personas vinculadas al subsidio se acercaban a la totalidad del REASS cuenta ajena y superaban la Población Activa Agraria.
- Las correcciones introducidas en 1990 redujeron ese volumen hasta 1992, en el que se inició un repunte coincidente con

un periodo de sequía. En 1996 la cifra de subsidiados cayó a los niveles de 1984 y desde entonces ha aumentado, especialmente desde 1998, lo que es contradictorio con el comportamiento del mercado de trabajo.

- En 1999 la media mensual de subsidiados superaba los 210.000 trabajadores, equivalente a 350.000-400.000 vinculados al subsidio. La dependencia del subsidio era del 70-80%.
- El primer año los menores de 25 años superaron el 22%, su máxima participación fue en 1991 con el 26%, a partir de entonces se inició una caída hasta menos del 10% en 1999; paralelamente los mayores de 55 años han pasado del 15,6% en 1984 al 24% en 1999. El colectivo comprendido entre 25 y 40 años ha subido del 31% al 37,6% y el comprendido entre 40 y 55 se mantiene en torno al 30%.
- En 1984 la participación femenina era del 10,6% y a principios de los años 90 superó el 50%; en 1999 alcanzó el 55% (en la actualidad ronda el 60%). La feminización del subsidio es mayor en los grupos de más edad. Este peso de las mujeres en el subsidio coincide con una retirada generalizada de las mujeres de los trabajos agrarios, con la excepción de las recolecciones manuales y la manipulación de frutas y hortalizas.
- La variación mensual en los perceptores del subsidio es escasa, lo que ratifica su creciente desvinculación del mercado de trabajo emergido. La diferencia entre los meses con mayor y menor número de subsidiados supone sólo el 15%.

La existencia del subsidio agrario presenta factores positivos y negativos que han evolucionado a lo largo del tiempo, ya que poco tiene que ver la situación del campo andaluz de mitad de la década de los ochenta con la actual. Entre los factores positivos, señalar que el subsidio era una renta destinada a uno de los colectivos más desfavorecidos del país y contribuyó a evitar el abandono del medio rural, lo que hubiera causado un daño demográfico muy importante y permitió la permanencia de mano de obra para las tareas agrarias eventuales. Además, permitió que las mujeres, de este segmento de la población, tuvieran una renta propia y emergió el trabajo que de vez en cuando hacían en la agricultura. Los factores más negativos, al margen de los abusos que se han producido, han sido el alejamiento de la población del mundo laboral, en especial de los más jóvenes, y la distorsión provocada en el mercado de trabajo, que en parte justifica que Andalucía tenga más trabajadores eventuales que otras regiones con agriculturas parecidas en las que no existe el subsidio agrario.

En el año 2002, en el marco de la reforma laboral, se introdujeron importantes modificaciones en el sistema de cobertura del desempleo agrario. Por un lado, en el subsidio se introdujeron modificaciones encaminadas a dificultar la entrada de inmigrantes y otros colectivos particularmente sensibles, y, por otro, se puso en marcha un sistema de desempleo contributivo para los trabajadores eventuales del sector, en toda España, con unas condiciones diferentes a las de los restantes sectores. No ha pasado el tiempo suficiente como para que se pueda hacer una evaluación de los efectos, por el momento se detecta una caída en el número de beneficiarios del subsidio agrario y parece que el régimen de desempleo tiene poco éxito, lo que se expli-

ca por su inadecuación a las condiciones reales del trabajo en el sector.

Conclusiones



En primer lugar hay que reseñar el gran incremento de las necesidades de trabajo en la agricultura, una gran parte estacional. Estas necesidades se están cubriendo, sobre todo, con trabajo asalariado en el que la mayor parte es estacional, a pesar de que algunas producciones permiten el trabajo fijo o fijo discontinuo.

La gestión de la fuerza laboral se dificulta por la magnitud de las puntas de trabajo, a lo que hay que añadir la falta de movilidad de este factor entre comarcas, lo que provoca que la demanda de las tareas apenas se complemente, salvo si coinciden geográficamente. En esta situación algunas tareas agrarias acusan falta de mano de obra.

