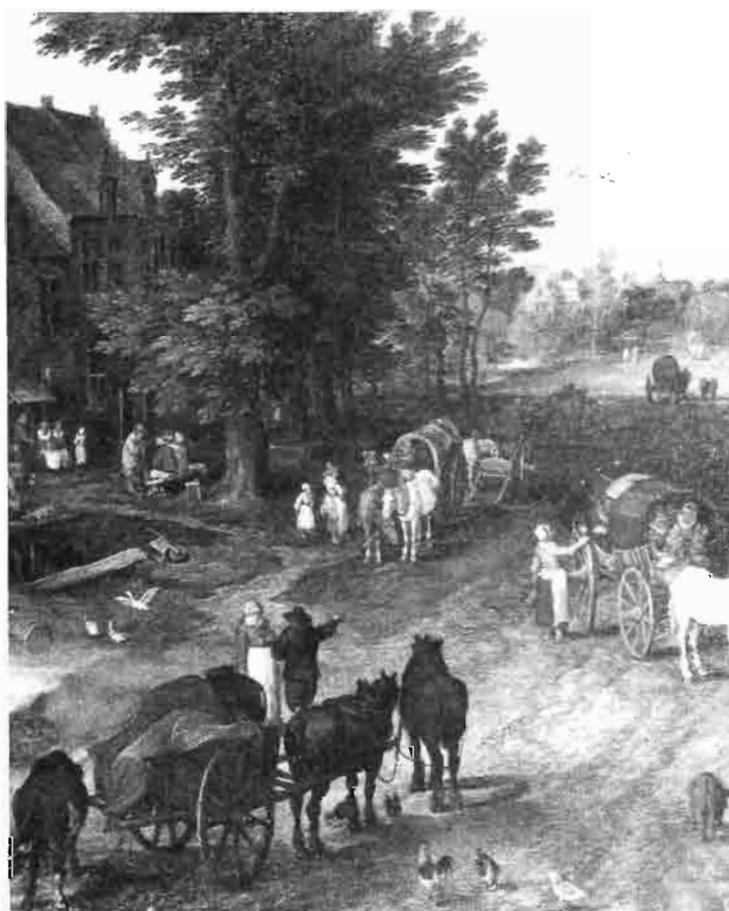


*Número especial dedicado  
a la comercialización agraria*

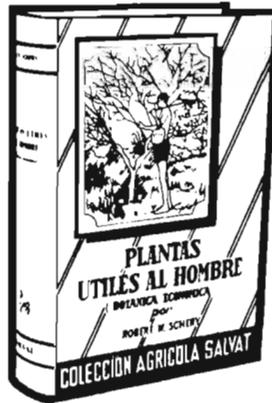
Núm. 444

ABRIL 1969



**Revista  
agropecuaria**

**Agricultura**



# COLECCION AGRICOLA SALVAT

La enciclopedia agropecuaria más completa y actual que ha aparecido hasta el presente. Cada uno de sus volúmenes se ha redactado armonizando adecuadamente los fundamentos científicos y las aplicaciones prácticas.

Algunos de los títulos publicados:

- CONSERVAS VEGETALES: FRUTAS Y HORTALIZAS
- PRESERVACION DE LA MADERA
- EL CREDITO AGRICOLA
- GANADO PORCINO
- FERTILIDAD DEL SUELO
- AVICULTURA
- MANUAL DE AGRICULTURA
- APROVECHAMIENTO INDUSTRIAL DE LOS PRODUCTOS AGRICOLAS
- VETERINARIA PRACTICA

Volúmenes de 22,5 x 15,5 cm, con un promedio de 500 páginas, profusamente ilustrados y en tela verde con sobrecubierta a todo color. Solicite prospecto general.



## COLECCION AGRICOLA SALVAT

**SALVAT EDITORES, S. A.**

Mallorca, 41-49

BARCELONA (15)

Sírvanse remitirme prospecto general de la COLECCION AGRICOLA SALVAT y de las siguientes obras:

D. \_\_\_\_\_  
Domicilio \_\_\_\_\_  
Ciudad \_\_\_\_\_

# Agricultura

## Revista agropecuaria

Año XXXVIII  
N.º 444

DIRECCION Y ADMINISTRACION:  
Caballero de Gracia, 24 - Teléfono 221 16 33 - Madrid

Abril  
1969

SUSCRIPCIÓN { España ..... Año, 240 ptas.  
Portugal e Iberoamérica ..... Año, 250 ptas.  
Restantes países ..... Año, 300 ptas.

NÚMERO SUELTO: España ..... 25 pesetas

## EDITORIALES

### Conversaciones España - Mercado Común

Periódicamente vuelve a las primeras páginas de los periódicos el viejo y siempre nuevo tema del posible acceso de nuestro país a la Comunidad Económica Europea, acompañado de noticias contradictorias acerca de las disposiciones del "Club de los Seis" de admitirnos, si no como miembros de pleno derecho, si como participante con ciertos derechos y deberes, que es, por el momento, al parecer, la máxima aspiración que España puede sus-  
tentar.

Juzgamos conveniente, no por afán de decepcionar a nuestros lectores del sector agrario, tan necesitado de esperanzas de facilidades de acceso a otros mercados y, por tanto, de que desaparezcan o por lo menos no se vuelvan discriminatorias las medidas reguladoras y proteccionistas de sus más solventes y tradicionales compradores, recoger en unas breves y asépticas notas cronológicas la historia de nuestras relaciones con la Comunidad Económica Europea, la situación actual en relación con el sector agrario que se encuentra vigente en el Mercado Común.

El 9 de febrero de 1962—se han cumplido, pues, siete años desde aquella fecha—se inicia la apertura de negociaciones entre el Gobierno español y la C. E. E. para tratar del posible acceso de España, acción susceptible de llevar a una integración completa.

El 6 de marzo del mismo año el Consejo de la C. E. E. acusa recibo de la demanda española.

El 14 de febrero de 1964—dos años después de la fecha inicial—España recuerda su anterior demanda por carta.

El 2 de junio del mismo año el Consejo de la C. E. E. contesta anunciando que está dispuesto a autorizar a la Comisión a entablar conversaciones para examinar los problemas planteados a España por la puesta en marcha de la Comunidad.

El 9 de diciembre del mismo año se anuncian las conversaciones exploratorias España-C. E. E.

El 19 de julio de 1966—año y medio después de anunciadas—se iniciaron las conversaciones exploratorias.

El 23 de noviembre del mismo año informa la Comisión al Consejo sobre las conversaciones exploratorias, con recomendación de apertura de negociaciones.

El 10 de julio de 1967 el Consejo adopta un mandato, encargando a la Comisión de entablar negociaciones con España para llegar a un acuerdo en dos etapas con extensión limitada y concesiones recíprocas y pase no automático de una a otra etapa.

21-22 de octubre de 1967, primera sesión de negociaciones. Presentación de ofertas y demandas comunitarias.

7-10 de noviembre de 1967, segunda sesión de las negociaciones. Presentación de ofertas y demandas españolas.

7-9 de febrero de 1968, tercera sesión de las negociaciones. Confrontación de las demandas y ofertas. Declaración española sobre problemas financieros y laborales.

Octubre de 1968, aprobación por la Comisión del informe sobre las negociaciones. El informe pasó al Consejo de Ministros.

