

EL FUTURO DE LA INDUSTRIA Y LOS SERVICIOS AUXILIARES DE LA AGRICULTURA INTENSIVA DE ALMERÍA

1. INTRODUCCIÓN

Cuando a alguien se imagina por primera vez Almería suele tener en la cabeza alguna de las dos imágenes típicas que hay de la provincia, o una en la que todo el suelo no urbano está cubierta de invernaderos, u otra en la que se aparece un desierto sediento de agua.

Sin embargo, a poco que el sujeto se informe comprobará que debajo de las capas externas del tópico hay más, mucho más. No todo es desierto, ni invernadero, ni siquiera playa. La estructura productiva de la provincia se ha ido ampliando poco a poco, de manera que en la actualidad el peso del sector agrario se ha ido reduciendo ante el empuje de la construcción, de los servicios e, incluso, de la industria, rubro de nuestro PIB que tradicionalmente menos peso tenía.

Ciertamente que nuestro tejido industrial no puede compararse aún con el de Alicante, ni siquiera con el de Murcia, aunque los fundamentos de gran parte de estas empresas son profundos y están inducidos por iniciativas empresariales de carácter endógeno, tales como el más desarrollado sector del mármol o el que nos ocupa en estas páginas, el vinculado a la agricultura intensiva.

Antes de comenzar el análisis al que se refiere el título que antecede a estos párrafos, tal vez debiéramos plantearnos algunas aclaraciones de carácter metodológico. Lo que normalmente se entiende por industria auxiliar de la agricultura es, en realidad, un conjunto de empresas industriales y de servicios que aportan soluciones a la agricultura de invernadero. En este sentido más amplio, la industria auxiliar estaría compuesta por los fabricantes de inputs para la producción agrícola y su comercialización, la propia comercialización y los proveedores de servicios de consultoría, transporte, administración, etc.

No obstante, por la importancia específica que la comercialización tiene dentro de la estructura productiva de la provincia, se tiende a escindirla del clúster. Además, dada su naturaleza de conexión entre los mercados consumidores y los productores se ha tendido a concentrar en ella la mayor parte del esfuerzo investigador y cuantificador. Por el contrario, la más

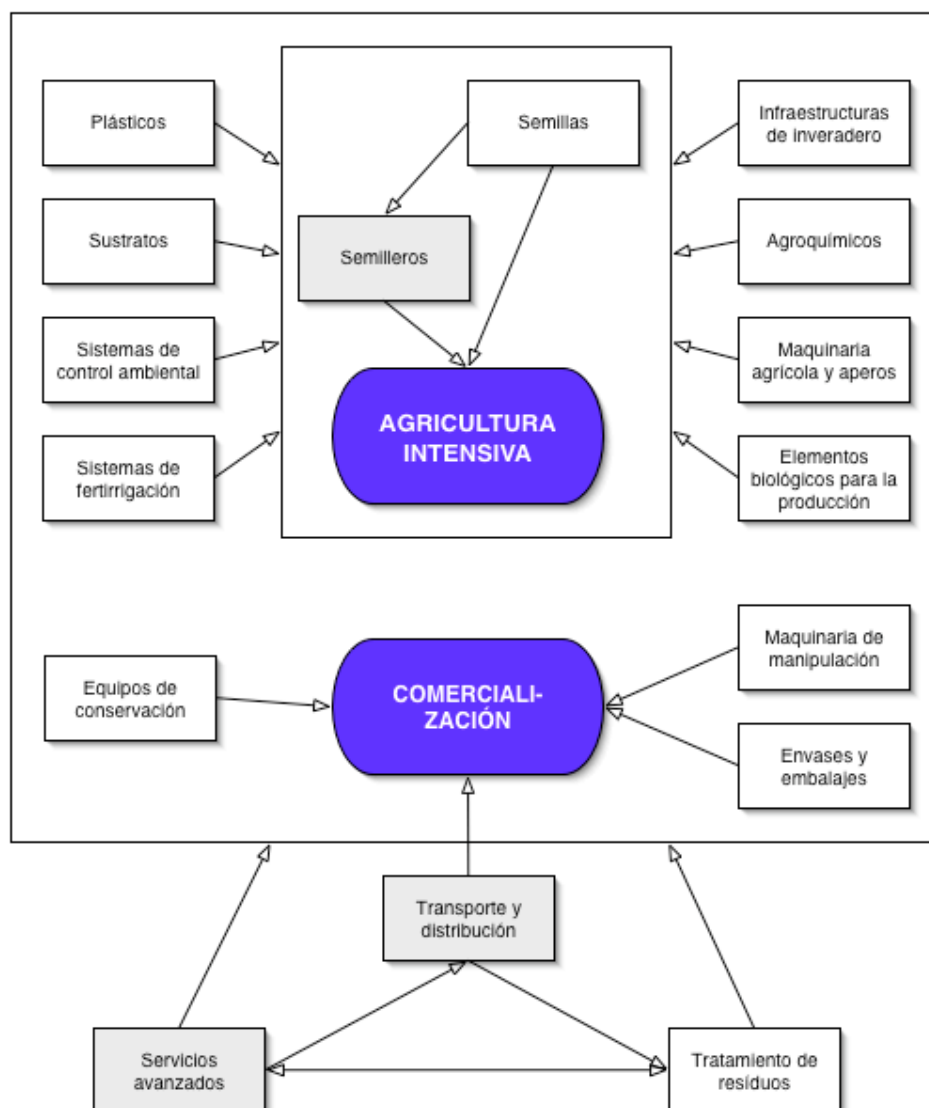
temprana edad de la industria y los servicios auxiliares de la agricultura (en adelante, ISA), así como su menor aportación al empleo y al PIB han propiciado un menor conocimiento del mismo, que queda patente en la literatura generada por y sobre el sector en relación a la que se dispone sobre la agricultura o su comercialización. En este sentido creemos que es importante que entidades como la Fundación Tecnova (asociación que engloba a una parte del sector), la Cámara de Comercio o la propia administración realicen el esfuerzo de recabar y publicar anualmente los principales datos del sector de manera que se pueda reconstruir de manera más sencilla su devenir, y haya una información pertinente que ayude a la toma de decisiones de la Administración y de las propias empresas del clúster.

