

# EL DISTRITO AGRO-COMERCIAL DEL CAMPO DE DALÍAS (ESPAÑA)

Pedro Caldentey Albert

Departamento de Economía Agraria. Universidad de Córdoba, España.

## INTRODUCCIÓN

En la primera parte del presente trabajo se analizan distintas aportaciones teóricas sobre la importancia de considerar el territorio en su relación con la actividad económica. En particular se analizan las aportaciones, sobre todo italianas, relativas al concepto de "distrito industrial", introducido por Alfred Marshall a principios de siglo y reconsideradas mucho tiempo después por economistas y sociólogos, y a los conceptos de "distrito agroindustrial" y "distrito agrícola" introducidos por economistas agrarios.

En la segunda parte se aplican estos conceptos a la zona de producción y comercialización de hortalizas del Campo de Dalías en la provincia de Almería.

En relación con el presente trabajo, queremos indicar que en los años sesenta conocimos por primera vez la actividad de producción y comercialización de hortalizas en las zonas costeras de las provincias de Almería, Granada y Málaga, llamándonos la atención sobre todo dos características importantes que representaban innovaciones locales introducidas de una forma espontánea por parte de los agentes locales. Una era el sistema de producción de los «enarenados» y otro el sistema de venta por subasta a la baja en las «alhóndigas». Desde entonces la situación ha evolucionado notablemente tanto en volumen de producción y comercialización como en características de funcionamiento, evolución a la que hemos intentado hacer un seguimiento a través de distintos métodos entre los cuales queremos destacar la elaboración de trabajos dirigidos por nosotros y elaborados por estudiantes de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos de Córdoba, entre los cuales el proyecto fin de carrera de Antonio Morales en 1984, los trabajos profesionales fin de carrera de Roberto García Torrente, 1993 y Luis Miguel Fernández Sierra, 1997 y el trabajo de la estudiante de la Universidad de Wageningen, Anne de Jonge, trabajo este último dirigido conjuntamente con el profesor Peter Zuurbier, de la indicada Universidad. A todos ellos nuestro reconocimiento porque sus trabajos aportan importantes informaciones, algunas de las cuales se han utilizado en el presente trabajo.

## PRIMERA PARTE: TERRITORIO Y DISTRITOS INDUSTRIALES

### 1. ACTIVIDAD ECONÓMICA, ESPACIO Y TERRITORIO

El tema del espacio en economía ha sido tratado sobre todo por una rama de la teoría económica conocida por el nombre de «teoría de la localización», cuyo antecedente más remoto es la obra del alemán Von Thünen publicada en 1826, sobre la distribución de cultivos alrededor de una ciudad aislada, siendo de destacar las aportaciones de otros autores como Weber, Lösch, Palander, Christaller, etc. Además de estas aportaciones que podemos definir como clásicas hay que hacer referencia a otras aportaciones de otros autores más modernos, posteriores a los años 40 ó 50, pudiéndose citar entre otros a Isard, Hoover, Greenhut, Takayama, Judge, Alonso (W.) etc., una gran parte de los cuales aplican métodos de programación matemática.

En estos estudios un elemento importante es el de los costes de transporte que, junto a los costes de producción, son determinantes para la localización de la actividad económica.

Son por otra parte abundantes las aplicaciones de la teoría de la localización a la agricultura y a las industrias agrarias pudiéndose destacar obras de autores como Mighell y Black, Dunn, Bressler y King, Stollsteimer, Heady, Olson, Williamson (J.C.), etc. También en España ha sido ampliamente aplicada esta teoría a la agricultura y a la industria agraria, pudiéndose citar a autores como Alonso Sebastián, Ballester, Caldentey, Gómez (Ana Cristina), Juárez, Ramos (E.) Romero (C.), etc. Se trata de estudios basados en espacios continuos o espacios discretos siendo también, para estos últimos casos, ampliamente aplicada la programación matemática. Los distintos estudios se aplican tanto a problemas de tipo normativo como a problemas de tipo descriptivo o positivo.

Pero el espacio considerado por la mayor parte de los autores de la teoría de la localización es un concepto de carácter eminentemente físico, de manera que la distancia determina la cuantía de los costes de transporte y éstos determinan la localización óptima de cultivos e instalaciones de transformación, sin perjuicio de que en muchos casos se considere además la existencia de economías externas, diversas según los distintos puntos del es-

pacio, que dan lugar a diferencias en costes de producción y que por tanto también influyen sobre la localización. Se trata de un planteamiento que al introducir los costes de transporte mejora notablemente la explicación de fenómenos de localización y de equilibrio espacial pero que en gran número de casos presenta importantes limitaciones para dicha explicación, limitaciones que coinciden con las que presenta el paradigma neoclásico, dentro del cual se encuentra esta teoría.

Desde hace tiempo es cada vez más utilizado el término «territorio» que difiere sensiblemente del término más tradicional de «espacio». Se trata de un concepto complejo y cuyo significado presenta matices diferentes según los distintos autores y según las distintas corrientes económicas más o menos ortodoxas o heterodoxas existentes en la actualidad. El territorio incluye no solamente aspectos físicos sino también aspectos humanos y organizacionales y relaciones económicas y no económicas.