Noviembre de 1968, el Consejo crea un grupo de trabajo encargado de estudiar la posible modificación de las ofertas comunitarias a España. Hasta la fecha, este grupo de trabajo ha celebrado dos reuniones, desconociéndose aún su informe.

Los temas principales sobre los que versan los trabajos de este grupo son primordialmente la mejora de las condiciones de acceso a los mercados comunitarios de algunos productos agrícolas españoles y la posible propuesta de elevar del 60 al 70 por 100 la reducción del arancel comunitario para determinados productos industriales de nuestro país, realizándose tal reducción en tres en vez de los cuatro años primeramente vistos.

Queremos hacer notar que en todo caso, en la primera etapa proyectada de seis años de duración, únicamente se prevé un acuerdo comercial preferencial, y de ninguna forma una adhesión de España a la Comunidad.

Cabe esperar que la conclusión de tal acuerdo

no se retrase excesivamente aún, teniendo en cuenta la lentitud y poco entusiasmo que parecen demostrar ciertos órganos comunitarios.

Durante etapas largas, ya casi interminables conversaciones—un verdadero “marathon” de paciencia—, España ha procurado, en cuanto al sector agrario se refiere, que no queden excluidos de las conversaciones, como pretendía en un principio la Comunidad, precisamente los productos más sensibles de nuestras exportaciones. Y esta conclusión ha de lograrse con tal amplitud que se compensen los posibles efectos negativos que sobre el conjunto de la economía del país podría suponer la apertura de fronteras a productos industriales europeos frente a los cuales las condiciones de competitividad de nuestra industria no están siempre claras.

España desea obtener en Bruselas garantías de acceso a los mercados comunitarios de sus principales productos agrarios de exportación en condiciones por lo menos equivalentes a las de otros países con producciones similares a las nuestras y que gozan de ciertos privilegios por sus vínculos con algunos países del Norte de África, y en especial de Argelia, cuyo vino entraba en Francia, y a través de este país, en el resto de la Comunidad sin barreras, provocando con ello airadas protestas italianas, consiguiéndose así cierto control por parte de Francia en sus importaciones; los agrios marroquíes y tunecinos gozan de más amplias reducciones arancelarias que los españoles; también los países africanos asociados han recibido importantes facilidades para sus exportaciones, entre las que se cuenta el aceite de cacahuet, competitivo en

cierta medida con nuestro aceite de oliva. Independientemente, la situación de “asociados” en que se encuentran dos países mediterráneos como Grecia y Turquía significa indirectamente una clara discriminación contra algunos de nuestros productos, por ejemplo, el vino de “coupage”, al concedérsenos únicamente unos cupos equivalentes a la diferencia entre la que Grecia puede suministrar y sus necesidades comunitarias.

En la actualidad se encuentran regulados por sus correspondientes reglamentos la mayoría de los productos agrarios de la Comunidad, siendo una de sus más favorables consecuencias la absoluta estabilidad de los precios, aprobada en el Consejo de Ministros el 18 de febrero para la campaña 1969-70. Entre los productos importantes aún no reglamentados figura el complicado sector de los vinos, en el que Italia ha emplazado a sus restantes compañeros en el plazo más breve posible, precisamente para cerrar los portillos por donde se introducen en los “Seis” caldos extracomunitarios. Tampoco están regulados el sector del tabaco, en cuya reglamentación rápida también pone énfasis Italia, ni el de la carne de ovino.

Con estos datos puede colegirse que los temores que abrigaba la Comunidad de que unos acuerdos con España en el sector agrario pudieran incidir desfavorablemente en la conclusión de sus propios reglamentados han ido desvaneciéndose paulatina-mente con la entrada en vigor de los mismos, por lo que las perspectivas en las próximas negociaciones son bastante halagüeñas para España.

## Nuestro número especial

Siguiendo con el plan indicado de meses anteriores de dedicar números especiales a temas concretos, nos complacemos en presentar este mes un número dedicado a la comercialización de productos agrarios.

La comercialización de los productos, o sea el proceso que lleva a los productos del campo desde el agricultor al consumidor, desempeña un papel cada vez más importante.

El consumidor exige no solamente más cantidad de productos, sino que también requiere más calidad; esta última determina que la comercialización se haga con métodos más modernos y que cada vez sean mayores los servicios que se aplican durante el proceso. Por otra parte, estas exigencias

del consumidor influyen sobre determinadas características de la producción.

La localización de la población en grandes zonas urbanas, junto con sus mayores exigencias, hacen que el consumidor esté cada vez más alejado del productor y que la comercialización sea un proceso cada vez más complicado.

No pretendemos ofrecer un tratado completo sobre la comercialización; simplemente nos limitamos a ofrecer opiniones y noticias sobre algunos aspectos interesantes de dicho proceso, esperando que contribuyan a aclarar conceptos que muchas veces olvidan o no conocen cada uno de los sectores interesados respecto del otro sector, del cual se mantienen a veces en exceso alejados y sin lazos coordinadores adecuados y eficaces.

# El papel de la empresa nacional MERCASA en la distribución de productos agrarios

Por Manuel de Hermenegildo Rodríguez (\*)

## 1. Aspectos generales de la distribución

“La ciencia económica es, esencialmente, una descripción del mecanismo del mercado” (1). “La mayor parte del análisis económico se ocupa de investigar la naturaleza de las cantidades económicas, las relaciones que existen entre ellas y las fuerzas que determinan dichas relaciones” (2). En una inmensa mayoría, las variables y actitudes que interesan a la economía están relacionadas con actos de cambio. En cuanto la amplitud de la especialización depende de la facilidad con que puedan cambiarse las cosas o, como dice Adam Smith en “La riqueza de las naciones”, de la “amplitud del mercado”, y la especialización es básica en el desarrollo económico, el cambio, que a su vez es requisito indispensable para la especialización (especialización del producto o especialización del proceso), desempeña un papel fundamental en el progreso de los pueblos.

En un régimen de libre competencia se atribuye al fenómeno del cambio la importante misión de ajustar la producción a la demanda mediante la variación en los precios. Se le atribuye asimismo la virtud de despertar los estímulos y frenos que hacen restablecer espontáneamente el equilibrio. Pero estas relaciones de cambio tienen lugar en las teorías clásicas y neoclásicas, de forma que la contrastación se realiza directamente entre productores y consumidores, sin agentes interpuestos.

En la teoría del equilibrio general de Walras y Pareto, el equilibrio se consigue por la relación entre funciones de producción y funciones de con-

sumo, pero en absoluto se formulan funciones de distribución.

En la concepción más reciente, especialmente desde la publicación de los libros de Joan Robinson (3) y Chamberlin (4), el mercado se complica y se amplía, a través de la consideración de situaciones de dominio por parte de algunos de los sujetos del cambio; pero subsiste aún dentro de la teoría económica un vacío entre el productor de bienes y el consumidor final de los mismos, que parece ignorar cómo y qué agentes realizan el ajuste, y que considera que el mismo tiene lugar automáticamente y dentro de un mercado cuya definición física es la de un punto sin dimensiones.