2. EL SISTEMA PRODUCTIVO LOCAL DE LA AGRICULTURA INTENSIVA

Desde que en 2000, Ferraro *et al.* hablaran por primera vez del sistema productivo local de la agricultura intensiva de Almería, la definición ha hecho fortuna hasta el punto de ser ésta una de las expresiones más tópicas en las informaciones de prensa sobre el sector. Al margen de la sonoridad y el aura tecnicista que esta palabra encierra, el concepto encierra una serie de sutilezas que normalmente son obviadas. Como bien decían los autores de la monografía mencionada, un sistema productivo local es sobre todo un sistema. Es decir, un conjunto de piezas que sólo puede ser explicado de forma completa explicando las partes que los componen y las relaciones entre ellas.

El ISA no puede explicarse si no se comprende el funcionamiento de todos los procesos que permiten que un tomate de Almería llegue hasta la mesa del consumidor. De hecho, es posible que este sector no hubiera surgido en la provincia si no hubiera existido un campo con una dimensión suficiente (en términos de marketing, un mercado lo suficientemente profundo) como para permitir la viabilidad de los proyectos empresariales. O sería distinto si la propia agricultura no hubiera generado los excedentes suficientes como para ser reinvertidos en otros sectores productivos. O tendría otro volumen si el empresariado almeriense (antes de empresarios, emprendedores) hubieran sido menos arrojados.

Es por ello que incluimos el esquema 1, en el que se hace el intento de sistematizar todas las actividades que forman parte del clúster. No obstante, hay que reconocer que no están todas las que son, ya que además de las actividades en él representadas, hay otras que aportan valor a la agricultura o al resto del ISA. Es el caso, por ejemplo, de los servicios de publicidad, de la energía o de los servicios financieros, que no aparecen puesto que su enfoque alcanza a muchas otras ramas de actividad, siendo la agricultura una más de ellas. Por otro lado, algunas de las actividades que se reseñan han trascendido el ámbito de la actividad de la agricultura intensiva, pero ésta sigue siendo su principal cliente y, en última instancia, su origen se relaciona de manera indisoluble al fenómeno del surgimiento y expansión de la agricultura intensiva.



Esquema 1. Funcionamiento del clúster ISA. El sentido de las flechas indica provisión de bienes o prestación de servicios. Los recuadros con fondo gris reseñan las actividades de servicios.

Respecto a la dimensión del mismo, como ya se ha mencionado, nos encontramos con cierta opacidad estadística fruto de la propia heterogeneidad del sector, así como de la juventud del mismo. No obstante, se han realizado al menos dos aproximaciones al problema con ánimo holístico (cuadro 1). De un lado la realizada por el Instituto Cajamar, que realizó una encuesta entre la totalidad de las empresas del clúster identificadas, y de otro la realizada por el Instituto de Fomento de Andalucía para la elaboración del Plan Estratégico del sector que incorpora datos muestrales así como información destilada de la mencionada obra de Ferrero. Existe, asimismo, un estudio de la Fundación para la Investigación Agraria de la Provincia de Almería (FIAPA) que pretende valorar el mercado existente en la provincia para cada una de las actividades.