De entre las teorías que ofrecen aportaciones interesantes para el nuevo concepto de territorio destaca la de los institucionalistas americanos de los años 20-40, que abandonan el método individualista de la teoría ortodoxa y destacan la importancia de la acción colectiva (holismo) y que endogeneiza a las "instituciones" en el funcionamiento de la economía, mientras que para la teoría neoclásica se trataba de elementos exógenos. El concepto de «institución» incluye organizaciones colectivas pero sobre todo incluye normas de comportamiento, códigos de conducta, formas de pensar, valores, convenciones, etc. (Corei, 1995). Esta teoría ha sido reconsiderada a partir de los años setenta habiendo sido la base de la llamada "economía neoinstitucionalista" representada por distintos autores (Coase, North, Williamson, etc.)

Otra teoría que también ofrece interesantes aportaciones es la teoría de las convenciones, desarrollada principalmente por economistas franceses (Boyer, Coriat, Orlean, Aglietta, Gómez, etc.). Una convención es un conjunto de criterios o reglas en los que se basa el individuo en el momento de tomar una decisión.

Rallet y Torre (1995: 28), basándose en las dos teorías citadas, se expresan de la siguiente forma en relación con el territorio:

"El territorio está identificado a un conjunto de reglas, más o menos institucionalizadas, más o menos codificadas, basadas en representaciones colectivas y que inscriben a individuos y organizaciones en un cuadro de acción común. La noción de territorio recibe así un contenido; no es tanto un sistema productivo como un conjunto de instituciones o de convenciones generando relaciones económicas particulares entre las organizaciones o los individuos que forman parte de él. El desarrollo de formas institucionales es así la condición de la existencia o del reforzamiento de un tejido económico local. Las instituciones o convenciones locales constituyen en particular el cuadro favorable al desarrollo de procesos cognoscitivos entre los agentes. Ellos favorecen el aprendizaje organizacional que implican los distintos tipos de interacciones sobre los cuales reposan los procesos de innovación".

El concepto de territorio ha sido ampliamente tratado por los economistas agrarios en los últimos años, destacando sobre todo los economistas agrarios franceses, que relacionan dicho concepto principalmente con la calidad de los productos y con

los productos típicos (Varios Autores, 1994). Estos últimos, junto a otros científicos (geógrafos, biólogos, tecnólogos, antropólogos, etc.) utilizan, además, el término «terroir» que, según Berard y Marchenay (1996) sus primeros testimonios se remontan al siglo XIII y «es en principio sinónimo de espacio de tierra, de territorio, término del cual sería una alteración», pero que en la actualidad tiene una pluralidad de significados pudiendo incorporar la dimensión humana, la dimensión temporal y sus relaciones con el lugar. Un término derivado del anterior es el de «produit du terroir» (producto de la tierra), producto típico o producto tradicional que puede definirse como un producto «ligado espacialmente a un territorio y culturalmente a unas costumbres o modos, con un mínimo de permanencia en el tiempo y debiendo poseer unas características cualitativas particulares que le diferencien de otros productos» (Caldentey y Gómez, 1996)

## 2. LOS DISTRITOS INDUSTRIALES

El tema de los distritos industriales fue enunciado por primera vez por Alfred Marshall al introducir el concepto de economías externas. Becattini (1979) recoge los siguientes párrafos de Marshall (1919): «las ventajas de la producción a gran escala pueden en general ser conseguidos agrupando en un mismo distrito un gran número de pequeños productores o construyendo pocos grandes talleres», y añade «para muchos tipos de mercancías es posible subdividir el proceso de producción en varias fases, cada una de las cuales puede ser realizada con la máxima economía». Becattini añade que Marshall conocía el tipo de desarrollo producido en los distritos textiles y metalúrgicos de Gran Bretaña en el siglo XIX.

El tema no había sido ulteriormente tratado hasta que economistas y sociólogos italianos lo replantean de nuevo a partir de finales de los años setenta pero sobre todo en los años ochenta a raíz de la observación de un fenómeno que se producía en Italia en las regiones del Centro y Nordeste del país en donde en los años setenta existía una serie de núcleos urbanos de tamaño medio de población, en los que se habían desarrollado pequeñas y medianas empresas manufactureras especializadas en una actividad determinada que competían a nivel internacional pero en general se trataba de productos distintos a los que producían las grandes empresas transnacionales. No producían automóviles en serie ni productos químicos, sino bienes de consumo fabricados en pequeñas series e incluso utensilios y bienes de inversión para dichas producciones (Bagnasco, 1995). Este fenómeno ha recibido el nombre, introducido por Bagnasco, de la «terza Italia», que hace referencia a la aparición de un tercer sistema de producción distinto de los dos sistemas dominantes: uno basado en las grandes empresas organizadas en base a cadenas de montaje de tipo fordista o postfordista y que competían a nivel internacional, localizadas principalmente en el nor-oeste del país; otro basado en pequeñas empresas de tipo artesanal dedicadas a producir para el mercado local. Este fenómeno también ha sido estudiado en otros países pero Italia ha sido siempre el caso más típico (Bagnasco y Trigilia, 1988).