Por otro lado, las condiciones de trabajo del sector (salarios, condiciones laborales y derechos sociales), junto a la naturaleza de algunas de las tareas, hacen el sector poco atractivo para los trabajadores más profesionales, de manera que se detecta una continua salida hacia la construcción y la hostelería. Esto genera numerosos problemas a las explotaciones que, incluso puntualmente, ponen en peligro el desarrollo de los sectores agrarios más competitivos, especialmente en las recolecciones.

De esta forma coexiste un alto índice de paro, con un alto número de subsidiados y una falta de mano de obra. Estos hechos se explican debido a que el colectivo de subsidiados no constituye un bloque de oferta continua para todo el ámbito geográfico.

Una mención especial merece la situación de las mujeres, mayoría en el colectivo de subsidiados. Realmente forman parte de la oferta de trabajo agrario en muy poca medida, ya que, por un lado, sólo reciben demandas para un número muy limitado de tareas, y, por otro, según diversos estudios realizados, ellas prefieren cualquier otro sector a la agricultura, de forma que su objetivo en el sector agrario es trabajar los días precisos para acceder al subsidio y disponer de una renta difícil de conseguir de otra forma. Previsiblemente el problema de este colectivo pase por la elaboración de un plan para la integración de la mujer rural en el mundo laboral.



PRODUCTOS TRADICIONALES AGROALIMENTARIOS

La promoción de productos tradicionales específicos de un territorio bajo el calificativo de productos “típicos”, “de la tierra” o “especialidades locales” ha cobrado un interés especial. El suelo y el clima, las variedades o razas de ganado, los sistemas tradicionales o artesanos de producción y de elaboración influyen en las características del producto agrario y alimentario. Si a esto se añaden las connotaciones culturales asociadas, Andalucía se muestra especialmente apta para la recuperación y desarrollo comercial de sus productos peculiares que se pueden convertir en un factor de desarrollo rural.

No existe una definición oficial de producto típico, pero puede considerarse como tal aquel que se halla ligado, espacialmente, a un territorio y, culturalmente, a unas costumbres o modos, con un mínimo de asentamiento tempo-

ral y debiendo poseer unas características cualitativas particulares que le diferencien de otros productos. No basta que el producto sea tradicional si no presenta elementos de peculiaridad, y viceversa: por muy particular y diferenciado que sea el producto, no presenta características de tipicidad si no posee un arraigo sustancial, tanto en su producción como en su entronque con las costumbres del lugar. La referencia territorial, aunque sea reducida, tampoco basta por sí misma, si el genérico prevalece. El concepto de producto típico no es cerrado, se trata más bien de una cuestión de grado y momento. A veces es la notoriedad popular la que determina su consideración aunque no se base en semillas o técnicas de cultivo específicas, caso por ejemplo del “Fresón de Huelva”, producto en el que la referencia al origen es tan notoria desde hace años que empieza a ser considerado como tal, al modo de, por ejemplo, el “Anís de Cazalla”, considerado típico a pesar de no contar con materia prima local ni técnicas sustancialmente peculiares.

Los productos típicos agroalimentarios pueden ser agrícolas o ganaderos (sin transformar), o bien productos obtenidos tras un proceso de elaboración. En los primeros la tipicidad viene dada por el producto en sí, estando su diferencia en muchas ocasiones determinada más por características naturales edafoclimáticas que por métodos particulares de cultivo o crianza, aunque a veces éstos dependen de aquéllas. En los productos transformados, por el contrario, la tipicidad viene dada por el particular método de elaboración, culturalmente asentado (a veces mantenido en la máxima reserva por un grupo reducido, como sucede por ejemplo con el *Aguardiente de Ojén*); pero las materias primas del proceso pueden ser autóctonas o importadas de otras zonas, sin perder por ello su carácter

típico. El *Jamón de Trevélez*, las *Hojaldrinas de Alcaudete* o gran parte de la *Carne de Membrillo de Puente Genil* son claros ejemplos.

La importancia de los productos alimentarios “típicos”

En los años 90 se desarrolló el Proyecto Europeo “Euroterroirs” (en España coordinado por el

INDO) con el objeto de catalogar estos productos, el resultado es el “*Inventario de Productos Tradicionales de la Tierra*”, que recoge productos con muy distinto grado de transformación, sin incluir los vinos (MAPA, 1996). Para Andalucía son 58 los productos catalogados, algunos de los cuales poseen algún tipo de distintivo de protección oficial: Denominación de Origen (DOP), Denominación Específica/Indicación Geográfica (DE/IGP) o Denominación Geográfica (DG).