	1998	2001
Nº de empresas	159	250
Facturación (miles de €)	432.266	1.021.721
Nº Empleos	3.005	8.000
Valor añadido (miles de €)		300.506

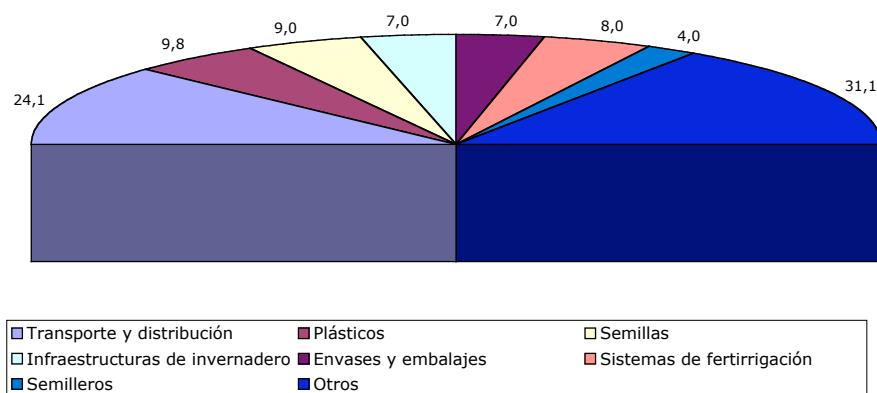
Fuente: Instituto Cajamar, 2002 e IFA, 2001

Cuadro 1. Datos básicos del sector.

Al margen que las diferencias relacionadas con las metodologías utilizadas, parece claro que el crecimiento del sector ha sido muy intenso en los últimos años y se ha logrado superar la barrera de los mil millones de euros de facturación, cifra que se sitúa cerca ya de la generada por la propia producción de hortalizas (1.281 millones de euros en la campaña 2003/04), aunque aún muy por debajo de la comercialización, que supone 2.188 millones de euros.

Sin embargo, los datos globales ocultan las diferencias sustanciales que existen entre los distintos segmentos del sector. Así, por ejemplo, son los transportes, plásticos y semillas los sectores que más contribuyen a la cifra de negocio global del clúster, con el 24,1%, el 9,8% y el 9,0%, respectivamente.

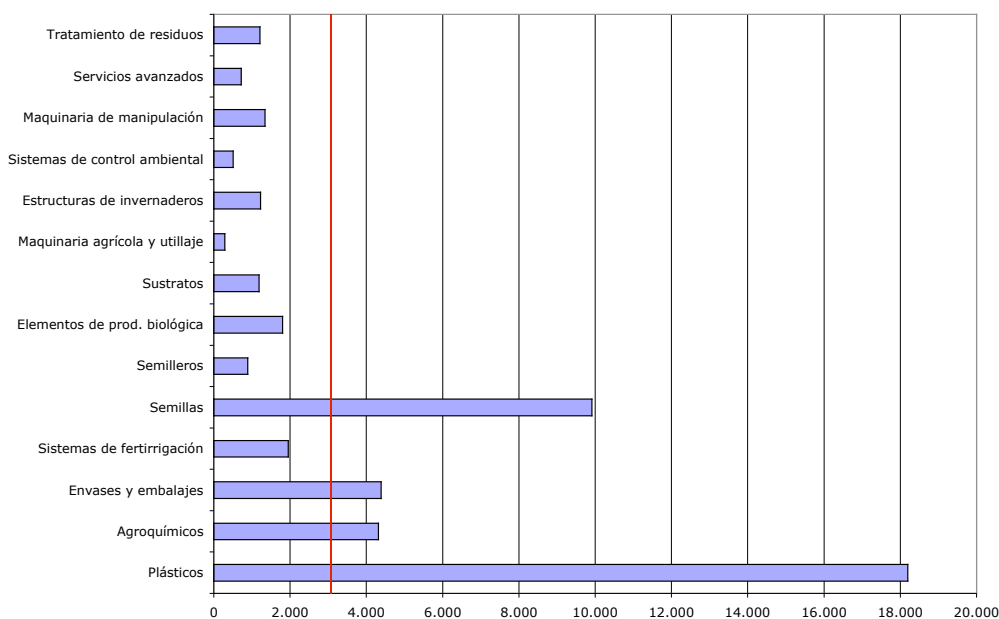
Esta aportación diferencial se relaciona en cierto modo con la dimensión media de las empresas que integran cada uno de los rubros presentados (gráfico 1).



Fuente: Instituto Cajamar, 2002.