En distintos estudios se hace referencia a la existencia de un gran número de distritos industriales en la región indicada

que algunos cifran en unos sesenta, pudiéndose citar, entre otros, a los siguientes productos y lugares: materiales de cerámica en Sassuolo, textiles en Prato, miniaccerías en Brescia, calzado en Ancona, industria de seda de alta costura en Como, maquinaria agrícola en Reggio Emilia, etc.

Uno de los autores que han tratado el tema de una forma más extensa es Giacomo Becattini, profesor de la Universidad de Florencia, que define al distrito industrial como «una entidad socio-territorial caracterizada por la presencia activa de una comunidad de personas y de una población de empresas en un espacio geográfico e histórico dado» (Becattini, 1992).

Siguiendo a Becattini y a otros autores, podemos indicar que los principales rasgos del distrito industrial son los siguientes:

- existe una actividad económica dominante; esta actividad principal es descomponible en fases

- el sistema de producción ha pasado de una autosuficiencia del mercado local a un excedente de producción por lo que destina una parte importante de la misma al mercado externo (nacional e internacional)

- existen empresas auxiliares para el suministro de *inputs* y para prestación de servicios varios

- dominan las pequeñas y medianas empresas

- las empresas están especializadas en una fase, aunque también existe integración vertical

- existen importantes relaciones entre empresas, de tipo vertical (entre empresas de distintas fases del proceso de producción), de tipo horizontal (entre empresas de la misma fase) o transversales (con empresas de suministro y de servicios)

- es frecuente la externalización de actividades y servicios por parte de las empresas, por contratación con otras empresas

- existe un sistema de valores relativamente homogéneo en la población así como instituciones y reglas que los respetan

- existe en las empresas y en las personas un sentimiento de «identificación» o de consciencia de formar parte del distrito y de la comunidad que lo constituye. Se trata de un concepto similar al de «atmósfera industrial», término utilizado por Marshall.

- hay una cierta variedad de situaciones profesionales: trabajo asalariado (a tiempo total o parcial), trabajo a domicilio, trabajadores independientes, jefes de empresa, etc. y movilidad de trabajadores entre situaciones.

- existe competencia entre las empresas pero también solidaridad para distintos problemas

- existe interés hacia la adopción de innovaciones e incluso hay un progreso técnico de origen endógeno

En general se considera que en el desarrollo de los distritos industriales el papel de las autoridades locales y regionales no ha sido principal, pero se acepta su contribución al haber procedido a crear infraestructuras, escuelas profesionales e incluso centros de investigación.

### 3. DISTRITOS AGROINDUSTRIALES Y AGROCOMERCIALES

El concepto de distrito industrial ha sido tratado por un cierto número de economistas agrarios italianos (Cecchi, 1992; Mora e Mori, 1995; Fanfani y Montresor, 1991 y 1992; Fanfani, 1992; Iacoponi, 1990, 1993 y 1994 y otros) que han introducido el término de «distrito agroindustrial», aplicado a la industria agroalimentaria y que en general se considera que debe estar constituido por empresas agrícolas, empresas de transformación y empresas de suministro de *inputs* localizadas en un determinado territorio, concepto que está en concordancia con las nuevas tendencias que consideran que el sector agrario está integrado en el llamado sistema agroalimentario; también se admite como distritos agroindustriales a agrupaciones locales de empresas agroindustriales que adquieren el producto agrario en otras localidades y que por tanto tienen poca relación con la producción agraria local e incluso algunos autores (Cecchi, 1992) consideran que este caso es el de un distrito agroindustrial, mientras que al caso citado en primer lugar le denominan «distrito agrícola». Otros autores hablan de «distrito agrícola» cuando se trata de una integración a nivel local de la producción agraria y del suministro de *inputs* (Iacoponi, 1990) o bien cuando la fase de transformación es de tipo artesanal, como es el caso de distritos en los que domina la producción hortofrutícola o florícola (Carbone, 1992). En todo caso ambos conceptos son derivados del concepto general de distrito industrial antes enunciado y se considera que cumplen las características antes indicadas. Cuando la producción está extendida en una dimensión territorial amplia no se puede hablar de distritos al no poderse cumplir algunos de los requisitos.

Una de las limitaciones de la aplicación del concepto de distritos industriales a la agricultura y a la agroindustria es que el proceso de producción es divisible en pocas fases o que la agricultura, por su relación estrecha con el factor tierra, puede estar muy dispersa en el espacio.

Los casos más analizados en Italia son el queso Parmigiano-Reggiano, la producción de embutidos y jamón en la provincia de Modena, el jamón de Parma, la producción avícola de Forlì, el vino de Chianti, etc.

El tema de los distritos industriales y de los distritos agroindustriales ha sido poco estudiado en España. Caldentey y Gómez (1996) tratan los distritos agroindustriales al analizar la relación producto-territorio en el caso de productos típicos, con especial referencia a Andalucía.