PRODUCTOS TÍPICOS AGROALIMENTARIOS ANDALUCES INVENTARIADOS POR EUROTERRIORS

Sectores	Productos	Signos	Producción (t)
Aceites de Oliva Virgen	<i>Aceite de Baena</i>	DOP	9.000
	<i>Aceite de Priego</i>	DOP	8.000
	<i>Aceite Sierra de Segura</i>	DOP	10.000
	<i>Aceite Sierra Mágina</i>	DOP	15.000
Embutidos	<i>Caña de lomo</i>		s.d.
	<i>Chorizo ibérico de Huelva</i>		s.d.
	<i>Morcilla blanca de Cazorla</i>		s.d.
	<i>Morcilla de Granada</i>		2.000
	<i>Morcilla de la Sierra de Huelva</i>		s.d.
	<i>Morcilla Rondeña</i>		s.d.
	<i>Relleno de Huéscar</i>		s.d.
Cecinas y Jamones	<i>Curados Jamón de Huelva (o de Jabugo)</i>	DOP	900
	<i>Jamón de Trevélez</i>	DE	4.000
	<i>Jamón del Valle de los Pedroches</i>	DOP	s.d.
Quesos	<i>Queso de Alhama de Granada</i>		s.d.
	<i>Queso de Aracena</i>		400
	<i>Queso de Cádiz</i>		350
	<i>Queso de La Calahorra</i>		s.d.
	<i>Queso de los Montes de San Benito</i>		4
	<i>Queso de Málaga</i>		s.d.
	<i>Queso de Los Pedroches</i>		10
	<i>Queso de Sierra Morena</i>		s.d.
<i>Queso Grazalema</i>		9	
Frutas Frescas	<i>Fresón de Huelva</i>		150.000
Frutos Secos	<i>Pasas de Málaga</i>	DOP	900
Productos Hortícolas	<i>Espárragos de Huétor-Tájar</i>	IGP	3.500
	<i>Habas Verdes</i>		4.000
	<i>Judías Verdes de la Vega de Granada</i>		30.000 (cult. trad.)
	<i>Tomate de Almería</i>		230.000 (cult. trad.)

PRODUCTOS TÍPICOS AGROALIMENTARIOS ANDALUCES INVENTARIADOS POR EUROTERRUROS (continuación)

Sectores	Productos	Signos	Producción (t)
Encurtidos y Conservas Vegetales	<i>Aceituna Gordal de Sevilla</i>	DO en trámite	12.000
	<i>Aceituna Hojiblanca</i>		15.000
	<i>Aceituna Malagueña (o Aloreña)</i>		20.000
	<i>Aceituna Manzanilla</i>		120.000
Legumbres	<i>Garbanzo de Escacena</i>		90
Cereales	<i>Arroz de las Marismas del Guadalquivir</i>		150.000
Panadería y Bollería	<i>Regañás</i>		s.d.
Pastelería	<i>Alfajores de Medina Sidonia</i>		s.d.
	<i>Mostachones de Utrera</i>		s.d.
	<i>Piononos de Santa Fe</i>		s.d.
	<i>Polvorones de Estepa</i>		15.000
	<i>Tocinillos de Cielo de Jerez</i>		s.d.
	<i>Tortas de Aceite de Castilleja de la Cuesta</i>		s.d.
Confitería	<i>Carne de Membrillo de Puente Genil</i>		12.000
	<i>Mermelada de Naranja Agria</i>		s.d.
	<i>Pan de Cádiz</i>		s.d.
	<i>Piñonate de Huelva</i>		s.d.
	<i>Yemas de San Leandro</i>		s.d.
Pescados Frescos	<i>Atún de Almadraba</i>		3.000
Crustáceos y Moluscos	<i>Coquina</i>		80
	<i>Langostino de Sanlúcar</i>		600
Conservas y Salazones de Pescado	<i>Atún de almadraba en conserva</i>		s.d.
	<i>Mojama</i>		s.d.
	<i>Sardinias arenques o arençadas</i>		7.000
Bebidas Espirituosas	<i>Anís de Cazalla</i>	DG	70.000 litros
	<i>Anís de Rute</i>	DG	450.000 litros
	<i>Brandy de Jerez</i>	DE	80.000 litros
Condimentos y Especies	<i>Vinagre de Jerez</i>	DOP	30.000 litros
Especialidades Diversas	<i>Caña de azúcar</i>		350

s.d.: sin datos.