Gráfico 1. Distribución sectorial de la facturación del ISA

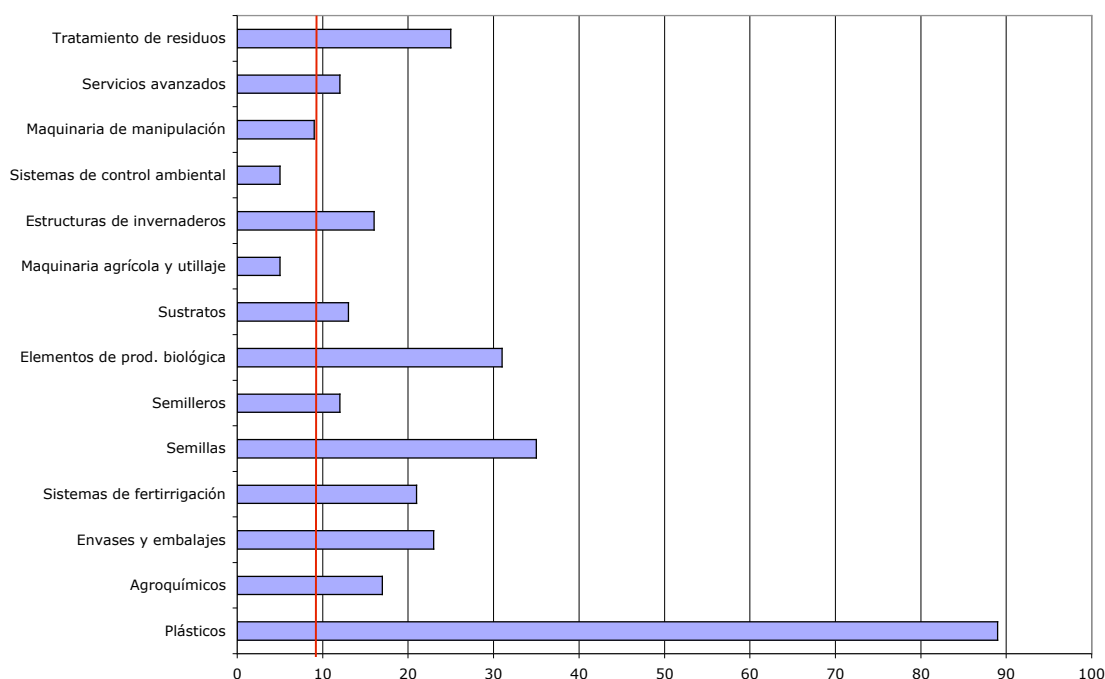
Efectivamente, la medición del tamaño de las empresas del ISA (gráficos 2, 3 y 4), presenta resultados muy clarificadores al respecto. Si utilizamos como referencia la facturación media de las empresas, plásticos y semillas aparecen muy destacadas sobre la media. Media que superan, además, los envases y embalajes y los agroquímicos.



Fuente: Instituto Cajamar, 2002

Gráfico 2: Facturación media de las empresas del ISA (miles de euros)

Cuando el criterio utilizado es el tamaño de plantilla, las diferencias se acortan, aunque el subsector del plástico presenta los valores más elevados del clúster, con plantillas medias cercanas a la centena de trabajadores. Le siguen semillas, elementos de producción biológica y tratamientos de residuos. No obstante, resulta evidente que el ISA está formado en su mayor parte por empresas de pocos trabajadores, pudiendo ser consideradas la mayor parte de las mismas como pymes. En este sentido, las opciones de futuro del sector se encuentran limitadas por la propia naturaleza de las empresas del mismo, las cuales están relacionadas con problemas de continuidad en la propiedad y en la política comercial, problemas de financiación, etc.

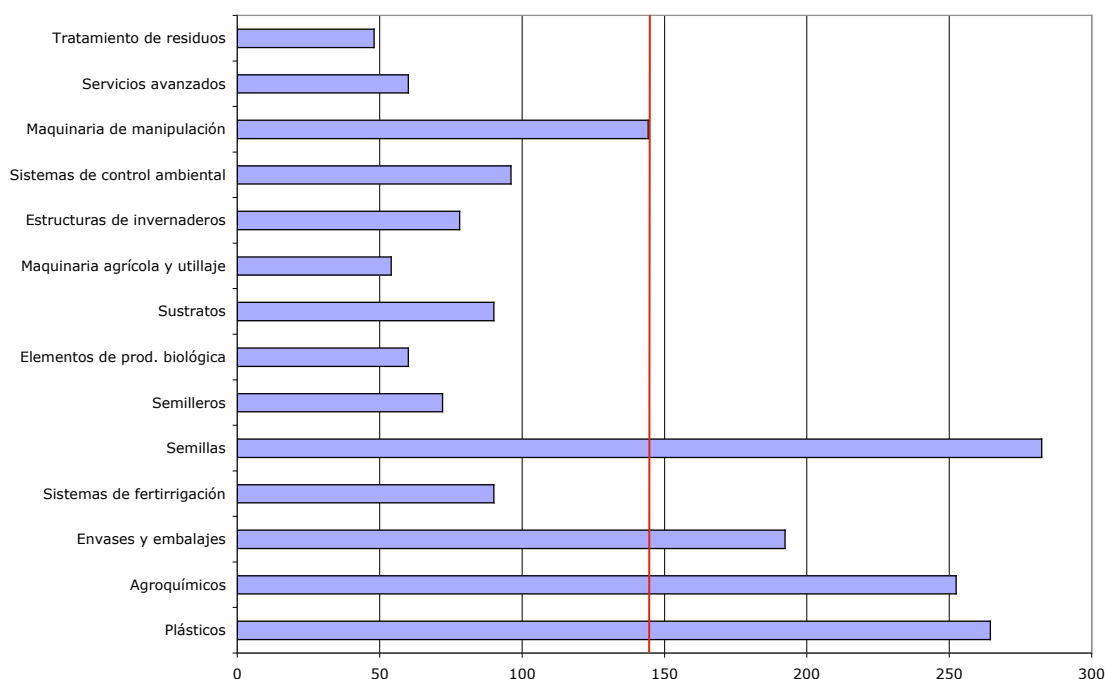


Fuente: Instituto Cajamar, 2002

Gráfico 3: Plantilla media de las empresas del ISA (número de trabajadores)