Llegados a este punto y teniendo en cuenta las definiciones de los distintos autores italianos citados en los párrafos anteriores nosotros consideramos que la manipulación de frutas y hortalizas en centrales hortofrutícolas y en otras instalaciones es un proceso equivalente al de la industrialización o transformación física de otros productos agrarios. Por tanto si cumplen las condiciones indicadas para los distritos, deberían ser incluidos en el concepto de distrito agroindustrial, reservando el término de distrito agrícola para el caso de agrupación geográfica de empresas agrícolas y empresas de *inputs*, cuando no existen empresas de transformación ni de manipulación.

No obstante y para tener en cuenta las posibles diferencias entre ambos tipos de distrito, en un trabajo anterior introducíamos el término de «distrito agro-comercial», término que mantenemos en el trabajo presente para referirnos al caso de zonas dedicadas a la producción de frutas y hortalizas destinadas al consumo en fresco y en donde, junto a las empresas agrícolas, existen centrales hortofrutícolas dedicadas a la preparación y expedición hacia mercados nacionales o internacionales, así como empresas suministradoras de inputs y de servicios para las anteriores. Este es el caso de la producción de hortalizas en el Campo de Dalías de la provincia de Almería.

## SEGUNDA PARTE: APLICACIÓN AL CAMPO DE DALÍAS

### 4. DATOS BÁSICOS

La provincia de Almería ha pasado a ser la primera provincia productora de hortalizas de España con unas 40.000 hectáreas en el año 1996, de las cuales unas 25.000 son cultivadas en invernadero, lo que representa más de la tercera parte de la superficie total de cultivos protegidos de todo el país.

Según datos recogidos por Fernández Sierra (1997), la producción alcanzó en 1996 una cifra de 2.173.000 Tm, con un incremento sustancial en los últimos años. La producción está dirigida fundamentalmente hacia la exportación a la que se destinan 1.133.000 Tm (el 52 por cien de la producción), con un aumento importante en los últimos años ya que en 1991 la cifra era de 552.000 Tm. El resto va destinado al mercado nacional (el 48 por cien de la producción) que, aunque ha ido adquiriendo importancia en volumen y exigencias de calidad, sigue siendo un mercado secundario.

El valor en origen de la producción total fue de 175.000 millones de pesetas, correspondiendo 120.000 millones a la parte destinada a la exportación. Otro dato a destacar es que la exportación de hortalizas procedentes de la provincia de Almería representa el 41 por cien de la exportación total española de hortalizas. Los datos anteriores sirven para afirmar que la provincia de Almería es la provincia española más importante en horticultura y una de las principales de Europa.

Existen tres zonas importantes de producción de hortalizas en la provincia: el Campo de Dalías, el Campo de Níjar y la zona del Bajo Almanzora, siendo la primera de ellas la más importante, estimándose que representa el 80 por cien de la producción provincial.

La zona agrícola del Campo de Dalías comprende una franja de terreno que se extiende a lo largo de la costa con una longitud de unos 54 Km y una anchura máxima de 14 Km. Se extiende por los términos municipales de Adra, Berja (núcleo de Balanegra), El Ejido, La Mojónera, Vúcar y Roquetas de Mar.

El cultivo en regadío es la base de la producción hortícola de la zona con unas 21.500 ha, de las cuales unas 18.000 ha son bajo invernadero, tratándose por tanto de cultivos altamente intensivos en empleo de medios de producción. Los productos más importantes son tomate, pimiento, sandía, melón, pepino, calabacín, judía verde, berenjena, etc. El calendario de recolección corresponde principalmente al período octubre-junio, correspondiendo a productos de fuera de estación que encuentran

poca competencia en los mercados nacionales y europeos, excepto en algunos casos.

Es evidente que la zona tiene una serie de características de temperatura que la hacen adecuada para la producción de hortalizas fuera de estación y que le conceden «ventajas comparativas» respecto a otras zonas de España y de Europa. Sin embargo existen limitaciones importantes como la poca precipitación que da lugar a una escasez de agua y la mala calidad de la misma, así como la mala calidad del suelo.

Pero las ventajas comparativas no son suficientes para explicar el rápido desarrollo económico de la producción en esta zona que ha llevado a la provincia a ganar muchos puestos en el ranking de provincias españolas clasificadas según la renta *per cápita*.

### 5. UN DISTRITO AGRO-COMERCIAL

Nuestra tesis es que se han producido una serie de circunstancias por las cuales la zona del Campo de Dalías ha funcionado como un distrito industrial o agro-comercial, de forma análoga a lo ocurrido en los distritos industriales de la «terza Italia». En efecto en el Campo de Dalías se dan gran parte de las circunstancias que se han analizado anteriormente al describir los distritos industriales.