La realidad, sin embargo, es muy otra. Entre el momento de salida de los bienes del lugar de producción y su llegada a la mesa del consumidor —en el caso de los productos alimenticios—, dichos bienes están sometidos a un complicado proceso de operaciones materiales y psicológicas, que se llama distribución. A lo largo del mismo, los bienes cambian de volumen, de forma, de calidad, de presentación; se trasladan en el tiempo y en el espacio; aumentan de precio al añadir sobre su coste inicial lo que un autor (5) llama valores de transformación, lugar, tiempo y posesión; es decir, pasan del estado de producción al estado de consumo a través de un fenómeno de transferencia que incluye unos servicios que podrían llamarse distributivos (de elección, selección, agrupación, transporte, etc.), y unos servicios que podrían llamarse típicamente comerciales y que incluyen las modificaciones reales y aparentes del producto,

(\*) Economista del Estado.

(1) Bresciani-Turroni: *Introducción a la política económica*.

(2) Kennet E. Boulding: *Análisis económico*.

(3) *Economics of Imperfect Competition*. Londres, 1933.

(4) *Theory of Monopolistic Competition*. Cambridge, Massachusetts, 1933.

(5) R. Kohls: *Marketing of Agricultural Products*.

ajustes de oferta y demanda, la transferencia de la propiedad, etc.

Este puente de enlace entre producción y demanda tiende a manifestarse cada vez con mayor importancia a medida que esta demanda se diversifica, que la población se concentra sobre puntos determinados, cada vez más alejados y distintos de aquellos en que se realiza la producción (6); a medida que se eleva el nivel de vida (la posesión de automóvil y de frigorífico, que permiten desplazamientos familiares con comidas fuera de casa, y conservación de alimentos preparados); a medida que se modifican los hábitos (con exigencias de productos standardizados y cómodos), etc. Esta creciente importancia de la función de enlace entre productor y consumidor ha ido aumentando el poder de los agentes de la distribución sobre los dos extremos de la misma, ya que el alejamiento de ambos dificulta el conocimiento de las condiciones (funciones de producción, funciones de demanda) que definen la contrastación entre las ofertas de uno y las necesidades del otro. Los agentes de la distribución mantienen de esta forma una situación de dominio en la mayor parte de los casos, que les permite influir tanto sobre la demanda como en la oferta, llegando a determinar qué se tiene que producir en origen y qué es lo que debe consumir en destino.

## 2. *Los problemas de la distribución en el II Plan de Desarrollo*

Este alargamiento de los circuitos de distribución y el predominio de un sector intermedio, circunstancias que aumentan los precios de los productos al consumo, sin añadir, en no pocos casos, el valor de transformación, ha sido visto con preocupación por los poderes públicos, especialmente de los países en vías de desarrollo, que ven en la mejora de la eficiencia de la comercialización uno de los instrumentos más útiles para fomentar la producción de los productos agrarios, mejorar el nivel de vida de la población del campo, moderar el precio de consumo de los alimentos y mejorar la balanza de pagos exterior.

En nuestro país, este problema fue ya planteado en el I Plan de Desarrollo y más extensamente en

(6) A este respecto se dice en el libro de Pei-Kang Chang *Agricultura e industrialización* que «para cualquier país, antes de que tuviera lugar la revolución industrial, la alimentación era el factor principal de la localización de todas las actividades económico-industriales, comerciales y otras. Tan pronto como la industrialización de un país ha avanzado apreciablemente, los recursos alimenticios pierden importancia como factor de localización».

el segundo, donde al tratar el tema de la comercialización de los productos perecederos se pone de relieve la existencia de "elementos monopolísticos de la distribución", añadiéndose que "la relación entre mayoristas de origen y mayoristas de destino, que se manifiesta en una práctica exclusividad de la información sobre precios y cantidades, da origen, en buena parte, al estrangulamiento del mercado de productos perecederos", y que "a la insatisfactoria comercialización han de atribuirse las dificultades de salida que encuentran los productos de cosecha abundante, lo que no se debe tanto a una saturación de la demanda como al control ejercido por los intermediarios sobre dicha demanda".

Como consecuencia de todo lo anterior, el Plan de Desarrollo llega a la conclusión de que la comercialización de los productos agrícolas resulta en la actualidad "poco eficiente, cara y rígida", y para su mejora plantea un cuadro de medidas que en el mismo texto del Plan se reducen, en síntesis, "a conseguir una mayor competencia entre y dentro de los distintos canales de distribución mediante:

a) Una estructura de la producción que potencie la capacidad negociadora de los productores, permita la adecuación de la oferta a la demanda y haga posible la utilización del comercio integrado como elemento compensador.

b) La mejora de las condiciones físicas de los mercados mayoristas, el estímulo de la competencia en su interior mediante la concurrencia real y organizada en ellos de la producción y el fomento de la competencia externa a los mismos a través de canales paralelos.

c) El desarrollo de un comercio minorista moderno y polivalente, potenciado por las mejoras en los anteriores escalones de distribución".

Dentro de este cuadro de medidas, la acción sobre la fase intermedia de la comercialización tiene lugar, además de por el establecimiento de una red o sistema de información, a través de la:

"c) Promoción, ampliación y mejora de los mercados centrales a través de la empresa nacional MERCASA, dependiente de la Comisaría General de Abastecimientos y Transportes, que deberá participar en los nuevos mercados mayoristas que se establezcan en los grandes centros de consumo.

d) Intervención pública en los mercados centrales, evitando estrangulamiento e incluso realizando operaciones activas de comercialización".

Como puede verse, la actividad encomendada a MERCASA, dentro de la política de mejora del

proceso de distribución, está encuadrada entre una reorganización de la producción con vistas a potenciar su capacidad negociadora, y la reestructuración del comercio minorista, acciones ambas que deberán permitir el establecimiento de circuitos cortos para actuar como elemento concurrential de los mercados centrales mayoristas. Bajo esta óptica debe enjuiciarse la función a desarrollar por aquella empresa nacional, pues de lo contrario se caerá, como ha venido ocurriendo en algunos editoriales y artículos aparecidos recientemente, en el error de pedirle una proyección que corresponde a la actividad privada o a otros órganos de la Administración.

Pero antes de penetrar en las finalidades y formas de la actuación de MERCASA convendrá definir el marco del comercio en que sus actividades han de desarrollarse.

### 3. *Canales de distribución y tipos de mercados al por mayor*

Como ya se dijo antes, existen grandes lagunas en la consideración de la comercialización de productos alimenticios que dificultan la comprensión del fenómeno y sus repercusiones específicas sobre el conjunto de la economía. Es especialmente notoria la falta de una tipología generalmente aceptada que permita definir sin ambigüedades los distintos canales por los que discurren los productos desde su origen al consumidor. En un intento de sistematizar las aportaciones hasta ahora realizadas en Francia e Italia, los dos países que más se han preocupado del problema tal como se plantea en España, los múltiples canales y circuitos se pueden englobar en uno de los cuatro tipos siguientes:

- Canales centralizados en los que la forma de venta a comisión es la dominante. Característica ésta de las bolsas de mercancías y lonjas de contratación, en las que el intermediario se corresponde con la figura del corredor o comisionista, que limita su actividad a confrontar en las subastas la oferta y la demanda, pero sin que él tenga intereses propios en las mercancías transaccionadas.
- Canales paralelos, caracterizados por la intervención del mayorista en régimen de comercio por cuenta propia, realizada en almacén independiente del mercado mayorista.
- Comercio integrado, caracterizado por la ausencia de intermediarios, ya que son las mis-

mas organizaciones de compras las que controlan todas las operaciones, desde que los productos salen de los agricultores hasta que son adquiridos por el consumidor.