Fuente: MAPA (1996) y e.p. (2003).

Según datos aproximativos, habría en torno a un 10% de consumidores que adquieren conscientemente productos “con origen e historia”, no llegando al 2% los que pueden considerarse consumidores habituales; el resto son ocasionales o esporádicos (solo de viaje, por ejemplo). El perfil de los consumidores de estos productos

(aparte del autoconsumo) es el de un individuo urbano, de clase media y media-alta, de edad media y media-joven (35-55 años), profesional libre o empresario.

En cuanto a la producción, existe una gran diversidad (aparte de una gran necesidad de

información; la mayoría de los datos aportados son meramente aproximados): desde productos de gran producción con plena instauración en el mercado (principalmente *aceites* y *hortalizas*, los más genéricos, y algunos particulares de gran consumo como la *Aceituna Manzanilla* o los *Polvorones de Estepa*) hasta otros con producción que apenas llega a cubrir un ámbito de consumo comarcal (la mayoría de los *quesos*, el *garbanzo de Escacena*). No hay estudios fiables sobre incrementos en producción, consumo o sobrepuestos obtenidos tras la puesta en valor, con o sin denominación, de los productos típicos andaluces.

Bajo el nombre “*La Despensa de Andalucía*”, la Asociación de Desarrollo Rural de Andalucía (ARA) ha elaborado un principio de catálogo de empresas productoras de “productos locales tradicionales agroalimentarios” sobre la base de la información suministrada por los 50 grupos de desarrollo rural asociados, con las características de los productos. Pero se trata de un proyecto aún no ultimado y pendiente de depuración.

Las dificultades para proteger estos productos

Este Inventario es una primera aproximación en la que faltan una buena lista de productos que cumplen las condiciones enunciadas al principio. Por otra parte, solo 14 (un 24%) de estos productos están refrendados o reconocidos por algún tipo de marchio oficial de validez nacional/europea. La Junta de Andalucía optó por un sistema de sello de calidad global *Alimentos de Andalucía*, al contrario de otras regiones que lo hicieron por productos con mención local, o bien de tipo mixto, de manera que no existe ningún marchio oficial regional para ese 76% de

productos inventariados como típicos, pero no amparados con denominaciones. La contramarca andaluza no acogía productos típicos: cualquier genérico indiferenciado y estándar que cumpliera determinadas condiciones podía ser autorizado a ostentar el sello. Hoy día, en virtud de la norma legal europea de no utilizar nombres geográficos para distinguir productos sin particularidad diferencial, ligada al origen, que sólo aducen su procedencia geográfica de una amplia región, el marchio ha sido sustituido por *Calidad Certificada*, label que de nuevo no implica ningún tipo de peculiaridad local.

Otra iniciativa de la Comunidad Autónoma Andaluza ha sido el sello *Parque Natural de Andalucía*, que se otorga a empresas cuyos productos se elaboren en uno de estos parques, sin tener en cuenta otras connotaciones de tipicidad e incluyendo productos no alimentarios. Hasta 2003 sólo una veintena de empresas lo habían adquirido.

Por otro lado, ningún producto agroalimentario andaluz utiliza en este momento la figura mercantil de la *Marca Colectiva*, que podría ser una salida válida al permitir legalmente el registro de una denominación geográfica (ej., *Valle del Jerte*, en Extremadura); la figura de la *Marca de Garantía* sólo ha sido usada por la Junta de Andalucía para registrar alguno de sus marchamos ya citados y la *Producción Integrada*, cuando cualquier institución de ámbito local podría promover a través de ella sus productos particulares.