El desarrollo ha sido espontáneo y progresivo, creándose poco a poco economías externas (externas a las empresas pero internas a la zona) que han ido apoyando la producción y comercialización de las hortalizas, superándose las limitaciones relativas a suelo y agua, por acción del dinamismo de las personas y empresas, creándose poco a poco la «atmósfera industrial» («atmósfera agrocomercial» en nuestro caso) de la que hablaba Alfred Marshall. En algunos distritos italianos la población tiene sus raíces en la población procedente de explotaciones agrarias familiares, con la aparcería en general como sistema de tenencia de la tierra, que consideraban el trabajo como un valor primario para mejorar sus condiciones socio-económicas y que estaban habituados a la toma de decisiones (Mora y Mori, 1995); pero ésta no es una condición básica de todos los distritos. En el caso del Campo de Dalías no existen estas raíces, existiendo por el contrario una situación en cierto modo opuesta ya que gran parte de los agricultores, así como las personas dedicadas a otras actividades, proceden de otras regiones, de manera que la población de la zona ha experimentado un aumento continuo debido principalmente a la inmigración. Sin embargo, a falta de otros estudios que investiguen el tema con mayor profundidad, creemos que se puede afirmar que la mayor parte de la población relacionada con el sector está identificada con la problemática general.

Por otra parte se puede afirmar que la población está distribuida en una gran variedad de actividades con un nivel profesional relativamente elevado y con posibilidad personal de paso de algunas actividades a otras, lo que introduce un elemento importante de flexibilidad.

## 6. LAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES

Las figuras fundamentales de la expansión hortofrutícola han sido las siguientes:

Por una parte un número creciente de pequeños agricultores de tipo familiar, productores de hortalizas, con superficies que en general no alcanzan las dos hectáreas, existiendo además algunas explotaciones mayores que utilizan mano de obra asalariada, concentrado en un territorio relativamente pequeño.

Por otra parte las «alhóndigas», locales de propiedad privada adonde acudían los agricultores con sus productos y en donde se procedía a la subasta a la baja. Los compradores eran comisionistas o agentes que compraban por cuenta de asentadores de los mercados centrales españoles o por cuenta de exportadores de las zonas tradicionales de Valencia y Murcia; también existían pequeños mayoristas de origen o camioneros que compraban por cuenta propia. Las "alhóndigas" fueron desarrollándose de una forma paralela al aumento de la producción, alcanzando en los años setenta un número de 88 (Unciti, 1973). En muchas ocasiones se ha atacado a las alhóndigas en el sentido de ser consideradas como unas organizaciones que explotaban a los agricultores haciendo acuerdos con los compradores y manteniendo una situación poco transparente debido a un funcionamiento un tanto especial de la subasta. Sin embargo interesa subrayar que gracias a las «alhóndigas» se pudo producir la expansión hortícola de la zona. Estas permitieron la salida de unos productos con producción creciente y por otra parte actuaron como financiadores de los agricultores para sus medios de producción.

Las "alhóndigas" siguen existiendo en la actualidad pero en un cierto momento se produjo una concentración de ellas de manera que su número ha disminuido estimándose actualmente en unas 25; al mismo tiempo han modernizado sus instalaciones. A través de ellas se comercializa alrededor del 50 por cien de la producción, porcentaje que ha ido disminuyendo e lo largo del tiempo ya que a principios de los años ochenta se estima que a través de ellas pasaba un 80 por cien de la producción hortícola de la zona (López García, 1982). En la actualidad la mayor parte de los productos que se venden en las alhóndigas se dirigen al mercado interior.

Un fenómeno relativamente reciente es la creación por parte de los dueños de las alhóndigas de almacenes de exportación suministrándose a partir de los productos de su propia subasta.

A partir de un cierto momento el agricultor pasa a tener una participación más activa en la comercialización con la creación de Cooperativas y Sociedades Agrarias de Transformación (SAT), que tienen sus propias instalaciones de manipulación y destinan sus productos principalmente a la exportación: tras momentos de retroceso como consecuencia de algunos fracasos, actualmente se han consolidado y han llegado a representar un 45 por cien de la exportación. Los productos provienen de los agricultores socios y de agricultores colaboradores o asociados, figura que es permitida en la ley de cooperativas.

Por otra parte existen sociedades anónimas que exportan su propia producción y la de una serie de agricultores (proveedores), con los que mantienen unas relaciones de continuidad. También existen delegaciones de empresas de centros de destino o

corredores y pequeños comerciantes que compran productos para las grandes empresas de centros de consumo.

En conjunto existían, en 1996, 116 empresas de comercialización de hortalizas, de las cuales 41 eran Sociedades Cooperativas o SAT, 42 sociedades anónimas (incluyendo "alhóndigas") y las 33 restantes tenían otras formas jurídicas (Fernández Sierra, 1997). Son en todo caso pequeñas y medianas empresas.

Es decir, que existe una especialización de las distintas fases de la producción-comercialización: producción de hortalizas, subastas, manipulación de productos, exportación y expedición, con importantes relaciones mercantiles y no mercantiles de carácter vertical a través de las cuales se transmite la información, siendo muy importantes los casos de integración vertical (cooperativas y SAT de agricultores para la exportación, "alhóndigas" con almacenes de exportación, etc.).

Son también muy importantes las relaciones horizontales entre agentes, destacando las relaciones entre agricultores por medio de las 41 cooperativas y SAT de agricultores antes indicadas y las tres asociaciones de empresas de comercialización, COEXPHAL, ECOHAL y APAL, esta última constituida por cooperativas, a través de las cuales también se transmite información y se realizan actividades conjuntas de tipo variado (promoción, asesoramiento jurídico, tramitación de ayudas, representación, etc.).