- Finalmente, los circuitos directos o cortos, caracterizados por la relación directa compra-venta entre las organizaciones de productores y las organizaciones de detallistas o consumidores, siendo independientes las unas de las otras.

Al analizar la situación concreta española se observa una falta de correspondencia con estos tipos de canales y circuitos comerciales. Los dos primeros están parcialmente confundidos y desvirtuados, ya que no existe diferencia en el carácter de la función realizada por los almacenistas al margen de los mercados y la que realizan los asentadores dentro. Ambos realizan las operaciones por cuenta propia, y ambos adquieren y venden las mercancías en relación unilateral e individual con los agricultores vendedores y con los detallistas compradores (7).

Los otros dos tipos de canales, los integrados y los directos, son prácticamente inexistentes en nuestro país, estando totalmente condicionado su desarrollo por la falta de organización—con pocas excepciones—en la producción y en el comercio al detall. Estos dos canales, los integrados y los directos, son los que contrarrestan la influencia excesiva de los canales centralizados, y viceversa, cuando el predominio absoluto de uno de ellos amenaza la competencia y debilita la posición de los productores y consumidores.

En cuanto a los tipos de mercados mayoristas que se entrelazan en los canales y redes de distribución, se distinguen tres tipos:

- a) Mercados de origen, también llamados mercados de primera expedición. Son los mercados organizados generalmente con un ámbito local o, como máximo, comarcal, y en los que se concentran los diferentes productos de una misma zona o un mismo producto de diferentes zonas, cuyo desarrollo se relaciona generalmente con el grado de organización de los productores.
- b) Mercados centrales terminales, o de aprovechamiento a las grandes ciudades. Se co-

(7) Sobre esta cuestión, se dice en el II Plan de Desarrollo: «Estas circunstancias, agravadas por la acumulación en el mayorista de destino de las funciones de comisionista del de origen y de vendedor por cuenta propia, hacen menores sus riesgos y mayores sus beneficios, y produce una tendencia en los mercados centrales de destino a modular la oferta para el mantenimiento de precios elevados. Esto ocasiona una resistencia a admitir productos baratos cuya presencia podría hacer caer el mercado, y a trasladar al consumidor las bajas de precios en origen.»

responden casi totalmente con la concepción nuestra de los mercados centrales.

Su función es la de asegurar el abastecimiento de aglomeraciones poblacionales y permitir una mayor fluidez, concurrencia y transparencia en las transacciones de mercancías. Por otra parte, resuelven importantes aspectos adicionales, tales como los derivados del urbanismo y de la circulación, el control de las condiciones higiénico-sanitarias de los productos, el control estadístico, la elección inmediata entre una extensa gama de productos, la comparación de precios, el acceso de los productores al contacto directo con los detallistas, etc.

- c) Mercados de tránsito. La función y organización de los mercados terminales enlaza directamente con el tercer tipo de mercados, llamados de tránsito, a través de aquellos mercados organizados en determinadas ciudades que cumplen la función de terminales y que al mismo tiempo se convierten en centros de irradiación de mercancías hacia otros núcleos y áreas consumidoras, siendo esta función la predominante.

Los mercados centrales de tránsito realizan las funciones más complejas dentro del proceso general de la comercialización. Tal es, por ejemplo, el acopio y reunión de la producción de las diferentes zonas, propiciando al mismo tiempo la salida hacia el consumo entre los diferentes puntos de absorción; impulsan en todas las zonas productoras la clasificación, normalización y tipificación de los productos, ya que imponen determinados tamaños, clases, calidades y variedades, forzadas por una demanda más amplia; finalmente, este tipo de mercados permite la formación efectiva de un precio de referencia, no sólo para las zonas de producción en las que está inserto y para el núcleo consumidor con el que se relaciona, sino para amplias zonas de ámbito nacional e incluso internacional. Tal es el caso de algunos de los mercados italianos, en los que el precio del mercado sirve de referencia en importantes áreas del Mercado Común. Otras características específicas de estos mercados es su localización, ya que debe de estar situado en posición baricéntrica respecto de los diferentes núcleos consumidores y las zonas productoras de mayor influencia en el mercado, por orden de aproximación.

#### 4. Antecedentes y finalidades de MERCASA

Dentro de un marco cuya deficiente estructura, tanto de la producción como del comercio detallista, condiciona totalmente la solución a corto y

medio plazo del problema de la distribución, especialmente aquellas que deberán impulsar los circuitos cortos y el mercado integrado, se crea MERCASA (enunciada en el I Plan de Desarrollo) por acuerdo del Consejo de Ministros de 27 de noviembre de 1965, como solución de enlace para la defensa de los intereses de la producción y del consumo. Entre otras medidas que afectan a los estadios de la organización de la producción y del comercio al por menor, se consideró necesario atacar a fondo el problema de funcionamiento de los mercados mayoristas, por su importancia fundamental en la comercialización de los productos agrarios, al constituir el centro del sistema y hallarse en posición dominante en relación con los productores y minoristas.

Las finalidades concretas fijadas a la Empresa Nacional son las siguientes:

- a) Organizar una red de mercados centrales mayoristas de alcance nacional, los cuales, en forma coordinada o interrelacionada, signifiquen la superación de las compartimentaciones locales y regionales a que la concepción anterior había conducido en materia de abastecimiento de los productos alimenticios, y en especial de los perecederos.

- b) Promover la construcción, dentro de la red, de establecimientos amplios y funcionales para la recepción, manipulación, contratación y conservación de los alimentos, que cumplan las condiciones higiénico-sanitarias exigidas que por su situación no perturben el movimiento de personas y mercancías en la vida de las grandes ciudades y, por su integración en una zona alimentaria, sirvan de apoyo y desarrollo a los establecimientos polivalentes de venta al detall (supermercados, autoservicios, etc.).

- c) Crear las condiciones necesarias para que dichos centros resulten adecuados para asegurar el abastecimiento de las grandes ciudades y sus zonas de influencia en las mejores condiciones de concurrencia y transparencia, y al mismo tiempo constituyan enlace eficaz entre la producción y el consumo, haciendo posible a los productores y a sus organizaciones la participación activa en los mismos, como medio para conocer y seguir las tendencias de la demanda y de los precios y para defender sus producciones y sus ingresos. Esta presencia de los productores, unida a la de los mayoristas y detallistas, debe servir para aumentar la concurrencia y para garantizar precios y márgenes normales. Para asegurar en todo momento el acceso a los mercados de los industriales individuales y de las organizaciones de productores y

comerciantes que se considere conveniente, se reservarán espacios suficientes para futuras ampliaciones.

d) Que funcionen estrechamente conectados con los centros productores (lonjas, cooperativas, centrales hortofrutícolas, etc.), y entre sí para intercambiar información y dar unidad al mercado de los productos alimenticios.

e) Que a través de los mismos se promueva la normalización y la tipificación de los productos alimenticios, la utilización del sistema de envase perdido, la unificación de denominaciones y de prácticas comerciales, todo lo cual deberá contribuir también a una mayor unidad en los mercados.

f) Los nuevos centros habrán de servir de ayuda a la política de defensa de los precios a la producción, facilitando las compras de mercancías, en su caso, por parte de los organismos de regulación, y a la defensa de los precios en consumo, a través de las ventas de reservas, etc. Para coadyuvar a esta finalidad deberán adoptarse las medidas precisas para evitar que en los nuevos mercados se recargue el precio de las mercancías por elevación del coste de los puestos o de los servicios, o por maniobras de cualquier otro orden.