Del cruce de los dos criterios anteriormente mencionados surge una medida de productividad: la facturación media por empleado (gráfico 4). La media del sector se situaba en 2001 en los 144.000 euros por trabajador (24 millones de las antiguas pesetas). Por encima de esa media estaban, de mayor a menor, las semillas (que, por tanto es el sector de mayor productividad), los plásticos, los agroquímicos, los envases y embalajes y la maquinaria de manipulación

que se encuentra justo en la media. Los demás subsectores ni siquiera alcanzaban los 100.000 euros.



Fuente: Instituto Cajamar, 2002

Gráfico 4: Facturación media por trabajador de las empresas del ISA (miles de euros)

En resumen, nos encontramos ante un tejido de empresas de pequeña dimensión, excepción hecha de algunos subsectores que han logrado alcanzar un volumen elevado. Además, el subsector más productivo, el de las semillas, es precisamente el que menos porcentaje de capitales autóctonos presenta, ya que la mayor parte de las casas de semillas implantadas en la provincia son multinacionales.

Es decir, una de las ventajas que supone contar con un mercado local tan importante está siendo mejor aprovechado por empresas foráneas, más que por las de capital local. Es posible que la relativa juventud de una buena parte de las empresas del sector tenga que ver con esto, aunque no deja de suponer una amenaza la falta de músculo de la mayor parte de los integrantes del ISA.

3. LAS EMPRESAS DEL ISA ANTE UN MUNDO GLOBALIZADO

Una de las palabras más usadas en la literatura económica y pseudo-económica en los últimos tiempos es la de globalización. Siendo éste un fenómeno antiguo, casi tan antiguo como la historia de la humanidad, los actuales niveles de apertura de los mercados de bienes y servicios y de capitales conllevan una enormidad de repercusiones a los sectores productivos. La coincidencia de este fenómeno con la revolución sufrida por las tecnologías de la información han llevado a las empresas a “jugar” el juego de la competitividad en un tablero que alcanza a la casi totalidad del globo terráqueo.

Esto que en teoría favorece la asignación de factores productivos a medio plazo, a corto genera disfunciones y tensiones sobre las sociedades, sobre todo sobre aquellas que sostienen unos mayores niveles de estado de bienestar, ya que sus empresas se ven impelidas a competir con otras que deben soportar menos costes laborales, menos restricciones medioambientales y, en suma, menos costes de producción. La estrategia general de estos países desarrollados está siendo la especialización en producciones de elevada tecnología, así como en servicios avanzados, actividades que requieren una importante aportación de recursos humanos de elevada capacitación.

La situación de España en este terreno no es ni mucho menos favorable. Generalizando, podemos afirmar que nuestro país se encuentra en medio de la transición hacia un modelo de especialización productiva en bienes de alta tecnología y elevados costes salariales, pero con las presiones añadidas de la ampliación de la UE, precisamente hacia países con una mano de obra relativamente cualificada y barata. Unos países que, además, están aportando desde ya por una especialización en producciones de alta intensidad tecnológica.

No obstante, la vocación productiva almeriense por los cultivos hortícolas y la situación geográfica poco favorable de la mayor parte de los nuevos miembros para el cultivo de hortalizas, convierte la amenaza nacional en gran oportunidad local. El esperado avance de la renta en los nuevos países miembros conllevará, con total seguridad, una mayor intensidad en el consumo de alimentos de elevado precio, como son las hortalizas frescas. Esto contribuiría

a aliviar las tensiones que están generando los nuevos productores del norte de África sobre el tejido agrícola almeriense.

Este balón de oxígeno para la agricultura de la provincia podría apoyar incluso un nuevo crecimiento de las hectáreas de cultivo, aunque los analistas asignan una baja probabilidad a este suceso. A largo plazo, el escenario que se dibuja es el de una transformación del campo actual, en el que las explotaciones tenderán a ser más grandes (buscando aprovechar economías de escala) y la gestión de las mismas más profesionalizada. Incluso, no es descartable un recorte de la actual superficie de cultivo.

Esto quiere decir que el crecimiento del mercado local para las empresas del ISA, más pronto que tarde, va a dejar de producirse, lo que sin duda aumentará la competencia en el seno de los distintos subsectores.