Los estudiosos de los distritos industriales están de acuerdo en que la aparición de grandes empresas dentro del mismo puede provocar una ruptura de su funcionamiento dado que puede llegar a adquirir un poder determinante y romper las relaciones anteriormente existentes. En el caso de Almería es de destacar la introducción en los años setenta de una gran empresa «Tierras de Almería», con capital procedente de entidades bancarias y de empresas multinacionales, que llegó a tener una cierta importancia (600 has de invernaderos) pero que desapareció a causa de sus malos resultados económicos. En su desaparición pudo influir sin duda la dificultad de integrarse en la dinámica propia del distrito.

La expansión de las empresas de producción y comercialización de hortalizas ha ido acompañada por la creación de empresas que hemos denominado como auxiliares, es decir que suministran *inputs* y servicios varios y cuya función es decisiva para el funcionamiento de la actividad principal. Es el caso de entidades bancarias y de seguros, empresas de transporte, empresas de envases, de fabricación de plásticos, de suministro de semillas, fertilizantes, pesticidas, de refrigeración, de hidráulica etc. A las relaciones, mercantiles y no mercantiles, de tipo vertical y horizontal antes indicadas hay que añadir las relaciones transversales entre empresas de producción y comercialización y empresas auxiliares y que han sido tan importantes como aquéllas.

## 7. INNOVACIONES

El tema de las innovaciones técnicas y organizacionales es considerado de gran importancia en los distritos industriales. En el caso de la producción hortícola de Almería se pueden referir

bastantes elementos relacionados con este tema. Uno de los más característicos es el del sistema del «enarenado», tecnología popular de utilización tradicional en la zona cuyas primeras referencias se sitúan en 1870 en la zona costera de la provincia de Granada (Morales, 1984), consistente en cubrir la tierra con una capa de estiércol y una capa de arena, con lo cual se disminuye la evaporación y se ahorra agua de riego, se consigue adelantar la maduración por el efecto de aumento de la temperatura, se eliminan las malas hierbas e incluso se consigue eliminar el efecto de la salinidad de las aguas (Morales, 1984; García Torrente, 1993). Este sistema está evolucionando hacia la sustitución de la arena por estratos inertes, con lo cual se ha pasado a utilizar las técnicas de cultivos hidropónicos.

Otra innovación importante es la relativa al cultivo bajo plástico que empezó a introducirse a finales de los años sesenta, siendo de destacar la creación de un invernadero típico de la zona basado en una estructura de eucalipto y alambre galvanizado similar a la que se ha utilizado tradicionalmente en la provincia en los parrales para producción de uva de mesa, cubierto con polietileno. Se trata de un invernadero adaptado a las necesidades de la zona, sin calefacción, aprovechando la irradiación del calor durante el día y evitando la baja de temperaturas por la noche. En la actualidad se están sustituyendo por estructuras metálicas.

Aparte de estas dos innovaciones que podríamos definir como endógenas, la zona adopta rápidamente las otras «innovaciones de proceso», sean de conocimiento general, sean promovidas por las empresas suministradoras de *inputs*: es el caso de riego por goteo, fertirrigación, lucha contra plagas, maquinaria de manipulación, informatización, etc. Algunos conocedores del sistema de producción-comercialización de hortalizas de Almería consideran que el nivel tecnológico de la zona es el más desarrollado de España, aunque se acepta que sigue siendo más bajo que el de Holanda.

La información que circula a nivel horizontal, vertical y transversal permite por otra parte tomar las decisiones relativas a innovación de producto relativa a introducción de nuevos productos o la adopción de nuevas variedades, formas de presentación, tipos de envases, etc.

Aparte de las innovaciones de proceso y de producto, son de gran importancia las innovaciones de tipo organizativo y en este sentido hay que destacar como innovación propia de la zona el sistema de alhóndigas antes descrito, con evolución a lo largo del tiempo (concentración, adopción de los «relojes» de tipo holandés, etc.). Dentro de las innovaciones de tipo organizativo hay que incluir la creación de las cooperativas y SAT, que aparte de establecer modernas instalaciones de manipulación han establecido técnicas de gestión con servicios comerciales y de comunicación, servicios de asesoramiento a sus socios y colaboradores, sistemas de planificación de la producción, contratación de técnicos, etc. También entra en las innovaciones organizativas la creación de asociaciones de empresas.

También en el plano organizativo hay que destacar que las cooperativas y SAT procedieron en su momento al registro como Agrupaciones de Productores, según la ley española de 1972 y al

registro como OPFH, después del ingreso de España en la Comunidad Económica Europea. Después de la modificación de la O.C.M. del año 1996, las cooperativas y SAT han procedido a atender a los nuevos requisitos establecidos en la misma. Un caso importante de innovación organizativa es la reestructuración legal de las alhóndigas, creando SAT's, al objeto de que sus agricultores colaboradores puedan obtener los beneficios de la OCM, beneficios que estaban limitados a los miembros de cooperativas y SAT (Fernández Sierra, 1997).