##### 5. Instrumentación de las actividades de MERCASA

Conforme se especificaba en el decreto de constitución de MERCASA, el objeto social de la referida Empresa Nacional será la construcción e instalación de mercados centrales, dotados de depósito, tipificación y lonja, explotación y gestión de los construidos o instalados, así como contribuir con su actuación al mejoramiento del ciclo de comercialización de los artículos alimenticios, con facultades para la realización de estos objetivos, no sólo en forma directa, sino mediante la constitución de sociedades mixtas con corporaciones públicas y con particulares.

En esta dirección, y siguiendo la pauta de las directrices marcadas, se ha comenzado a promover mercados en las principales ciudades que en una primera fase tienen el carácter de terminales, para en una segunda, y previa articulación de todos ellos, elevar aquellos que presenten condiciones más adecuadas a la categoría de tránsito, con influencia efectiva más allá del mercado nacional. El sistema a seguir, dada la limitación de los recursos previstos en el Plan de Desarrollo para las actividades de MERCASA y la necesidad de conseguir una coordinación con las entidades muni-

cipales, ha sido el de una estrecha colaboración entre MERCASA, los ayuntamientos de las ciudades principales y las fuerzas privadas, a través de la constitución en cada núcleo en que hubieran de realizarse las nuevas construcciones, de una sociedad mixta anónima en la que estuvieran representados MERCASA, el Ayuntamiento y los productores y comerciantes interesados en el mercado que voluntariamente quisieran integrarse en la misma.

De acuerdo con este principio, se constituyeron, en las fechas que a continuación se indican, las siguientes sociedades filiales:

MERCABARNA: 7 de febrero de 1967.  
 MERCASEVILLA: 14 de febrero de 1967.  
 MERCABILBAO: 10 de marzo de 1967.  
 MERCAGRANADA: 6 de noviembre de 1967.  
 MERCAVALENCIA: 13 de noviembre de 1967.  
 MERCASALAMANCA: 18 de diciembre de 1967.  
 MERCAZARAGOZA: 9 de febrero de 1968.  
 MERCAPALMA: 22 de junio de 1968.  
 MERCASANTANDER: 8 de julio de 1968.  
 MERCAALICANTE: 27 de julio de 1968.  
 MERCAJEREZ: 30 de octubre de 1968.

##### 6. Consideraciones finales

La intervención del Estado en la economía ha tenido generalmente mala prensa. No es de extrañar, pues, que la creación de una empresa nacional que trata de luchar contra situaciones de predominio y de dar un carácter homogéneo en todo el territorio nacional al tratamiento de la distribución de los productos alimenticios, y especialmente de los perecederos, se haya visto atacada en forma directa o indirecta a través de erróneas interpretaciones que han aparecido en la prensa sobre las finalidades y la forma de actuar de MERCASA. Aunque no se trata aquí de salir al paso de dichas interpretaciones, convendrá, quizá, hacer algunas precisiones sobre esta Empresa nacional que puedan servir de guía para su interpretación, especialmente por parte de los productores y consumidores.

En primer lugar, la forma de regirse de esta Sociedad: para conseguir que las actividades de MERCASA tuvieran un sentido coordinado y acorde con las necesidades y puntos de vista de los diversos Ministerios, organismos y entidades afectados por la política de los mercados centrales mayoristas e interesados con el buen funcionamiento de tales establecimientos, el Consejo de Administración de la nueva sociedad, bajo la pre-

sidencia del Comisario general de Abastecimientos, se constituyó con los representantes de los Ministerios de Hacienda, Agricultura, Gobernación, Comercio, Obras Públicas, Comisaría del Plan de Desarrollo, Comisaría de Abastecimientos, Hermandad Nacional de Labradores y Ganaderos, Unión Nacional de Cooperativas del Campo, Sindicato Nacional de Frutos y Productos Hortícolas y Cámaras de Comercio.

En segundo término, su actuación concreta: MERCASA no es más que un instrumento de la política del Estado, y en este sentido, conjuntamente con la representación de los intereses municipales, construye el marco físico y reglamentario más adecuado para que dentro de los mercados centrales se asegure el respeto a las reglas del juego y quede garantizada la mayor competencia y concurrencia posible en su funcionamiento, y con ello, la defensa del bien común. No pretende, pues, comercializar directamente productos alimenticios.

Tampoco puede ni pretende MERCASA monopolizar en ninguna forma el sistema de distribución de dichos productos, ya que, como el Plan de Desarrollo indica y se ha mencionado anteriormente, la mejora de las condiciones físicas de los mercados debe hacerse compatible con "el estímulo a la competencia en su interior, mediante la concurrencia real y organizada en ellos de la producción y el fomento de la competencia externa a los mismos a través de canales paralelos" (circuitos cortos y comercio integrado).

Finalmente, por lo que respecta a la relación con los Ayuntamientos, su asociación con MERCASA para constituir las empresas mixtas mantiene la soberanía de los mismos a quienes corres-

ponde el ejercicio de las funciones de autoridad, régimen fiscal, policía municipal e inspección sanitaria, que les atribuyen las normas de la legislación municipal vigente, y dejando asalvo aquellas otras que les puedan conferir con carácter exclusivo la legislación futura.

Se ha insistido constantemente en la necesidad urgente de reformar nuestros deficientes sistemas de distribución, que es especialmente defectuoso en el sector de productos agrarios. La creación de MERCASA, sus objetivos y programas constituyen un intento de corrección, como se ha indicado, de un tramo esencial del sistema que ejerce una influencia fundamental sobre los restantes extractos de la producción y de la distribución. La realización de los programas de MERCASA—en marcha algunos y en proyectos más alejados otros—trata de atemperar la distribución de los productos agrarios a lo que constituye ya realidad en los grandes centros de consumo del Occidente europeo, pudiendo servir también de nexo con la Europa a la que nos deseamos incorporar.

Las soluciones que se propugnan a través de MERCASA deben ser siempre consideradas en sus justos límites y reducidas a su debido marco: un instrumento, un intento de reforma de los defectos del sistema, que no pueden constituir panacea, que deberán considerarse como solución parcial, pero que puede ser muy efectiva y ayudar a la efectividad de otras medidas y soluciones necesarias. En definitiva, un esfuerzo importante del momento presente cara a un futuro que exige dinamismo, apertura, imaginación para poder adaptarse sin grave quebranto y con la flexibilidad necesaria a los grandes cambios y sustanciales mutaciones socio-económicas que están experimentando la población y las necesidades del consumo.