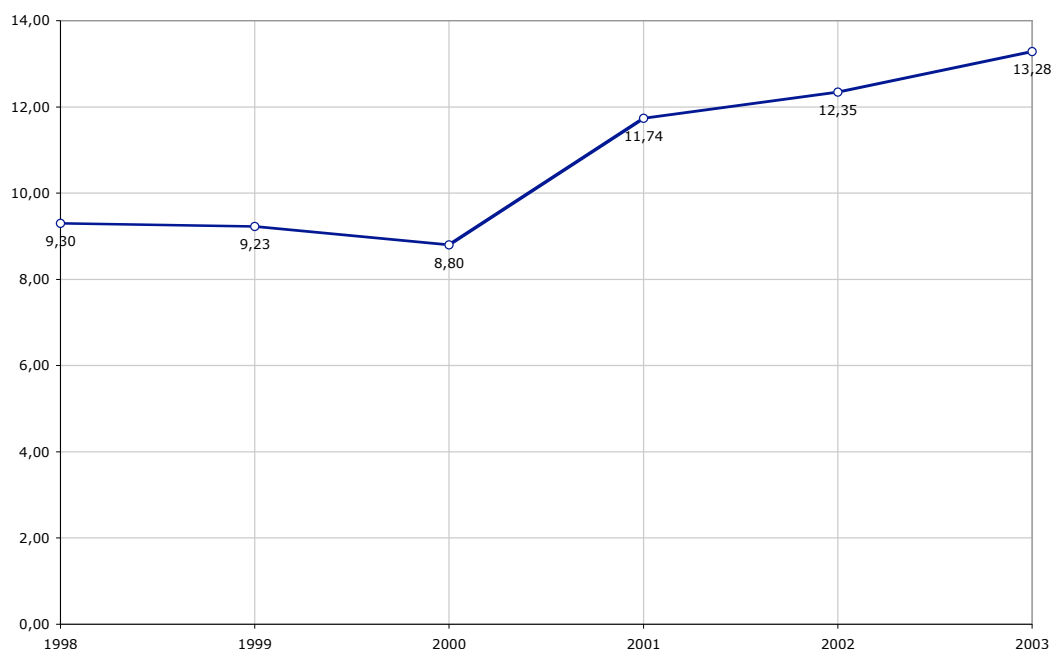
Decía el IFA (1999) en su Plan de Fomento que “el factor decisivo del crecimiento experimentado por el complejo de actividades alrededor de la producción agrícola ha sido la capacidad de las empresas para adaptarse a las condiciones del modelo almeriense de agricultura, lo cual se ha conseguido gracias a un importante esfuerzo inversor para desarrollar e incorporar a las empresas nuevos procesos y productos”. Éstas palabras encierran una fuente de fortaleza, pero también una amenaza para el ISA. De un lado, marcan la fuerte vinculación de las empresas del clúster con una de las concentraciones de invernaderos más grandes del mundo. Pero, por otro, señala una relación de dependencia que puede llegar a imponer barreras físicas y psicológicas a la expansión de las empresas.

No hace falta mencionar que los actuales competidores de la agricultura almeriense son, también, potenciales clientes de las empresas del ISA. Piénsese que mientras que las previsiones sobre la extensión de los cultivos en Almería no son muy optimistas, las que hay con respecto a amplias zonas del Norte de África, Latinoamérica o Asia son claramente expansivas. Es en estos mercados en los que las empresas del ISA pueden encontrar oportunidades de crecimiento.

4. TIEMPOS DE MUDANZA

Las últimas palabras escritas en el anterior epígrafe son, básicamente, una obviedad. Así lo señala también el IFA en el Plan de Fomento. La internacionalización de las empresas del clúster era pues objetivo prioritario de este organismo para el período 2000-2004.

Y parece ser que el plan ha dado resultados, aunque éstos se antojan modestos. En el gráfico 5 se ha representado la tasa de cobertura del clúster, siendo ésta el porcentaje que suponen las exportaciones de bienes producidos por las empresas sobre la cifra de importaciones de esos mismos bienes. Para la elaboración del mismo se han tenido en cuenta 27 posiciones estadísticas que tienen una relación directa con las actividades del sector. Es posible que no estén contempladas la totalidad de las operaciones, pero creemos que la muestra es suficientemente representativa de la actividad exterior de las empresas del ISA. Asimismo, no se encuentran reflejadas las exportaciones e importaciones de servicios ya que, por su propia naturaleza no son registradas por la Dirección General de Aduanas.