#### 8. EL PAPEL DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

En cuanto a la participación de la administración pública hay que destacar sobre todo la actividad del antiguo Instituto Nacional de Colonización que en los años cincuenta procedió a la apertura de pozos y por tanto al suministro del agua, elemento básico para la producción, así como a las ayudas a los agricultores. Se pueden citar por otra parte las ayudas y subvenciones públicas, el crédito oficial, la construcción de autovías y carreteras para facilitar el transporte, el establecimiento de agencias de extensión agraria y de estaciones de investigación agraria, la creación de centros de formación profesional y de la Escuela de Ingenieros Técnicos Agrícolas, transformada posteriormente en Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos, etc. También hay que destacar la labor realizada por instituciones provinciales como la Diputación y la Cámara de Comercio. Todas estas acciones han contribuido sin duda a la expansión de la actividad de la zona pero no han sido pioneras ni han desempeñado un papel de primer orden, sino que en muchos casos han ido por detrás de las iniciativas privadas, salvo la actuación antes indicada del Instituto Nacional de Colonización.

Una iniciativa pública especial por ser de acción directa fue la creación en los años setenta de la empresa Mercoalmería S.A. con capital mayoritario de la Empresa Nacional MERCASA que estableció tres almacenes de manipulación de hortalizas y que procedía a la exportación directa con liquidación posterior a los agricultores, de forma similar a la de las cooperativas. Tuvo una cierta importancia dado que sus centrales hortofrutícolas fueron las más modernas de la zona, cuando las cooperativas tenían poca importancia, aumentó la transparencia del mercado y promovió una reacción de los alhondiguistas que procedieron a modernizar sus instalaciones y a concentrarse; en años sucesivos perdió importancia relativa ante la expansión de las cooperativas y desapareció en los años noventa como consecuencia de la desaparición de la empresa matriz.

#### CONCLUSIONES

Consideramos que el concepto de distrito industrial o de distrito agro-comercial, descritos en la primera parte y aplicados al Campo de Dalías en la segunda, permite una comprensión de la evolución producida en los últimos años en la producción-comercialización de hortalizas o por lo menos una mejor comprensión que la que permite la simple consideración de los principios básicos del paradigma neoclásico.

Interesa por otra parte señalar que mientras la teoría económica neoclásica no es capaz de explicar el fenómeno de los distritos industriales, éste puede ser explicado o por lo menos comprendido por las nuevas teorías neoinstitucionalistas que consideran la importancia de las reglas y normas de conducta («instituciones») en la explicación del funcionamiento de la economía, en lugar de considerar a precios y mercado como los únicos elementos que deciden en la asignación de recursos. En particular son útiles la aportación del famoso artículo de Coase (1937), presentando a la empresa y al mercado como alternativas en la asignación de recursos económicos, la aportación sobre costes de transacción de Williamson (1985) ampliando las dos alternativas de Coase con una tercera intermedia, la de los contratos, o la aportación de Richardson (1972) sobre una situación intermedia entre empresa y mercado que este autor denomina cooperación. Es evidente que el distrito industrial es un caso típico de forma intermedia entre mercado y empresa.

El concepto de distrito lleva consigo el abandono parcial del comportamiento individual (de individuos y empresas) como base del funcionamiento de la economía, aceptando la importancia del comportamiento colectivo u holístico y acepta por otra parte conceptos como el de aprendizaje colectivo, el de actuación por rutinas dinámicas (en sustitución de la maximización de beneficios en sentido absoluto) y el de confianza entre agentes (Caldentey, 1996).

En todo caso el concepto de distrito es un concepto dinámico, para cuya comprensión es preciso un análisis histórico, que puede experimentar una evolución importante a lo largo del tiempo como consecuencia de la influencia de factores socio-económicos endógenos al propio distrito (dominio de grandes empresas, pérdida de identidad, etc.) o exógenos.

El concepto de distrito, en su acepción que hemos llamado agrocomercial, basado en el territorio en su significado socio-económico, se demuestra aplicable como unidad de análisis para el caso de la zona del Campo de Dalías y seguramente puede aplicarse a otras zonas o comarcas de producción agrocomercial o agroindustrial, pero no parece que su aplicación sea generalizable a muchas otras situaciones aunque es posible que en algunos casos se puedan elaborar otros tipos de análisis basados también en la relación producción-territorio.

## BIBLIOGRAFÍA

BAGNASCO, Arnaldo. 1995. "Impresa e società nello sviluppo locale. Qualche lezione dal caso italiano". Texto de la Conferencia impartida en Córdoba. 26 octubre.

BAGNASCO, A.; TRIGILIA, C. 1988. *La costruzione sociale di mercato. Studi sullo sviluppo di piccola impresa in Italia*. Il Mulino. Bolonia.

BECATTINI, Giacomo. 1979. "Dal settore industriale al distretto industriale. Alcune considerazioni sul 'unita di indagine dell'economia industriale". *Rivista di Economia e Politica Industriale (L'Industria)* Vol 1: 7-21.

BECATTINI, Giacomo. 1992. "Le district marshallien: une notion socio-économique". *BENKO y LIPIETZ. Les régions qui gagnent*. Presses Universitaires de France. Paris: 35-55.