PARA UNA BUENA PLANTACION



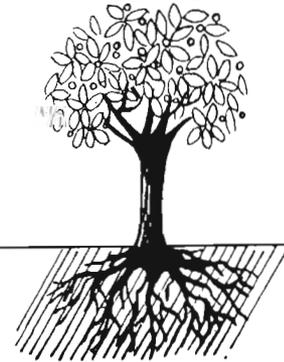
20 POR 100 DE HUMUS

APORTE

**TURBA-HUMER**

Mejor enraizamiento  
Corrije las carencias  
Retiene la humedad  
Distribuidor: S.A. CROS

EN ABONADOS DE PRODUCCION



# El comercio horto-frutícola

*Por Claudio Gandarias (\*)*

Sería inútil el intentar en este resumido comentario el recopilar o aclarar los complejos problemas que presenta la comercialización de los productos horto-frutícolas, puesto que para ello es preciso determinar aquellos que se derivan, independientemente, de cada uno de los sectores producción y comercio. Si al mismo tiempo separamos los problemas comunes a ambos sectores, se verá la dificultad de tocar con amplitud todo lo relacionado con este tema, y menos aún el dar soluciones definitivas, puesto que el mercado horto-frutícola hoy está variando a pasos agigantados, y países en este aspecto mucho más desarrollados se encuentran con grandes inconvenientes al tener que modificar lo que se implantó hace muy pocos años. No obstante, en líneas muy generales, se tratará de esbozar lo más fundamental de este comercio, considerando la producción y la distribución o comercialización de esta producción.

Ya en un informe de la F. A. O. sobre nuestro sector agrario se indicaba que su progreso dependía especialmente de una política ordenada de precios y de una mejora en el sistema de distribución.

Con la creación del F. O. R. P. P. A., organismo autónomo dependiente del Ministerio de Agricultura, el sector agrario espera cubrir esta laguna relativa a precios, puesto que dentro de las funciones que tiene encomendadas está la de una ordenación de la producción, y esto sólo puede llevarse a efecto con una política de precios, teniendo en cuenta la oferta y la demanda, considerando desde un punto de vista conjunto los mercados interior y exterior.

No cabe duda que hay que ir hacia una evolución de nuestras producciones horto-frutícolas, teniendo en cuenta no sólo las variedades que se

cultivan, sino la época y zonas de su producción. Lo expuesto se basa en que aunque veamos a plazo largo la entrada de nuestro país en el Mercado Común, hoy se están llevando a cabo unos acuerdos comerciales preferenciales en los que para conseguir ventajas de exportación hay que prever posibles importaciones que pueden dañar gravemente a la producción de determinados productos. Se tiene el convencimiento de que con la asociación de España a los "seis" la agricultura se verá altamente beneficiada, y esto sólo es cierto en algunos aspectos, puesto que dependerá de la especie de que se trate y de la época estacional en que nos coloquemos.

Así tenemos que la producción de frutas del Mercado Común supuso durante 1965, 1966 y 1967, en 1.000 Tm., lo siguiente:

Países	1965	1966	1967
Alemania	1.155	1.535	1.897
Francia	2.352	2.330	2.450
Italia	8.570	9.716	8.950
Holanda	508	543	582
Bélgica	265	299	359
Luxemburgo	9	10	13
Total	12.860	14.433	14.251

De esta producción total de frutas, la tercera parte representa la de manzanas, cuyo volumen de comercio no cesa de aumentar.

La producción de hortalizas, también en 1.000 toneladas en la C. E. E. es la siguiente:

Países	1965	1966	1967
Alemania	1.165	1.495	1.540
Francia	5.167	5.106	5.200
Italia	9.915	10.371	10.850
Holanda	1.482	1.583	1.810
Bélgica	691	690	—
Luxemburgo	4	4	5
Total	18.424	19.249	19.405

(\*) Doctor Ingeniero Agrónomo.

Los tomates representan el capítulo más importante, puesto que supone casi la cuarta parte de la producción total. El segundo lugar lo ocupa la producción de coliflores.

El auto-aprovisionamiento supone un 88 por 100 para las frutas y el 102 por 100 para las hortalizas. En general, se puede decir que la C. E. E. no importa cantidades importantes de frutos y hortalizas; solamente fuera de estación constituye un mercado interesante.

De ello se deduce que en determinadas épocas la C. E. E. puede exportar a España cantidades importantes de frutos y hortalizas, y para entonces es necesario el que se adopten medidas de competencia, como puede ser la normalización o tipificación de nuestras producciones y la orientación hacia producciones de determinadas variedades, buscando una salida regular y que no suceda el que en una época determinada se tenga excedente de un determinado producto y al cabo de unos meses falte porque la producción se ha localizado en zonas y variedades de la misma precocidad.

La situación del mercado agrícola español no es una excepción, pues la situación en conjunto de los mercados agrícolas mundiales es bastante difícil. En 1967 y 1968 el exceso de la oferta hortofrutícola y el enrarecimiento de los mercados han motivado subvenciones a la exportación y trabas a la importación, a fin de defender las producciones nacionales.

Todo ello lo confirma el hecho de que en la última reunión sostenida por la Comisión Económica para Europa, Comité de Problemas Agrícolas y al tratar sobre la evolución del comercio europeo de los productos agrícolas, se consideró que para evitar la generalización de los excedentes y la reducción de intercambios aparecía cada vez más claro el que es preciso mejorar las estructuras de la producción y controlar mejor la oferta tanto sobre el plano nacional como sobre el internacional, incluso llegando a una reglamentación internacional de los mercados.

Hasta el momento sólo se ha comentado la producción y en un principio la considerábamos como fundamental junto a la distribución.

En la distribución tenemos como puntos extremos la producción y el consumidor. Parece lógico que para ponerlos en contacto la producción contara con sus propios mercados, llamémoslos Mercados de Origen, y el consumidor, a través del detallista con los Mercados de Destino o Mercados Centrales; en este caso debería existir un canal comercial clarificado que pondría en con-



tacto a estos mercados de Origen y Centrales o, en su caso, circuitos paralelos que enlazasen a los productores con los supermercados, uniones de mayoristas y detallistas en cadenas comerciales, etcétera...

Lo anteriormente expuesto cuenta con serios defectos y con deficiencias que considero primordiales, como:

- a) Falta de mercados centrales mayoristas o insuficiencia de los actuales.
- b) Falta de mercados en origen o de agrupaciones de agricultores que comercialicen su producción.
- c) Poca clarificación de mercado por falta de información.
- d) Ausencia de tipificación de los productos, lo que dificulta el comercio hortofrutícola.
- e) Atomización del detallista.

Ello debe ir corrigiéndose, y ya se van teniendo en cuenta dentro de los planes de Desarrollo.

Así, con cargo al I Plan de Desarrollo, se creó la Sociedad MERCASA, dependiente de la CAT, para promover la construcción de una red de mercados centrales de interés nacional, algunos de los cuales ya están prácticamente finalizados.

Con cargo al II Plan se prevé una subvención

de 60 millones y un crédito público de 40 millones más para estimular la creación de mercados de origen, cantidades realmente ridículas si las comparamos con las inversiones previstas (16.000 millones) para la reforma y estructuración de los escalones mayoristas y detallistas.

Se ha previsto recientemente la creación de una Central de información en la CAT, lo que sin lugar a dudas orientará al agricultor en el momento de sus ventas.

Hoy en día, por los defectos apuntados anteriormente, coloca en un plano de inferioridad al agricultor frente al comercio.

Por lo expuesto, y como medidas básicas para mejorar la estructuración actual del mercado hortofrutícola, se debería prestar una atención preferente a dos aspectos:

- a) Normalización de los productos.
- b) Mejorar la organización de los productores para la comercialización de sus productos.

En el primer aspecto se debe ir promulgando las normas necesarias para el mercado interior, puesto que ya existen para nuestros productos de exportación, de manera que se aplique en plazo inmediato esta tipificación en las centrales hortofrutícolas, cooperativas, etc.