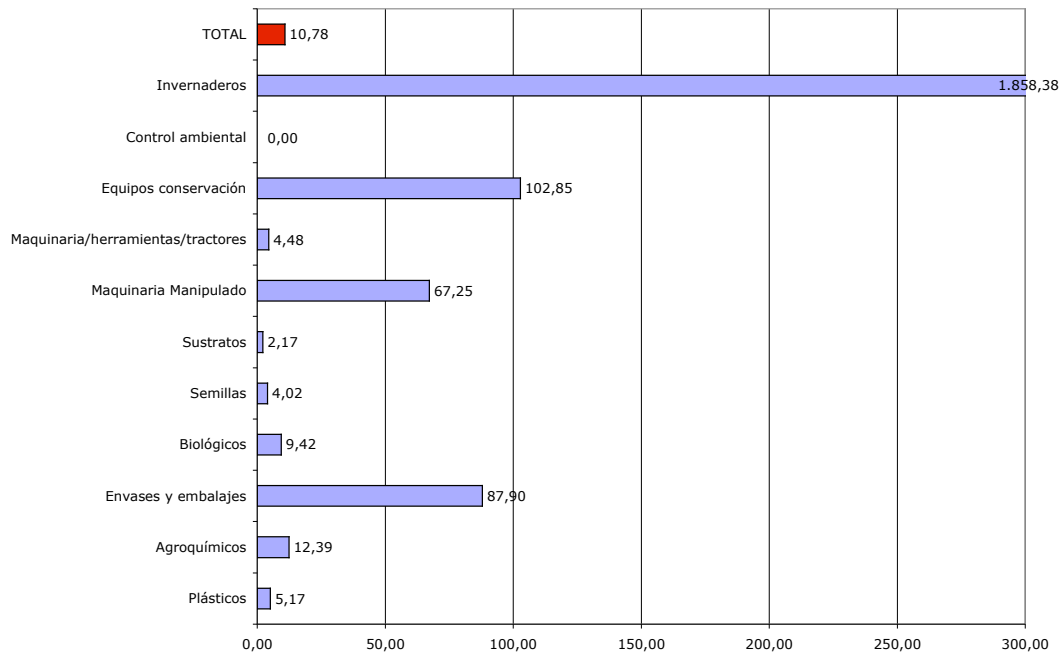
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Dirección General de Aduanas

Gráfico 5: Evolución de la tasa de cobertura (en porcentaje) del conjunto del ISA

Como se puede comprobar, el indicador muestra un ascenso continuado desde 2001, situándose en 2003 en 13,28. Es decir, el volumen de exportaciones del sector representa sólo el 13,28% del volumen de importaciones de esos mismos productos. O dicho de otra forma: dentro del propio mercado local sigue habiendo posibilidades de crecimiento a base de comer cuota de mercado a las importaciones. Aunque, como ya se ha mencionado, esta vía es muy dificultosa puesto que el mercado almeriense se puede empezar a considerar un mercado cercano a la madurez.

Por otro lado y, tal y como hemos señalado, se antoja escasa esa tasa de cobertura. Si la analizamos por subsectores, la realidad se transforma de forma importante (gráfico 6). Cuatro de ellos tienen tasas que señalan un fuerte peso de las exportaciones sobre las importaciones.

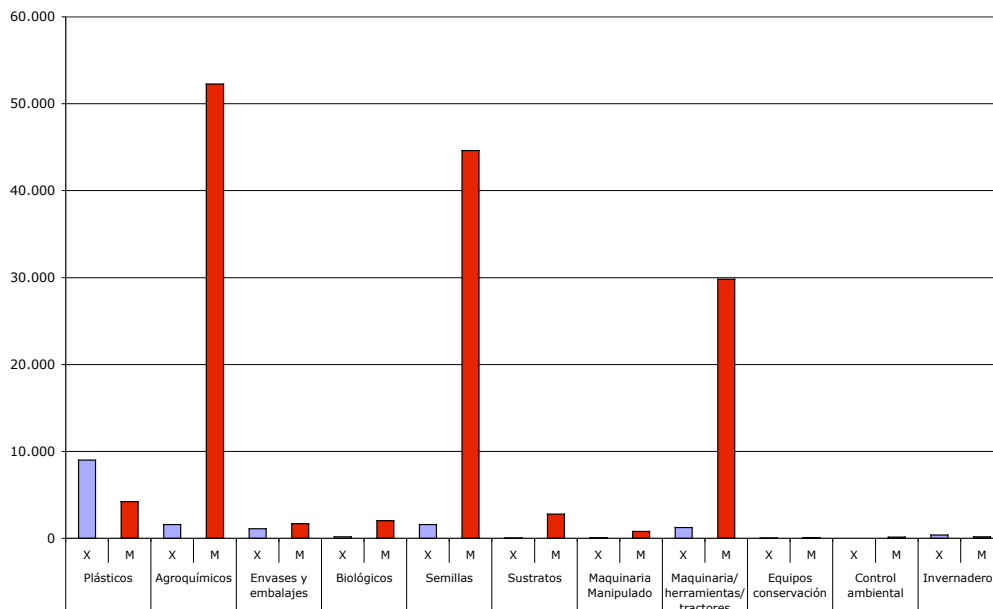
El caso más destacado es el de las estructuras de invernaderos, con una tasa del 1.858,38%. Este elevado porcentaje encierra, sin embargo, una realidad mucho menos esplendorosa de lo que parece a simple vista. Lo que sucede, en realidad, es que casi la totalidad de las estructuras de invernadero que se construyen en la provincia se realizan con materiales autóctonos, por lo que apenas se importan más que algunas de diseño más complejo. Por otro lado, se han realizado en los últimos años algunas operaciones de exportación de estructuras que han supuesto para el período analizado una media de 377,7 miles de euros (algo más de 60 millones de pesetas).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Dirección General de Aduanas