Las perspectivas de futuro

El actual interés por la recuperación y fomento de los productos típicos se debe a diversos motivos, entre ellos: la *pérdida de competitivi-*

dad de muchas zonas agrícolas respecto a la producción de cultivos de gran consumo e indiferenciados; la preocupación por el *mantenimiento de la biodiversidad* y la defensa o recuperación de variedades y especies autóctonas; el creciente interés de los consumidores por la *“vuelta a lo natural”* y por el conocimiento gastronómico; la tendencia a aplicar técnicas de *segmentación de los mercados*, favorable a la diferenciación productiva y contraria a la estandarización y la implantación de políticas de *desarrollo rural* que incorporan los enfoques basados en la calidad y el territorio.

En este contexto, la potenciación de los productos autóctonos cobra un elevado interés, ya que descansa sobre algunos de los escasos elementos en que una determinada zona productora puede satisfacer al mercado y ser competitiva en las actuales circunstancias: **calidad, diferenciación y territorio**, como factores que actúan relacionados. Ello es vital en áreas marginales que no pueden competir en otros productos, muy numerosas en Andalucía, pero también se aplica a otras zonas en que la diferenciación ligada al territorio puede resultar muy ventajosa. La unidad “territorio” aquí no tiene sólo un sentido *geográfico*, sino también *histórico y cultural*.

El factor “coste” no figura entre los elementos en los que descansa la competitividad de los productos típicos. Producir a menor coste no es factor competitivo en este segmento, como tampoco lo es producir en grandes cantidades. De hecho, muchos de ellos son necesariamente producidos a mayor coste para el mantenimiento de su peculiaridad. La clave de la cuestión radica, precisamente, en que su calidad diferencial sea valorada y apreciada entre un segmento de los consumidores, por encima de ese diferencial de costes (*“renta de especificidad”*). En cuanto al consumidor, la diferenciación cualitativa incre-

menta el elemento *satisfacción*, ya que puede encontrar en el mercado el producto que se adapte a sus gustos y requerimientos, o que le evoque un determinado lugar o época. Pero la diferenciación cualitativa no siempre es percibida por el consumidor; con frecuencia la información es difícil, ya que algunos componentes de la calidad diferenciada establecidos por el productor no son observables directamente por el consumidor. Es aquí donde intervienen los *signos distintivos de calidad* (marchamos, labels, sellos, denominaciones) que debe garantizar la diferencia.

La **problemática** que presentan estos productos, especialmente los más genuinamente típicos, es precisamente lo que en principio también es su principal baza: la escasa dimensión productiva, el elevado coste, el aislamiento. En este punto hay un reto comercial importante, una falta de unanimidad en su planteamiento y una gran incertidumbre.

En principio la Comisión Europea apoya estos productos (“El futuro del mundo rural”, 1988), como se menciona en el apartado “Sugerencias para el futuro”, donde afirma que el fomento de los productos de calidad es importante, sobre todo en zonas desfavorecidas, y hace hincapié en la creación de “etiquetas” y denominaciones cuya finalidad “no es otra que poner de manifiesto las características particulares de determinados productos”. En 1991, la Comisión elaboró un documento sobre “Productos agrícolas y alimentarios de calidad”, donde se desarrolla por primera vez, de forma exhaustiva por un organismo oficial el concepto de “productos con características cualitativas particulares (CCP)”. Inmediatamente, se aprobaron a nivel europeo las menciones *Denominación de Origen Protegida*, *Indicación Geográfica Protegida* y *Especialidad Tradicional Garantizada*

(no ligada a un territorio aunque sí a unos métodos tradicionales).

Una iniciativa importante es la creación del “Observatorio internacional para la valorización de los alimentos tradicionales de los países mediterráneos”, cuyos objetivos son:

- a) Para los productos típicos de oferta elevada, ampliar las áreas de consumo, previa reorganización de las estructuras productivas y comerciales de partida.
- b) Para los productos típicos de oferta limitada, mejorar la calidad y la adecuación a las exigencias del mercado.