En cuanto al segundo, se debe ayudar a estas agrupaciones para que puedan disponer de insta-



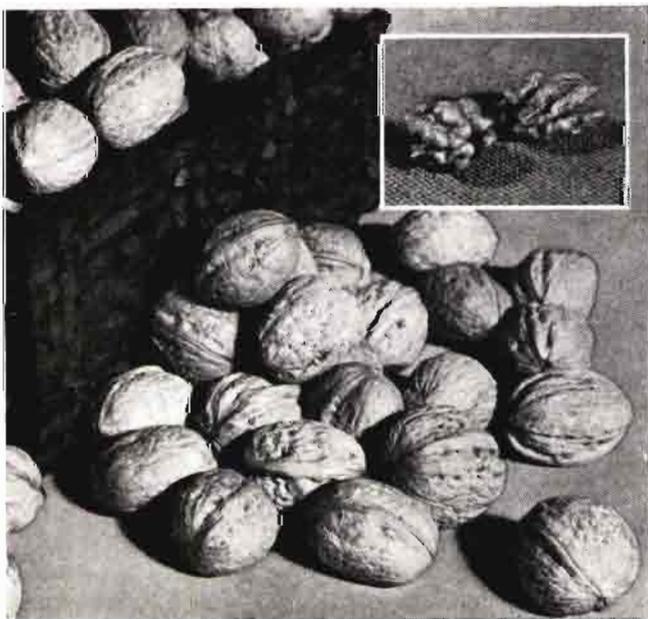
Peras variedad «Madernassa», procedentes de la provincia italiana del Cuneo

laciones adecuadas para el acondicionamiento de sus mercancías, selección, clasificación, etc.

Lo anteriormente expuesto aconseja se considere la concepción de lo que debe ser un mercado central mayorista o el que se construyan varios en una misma ciudad situados estratégicamente. Esto se indica, puesto que la implantación de una tipificación y el aumento de las agrupaciones hará cambiar las actuales estructuras comerciales, ya que una gran parte de la comercialización en este caso se hará directamente de producción a mayorista o detallista sin pasar por los mercados centrales. Asimismo, se comercializará un gran volumen a través de los canales paralelos.

En cuanto a la construcción de mercados de origen, se debe estudiar detenidamente las posibles ayudas en este concepto, puesto que el agricultor huye de ellos al considerar que no está debidamente defendido y, por consiguiente, estimo que las subvenciones y esfuerzos en origen deben dirigirse principalmente a las agrupaciones de los productores, a construcciones sencillas que sirvan para el acondicionamiento y tipificación de las mercancías, etc., dejando en un segundo plano las inversiones en mercados de origen o centros de contratación.

Si al mismo tiempo se pone en marcha la Central de Información sobre cantidades, variedades y precios de las mercancías comercializadas diariamente, favorecerá la transparencia de los mercados, y no cabe duda se habrá dado un gran paso en la comercialización de los productos hortofrutícolas.



Variedad de nuez francesa «del Piamonte»

# LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE FERTILIZANTES

EMPRESA  
NACIONAL  
CALVO SOTELO



REFINERIA DE  
PETROLEOS DE  
ESCOBRERAS



EMPRESA  
NACIONAL  
SIDERURGICA DE  
AVILES



**"ENCASO"**

**"REPESA"**

**"ENSIDESA"**

Fábricas en:

Puertollano (C. Real)  
Puentes de G.<sup>a</sup> Rodríguez  
(La Coruña)

Fábrica en:

Escombreras (Cartagena)

Fábrica en:

Avilés (Asturias)

A TRAVES DE SU ORGANIZACION  
COMERCIAL DE FERTILIZANTES

**"COFER"**

**Orense, 72 - Teléfono 270 21 00**

**MADRID - 20**

**Ofrecen** sus producciones de fertilizantes a la Red Comercial del sector de abonos.

**Informan** que su Servicio Agronómico está a disposición de cuantos deseen —Agricultores, almacenistas de Abonos, etc.— su asesoramiento para el mejor logro de una buena y racional fertilización, de los cultivos.

**Fabricación actual**

Sulfato amónico ... ..	21 % N.
Nitrato amónico cálcico ... ..	20,5 % N.
Nitrato amónico cálcico ... ..	26 % N.
Urea granulada... ..	46 % N.
Urea cristalina... ..	46 % N.

**Ampliación próxima de su fabricación**

Complejos granulados de alta concentración.  
Nitrosulfato amónico, 26 % N.

# La venta de frutas y hortalizas en Holanda

## Los "veiling", una organización modelo

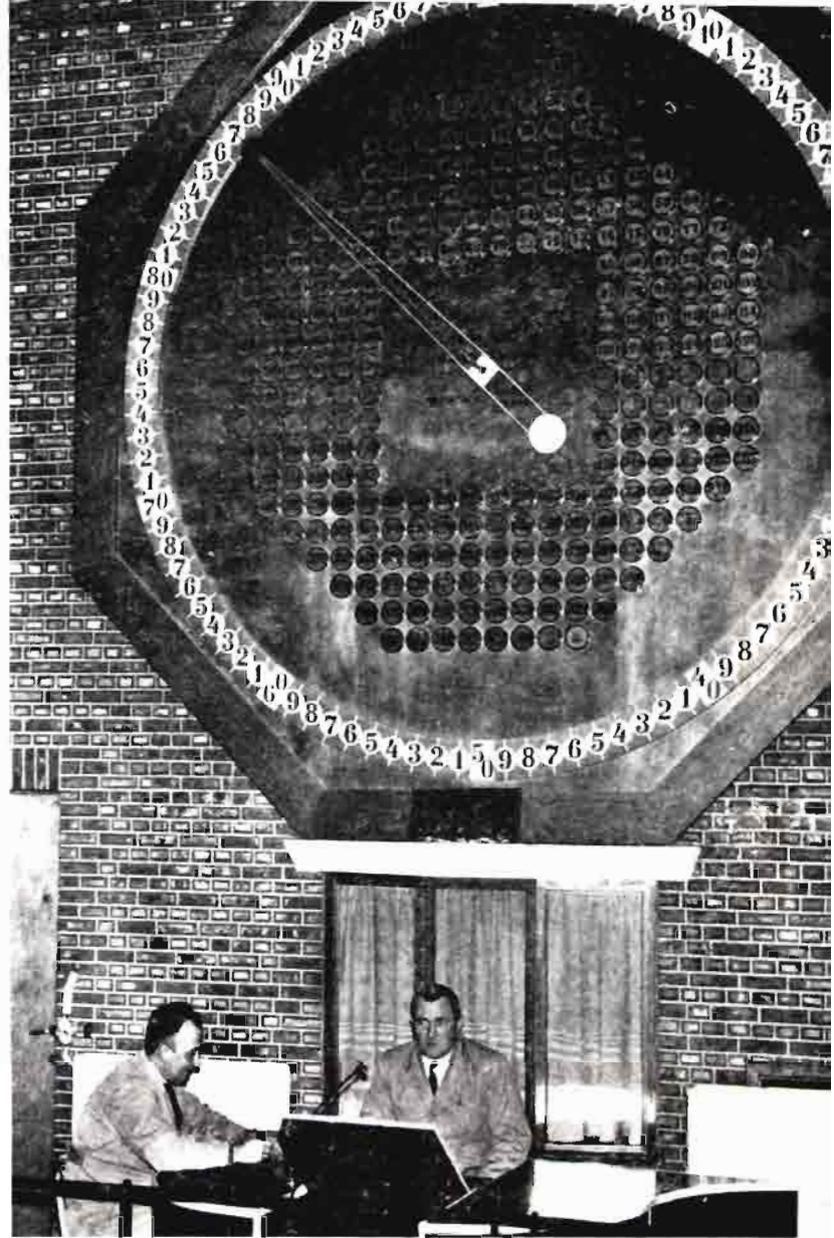
Por Pedro Caldentey Albert (\*)

El carácter perecedero de las frutas y hortalizas hace que su comercialización presente unas dificultades específicas difíciles de resolver en numerosos casos.