Gráfico 6: Tasas de cobertura medias del período 1998-2003 del ISA

Para hacerse una idea de los niveles de magnitud en los que se mueve el sector, se ha realizado el gráfico 7, en el que se representan los valores medios que para cada rúbrica y para el período 1998-2003 toman las exportaciones y las importaciones.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Dirección General de Aduanas

Gráfico 7: Magnitudes medias de exportación e importación para el período 1998-2003

La contrastación de la información aportada por los dos cuadros pone de manifiesto que los únicos sectores que han apostado de manera decidida por la internacionalización (al menos por la exportación) han sido el de los plásticos (que han logrado una tasa de cobertura positiva), y muy por detrás los agroquímicos, las semillas y la maquinaria, aunque presentan volúmenes de importación muy elevados. Merece la pena destacar también el caso de los envases y embalajes que han logrado una tasa de cobertura de casi el 88%.

No obstante, los volúmenes de exportación logrados siguen siendo modestos si se ponen en relación, por ejemplo, con los logrados por la industria del mármol. Parece claro, por tanto, que las empresas del sector se encuentran con serias dificultades a la hora de la internacionalización, problemas que, a falta de contrastación empírica, podrían estar relacionados con la dimensión de las empresas, así como con el fuerte compromiso creado con el sector agrario provincial.

Esta situación se antoja un nudo gordiano de difícil solución, si no se obtiene dimensión, no se facilita la exportación y, si no se exporta, no se obtiene dimensión. Y, dentro del mercado local es complicado lograrlo de forma rápida, ya que la velocidad de expansión del mismo se ha enfriado bastante. Sin embargo, la internacionalización del sector se ha convertido en una opción estratégica irrenunciable. La razón de esta afirmación se encuentra en las oportunidades que están surgiendo en las nuevas zonas productoras, oportunidades que, de no ser aprovechadas por las empresas de la provincia, bien podrían ser cubiertas por otras empresas que, a la larga, y empujadas por el proceso de creciente liberalización de los flujos comerciales podrían llegar a convertirse en competidoras dentro del mercado almeriense. La internacionalización también serviría para aliviar el previsible aumento de las tensiones competitivas que se suelen producir en mercados maduros.

¿Cuál debe ser la vía, pues, para consolidar este importante sector de cara al futuro? La respuesta ya la han aportado algunas empresas. Hay otra vía para aumentar la cifra de negocio y, con ella, la dimensión de estas compañías: dada la naturaleza de las actividades, es posible la venta de los productos y servicios, con ligeras variaciones a otros sectores productivos distintos de la

agricultura, lo que abre posibilidades en nuevos mercados, ayuda a generar imagen de marca y disminuye los riesgos de una excesiva dependencia monosectorial. Es el caso de las empresas de informática, que han adaptado sus soluciones de almacenamiento y gestión a otros sectores, o de la industria del plástico, que puede producir cajas para usos no agrícolas. O de las empresas de embalajes de cartón. O, incluso, de las fabricantes de maquinaria.

Con todo, este tipo de opción no garantiza la supervivencia a largo plazo de los negocios, ya que la velocidad de los cambios en las condiciones económicas y de mercado aconsejan cursos de acción paralelos. No hay que olvidar, tal y como hemos mencionado más arriba, que las ventajas en costes de las economías de los países desarrollados son difíciles de mantener, a no ser que se sustenten en diferenciales de productividad que normalmente están vinculados a fuertes inversiones en capital productivo.

De cara a mantener un pujante sector productivo, las empresas del clúster deben invertir en el logro de ventajas competitivas en propiedad, o de difícil obtención por parte de los competidores. Esto sólo hay dos formas de lograrlo. Una es a través de patentes, que requieren una inversión previa en I+D+I. Otra es la diferenciación del producto a través de dotar a los productos y servicios de propiedades intangibles que lo hagan más atractivo a los clientes.

Una y otra vía requieren la puesta en juego de fuertes cantidades de inversión. Y, otra vez, la dimensión se presenta como principal dificultad para enfrentar este reto.

Sin embargo, una de las ventajas principales de los sistemas productivos locales es la existencia de fuertes relaciones entre las distintas empresas, la existencia de un conjunto de valores comunes y de conocimientos tácitos. Una buena fórmula de sacar partido a estas características es la cooperación empresarial, bien sea de carácter horizontal (empresas de un mismo subsector que, por ejemplo, investigan sobre las propiedades de un determinado material) o vertical (creación de canales comerciales por los comercializar paquetes completos de bienes y/o servicios).

En resumen, las palabras clave para el futuro del sector de la Industria y los servicios auxiliares de la agricultura son: dimensión, internacionalización, innovación en productos y mercados y cooperación.

Almería, noviembre 2004

David Uclés Aguilera

SERVICIO DE ESTUDIOS

CÁMARA DE COMERCIO DE ALMERÍA