Para los grupos LEADER, una contramarca es un elemento de *promoción y valorización* de recursos locales en el marco de la estrategia de desarrollo rural. Por eso, con frecuencia se desarrollan actividades en esta línea, que en ocasiones han servido para sacar a la luz y poner en valor auténticos productos típicos (por ejemplo, la *Aceituna Aloreña*); para las pequeñas empresas que elaboran estos productos es una ayuda importante y una plataforma de apoyo. El desarrollo de estas actividades de promoción, sin una definición previa de los productos, puede llevar a demasiada permisividad, lo que, a su vez, puede terminar con su buena imagen.

Entre los condicionantes u obstáculos al mantenimiento de la tipicidad y, por tanto, de la principal ventaja competitiva de estos productos, puede citarse, paradójicamente, la consecución de una denominación u otro signo de calidad. Se puede dar un efecto perverso, como es el de la estandarización zonal, establecida por el reglamento, que puede, si es muy restrictivo, hacer desaparecer las particularidades intrazonales. Por otra parte, cuando un signo colectivo se generaliza pierde su efecto diferenciador y por lo tanto la renta de especificidad.

Las reglamentaciones técnico-sanitarias se configuran a veces como un obstáculo al mantenimiento de las características peculiares de algunos productos típicos. Un claro ejemplo está en los *quesos*.

Respecto al territorio, su misma aptitud natural puede hacer que se introduzcan y adapten ciertos productos exógenos, desplazando a los tradicionales por cuestiones de tamaño de mercado. El valor dado a la dimensión histórica permitirá calificar o no a estos productos como típicos.

Otro paradójico obstáculo al fomento de la tipicidad es la mejora empresarial, que puede conllevar la desaparición de la industria artesanal en pro de un mayor nivel de tecnificación. En unos casos una mayor tecnificación no altera las cualidades de los productos, pudiendo incluso mejorarla (ej. *vinos* o *aceites*), pero en otros casos (ej. *embutidos*) el producto pierde sus condiciones y, por tanto, su tipicidad al pasar a ser elaborado en industrias con alto nivel técnico. También depende del carácter de la empresa y de si ésta decide adoptar, entre sus estrategias, el mantenimiento de un “segmento típico”; p. ej., las tres fábricas elaboradoras de *Anís de Cazalla* que quedan en la zona han sido adquiridas por grandes grupos foráneos que, sin embargo, mantienen las instalaciones y el producto prácticamente sin alteraciones.

Un dato importante a considerar es la muy reciente tendencia de la gran distribución a incluir productos con particularidad local o, al menos, con garantía de trazabilidad en sus lineales, generalmente en estands especiales. En algunos casos, se han creado marcas de distribuidor para estos productos (ej., “*Productos de Nuestra Tierra*”), lo cual puede ser una salida al mercado de pequeños productores que no se conformen con la venta local.



Conclusiones

Andalucía posee un gran número de productos agroalimentarios típicos que constituyen un factor de desarrollo importante, pero su falta de definición se puede volver en contra. Por el momento desde las Administraciones no se han propuesto soluciones definitivas y los productores están demasiado dispersos o son muy pequeños para desarrollar una estrategia de este tipo.

Para las entidades de desarrollo local con la expresión “valorización de productos locales” no sólo se trata de potenciar los productos con diferenciación ligada al origen y/o tradición, sino que las vías de diferenciación por método (por ejemplo, la producción ecológica) y por innovación (nuevos procesos y productos a partir de materias primas locales) están también contempladas. El problema que surge es que se confunden los términos y se otorgan marchamos inadecuados, como denominaciones de origen a productos sin raigambre. Existen otras figuras,

como las marcas colectivas, no utilizadas en Andalucía, que pueden tener similares efectos de cara al consumidor al permitírseles el uso de un nombre geográfico. De todos modos una proliferación excesiva de marcas puede crear confusión.

Para desarrollar esta vía, en todo su potencial, será necesario establecer criterios y definiciones rigurosas y mecanismos de control.

De cara al incremento del consumo, el principal reto es convertir a parte de los consumidores ocasionales o esporádicos en habituales, a través de catálogos, delegaciones, tiendas especializadas, ventas a domicilio, etc.

Para acometer una estrategia política de apoyo a estos productos es imprescindible un estudio exhaustivo de campo que salve la carencia de datos, sobre su importancia y su evolución, tras las recientes actuaciones, lo que permitiría realizar un auténtico diagnóstico y propuestas de actuación lo más objetivas posible.