BERARD, L.; MARCHENAY, P. 1996. "La construcción social de los productos de la tierra". *Agricultura y Sociedad*, Monográfico dedicado a Los productos de la tierra en la Europa del Sur. No. 80-81. Julio-Diciembre: 31-56.

CALDENTEY, P. 1996. "Nuevas teorías microeconómicas y sistema agroalimentario". *CALDENTEY y MORALES Proposiciones para una interpretación de las nuevas realidades del sistema agroalimentario*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba. Córdoba: 47-74.

CALDENTEY, P.; GÓMEZ, Ana Cristina. 1996. "Productos típicos, territorio e competitividad". *Agricultura y Sociedad*. Monográfico dedicado a Los productos de la tierra en la Europa del Sur. Julio-Diciembre: 57-82.

CARBONE, A. 1992. "Integrazione produttiva sul territorio e formazione di sistemi agricolo locali". *La Questione Agraria*, No. 46: 137-16.

COASE, Ronald H. 1937. "The nature of firm". *Economica*. N.S. 4: 386-405. (Traducción española en Coase, R.H. 1994. *La empresa, el mercado y la ley*. Alianza Editorial. Madrid. Cap 2).

COREI, Thorstein. 1995. "L'economie institutionnaliste". *Economica*. Paris.

FERNÁNDEZ SIERRA, L.M. 1997. *Comercialización de hortalizas en el Poniente almeriense. Calificación de un alhóndiga en OPFH*. Trabajo fin de carrera. Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos y de Montes. Córdoba (mecanografiado).

FANFANI, R.; MONTRESOR, E. 1991. "Filieri, multinazionali e dimensione spaziale nel sistema agroalimentare". *La questione agraria*, No. 41: 165-201.

FANFANI, R.; MONTRESOR, E. 1992. "Nuevos instrumentos interpretativos para el análisis del sistema agroalimentario italiano". *Revista de Estudios Agro-Sociales*, No. 161, Julio-Septiembre: 15-53.

FANFANI, R. 1992. "Produzioni regionali e mercato internazionale". *Atti del 1º seminario di studio: De la politique agricole a la politique alimentaire en Europe et en Italie*. Association Internationale d'Economie Alimentaire et Agroindustrielle. Parma 7-8 Mayo: 205-231.

GARCIA TORRENTE, Roberto. 1993. *Canales de exportación de los productos hortofrutícolas almerienses*. Instituto de Estudios Almerienses. Almería (Resumen del trabajo fin de carrera en la Escuela Superior de Ingenieros Agrónomos de Córdoba).

IACOPONI, L. 1990. "Distretto industriale marshalliano e forme di organizzazione delle imprese in agricoltura". *Rivista di Economia Agraria* XLV, No. 4: 711-743.

IACOPONI, L. 1993. "L'impresa agraria: Attuali problemi di organizzazione e di gestione", XX Convegno di Studi della SIDEA *Quaderni della Rivista di Economia Agraria*, No. 19, Società Editrice Il Mulino. Bologna.

IACOPONI, L. 1994. "Mercato, filiere e distretto agroalimentare: Occasione di confronto per gli economisti agrari e industriali". *IACOPONI (Ed). Il sistema del Parmigiano-Reggiano*. Il Mulino. Bologna: 9-37.

JONGE, Anne Marie de. 1996. *The commercialising of tomatoes in Almería, Spain*. Trabajo de curso (Mimeo). Trabajo resultante de una colaboración de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos de la Universidad de Córdoba y la Universidad de Wageningen, Países Bajos.

LÓPEZ GARCÍA, José Luis. 1982. "Aspectos de estructura y conducta de las alhóndigas de Almería". *Información Comercial Española (Boletín semanal)*. Marzo: 125-128.

MARSHALL, Alfred. 1919. *Industry and Trade*. McMillan. Londres.

MONTRESOR, E.; MARSEGLIA, F. 1996. "Le dinamiche dei sistemi locali nell'avicoltura italiana". *Fanfani, Green, Pecci y Rodriguez Zúñiga (Ed). I sistemi di produzione della carne in Europa*. Quaderni della Questione Agraria. Franco Angeli. Milan: 98-133.

MORA, C. ; MORI, S. 1995. "Sulle tracce dei distretti agroindustriali: un caso di studi". *La questione agraria*, No. 59: 157-185.

MORALES CASTEJÓN, Antonio. 1984. *Estudio sobre la viabilidad técnica y económica del cultivo de la col china en la comarca del Campo de Dalías (Almería)*. Proyecto final de carrera. Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos. Córdoba (Mimeo).

RALLET y TORRE. 1995. *Economie industrielle et économie spatiale*. "Avant-propos". Economica. Paris.

RICHARDSON, George, B. 1972. "The organisation of industry". *Economic Journal*. Vol 82: 883-896.

UNCITI, José María. 1973. "Las alhóndigas, una realidad comercial en la Costa del Sol". *Agricultura*, No. 491, Marzo: 142-145.

WILLIAMSON, Oliver. 1985. *The economic institutions of capitalism*. The Free Press, New York.