El fuerte trasvase producido en la población desde zonas rurales a zonas urbanas en los últimos años, así como el aumento de la renta, han determinado que el consumo de frutas y hortalizas haya aumentado en su conjunto y además se haya diversificado. Antes tenía más importancia el autoconsumo a nivel regional o comarcal, es decir, que la población de una determinada región o comarca consumía principalmente las frutas y hortalizas producidas en las mismas.

Este aumento y diversificación del consumo y su principal localización en zonas urbanas ha determinado un considerable aumento en la masa comercializada de frutas y hortalizas. A ello se ha unido una mayor exigencia del consumidor en cuanto a calidad, presentación, etc. del producto. Las instalaciones e instituciones clásicas de comercialización han dejado de ser efectivas para atender a las nuevas necesidades, y ello tanto en la fase de distribución en los centros de consumo como en la fase de acopio en los centros de producción.

(\*) Doctor Ingeniero Agrónomo de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Agricultura.



Reloj de subasta y subastadores.

En las zonas de producción, una tendencia actual en nuestro país consiste en la creación de centrales hortofrutícolas de carácter privado o cooperativo. Sin embargo, ésta no es la única solución posible. Las centrales hortofrutícolas son centros de manipulación que en gran parte sustituyen a los mercados en producción; una alternativa puede consistir en la organización de mercados en producción a los cuales acuden los agricultores y los comerciantes.

En este artículo vamos a indicar un sistema de venta de frutas y hortalizas que está extendido en los Países Bajos y algunos países limítrofes; se trata de los llamados "veiling".

Los productores holandeses de frutas y hortalizas están agrupados en cooperativas que se ocupan de la venta de los productos. La cooperativa tiene un local al cual acuden los asociados con sus productos. En la sala de ventas o "veiling" existen una serie de pupitres, cada uno de los

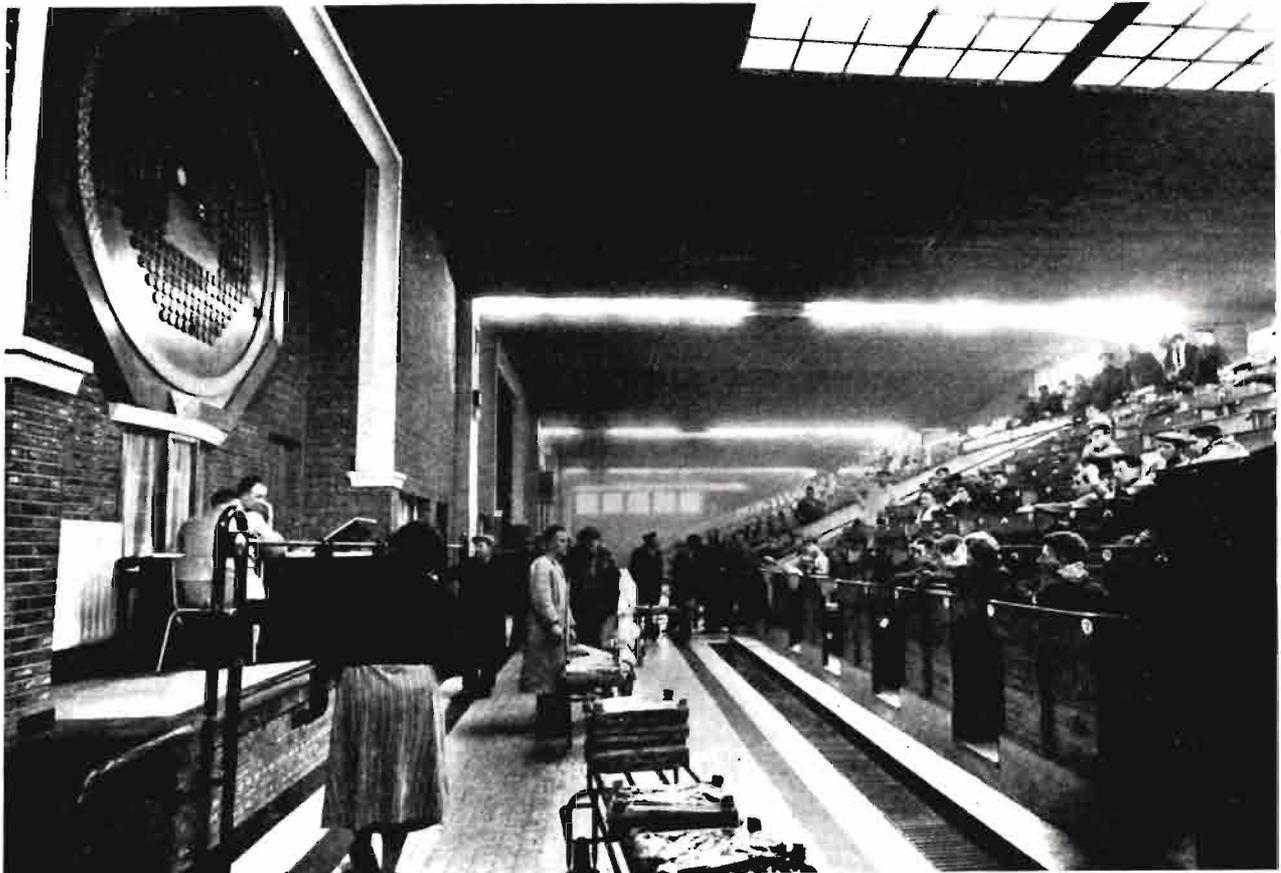
cuales está concedido a un comerciante. Enfrente de los pupitres hay un bastidor en forma de círculo en cuyo borde están los números que sirven para indicar los precios; en el centro del bastidor hay, por otra parte, una serie de números correspondientes a cada uno de los pupitres; por último, hay una aguja giratoria.

Entre los pupitres y el bastidor suele existir un pasillo por el que pasan los agricultores con sus productos; en algunos "veiling" existe además un canal para que puedan pasar aquellas partidas que normalmente se transportan en barcazas.

La forma de venta es por medio de subastas a la baja. Pasa una partida en un camión o en un remolque de tractor, es observada por los comerciantes y se inicia la subasta. La aguja empieza a girar a partir del precio máximo y va bajando hasta el momento en que un comprador está dispuesto a adquirir la partida, para lo cual aprieta un pulsador que hay en su pupitre y que da lugar al paro de la aguja, la cual señala el precio de compra, mientras que se enciende en el centro del bastidor el número correspondiente al pupitre desde el cual se ha oprimido el pulsador.

Previamente al paso de la mercancía, el agricultor ha entregado al encargado de la subasta un impreso en triple ejemplar en el cual se indica el nombre del vendedor y las características de la mercancía (producto, kilogramos, calibre, clase, etc.). Una vez subastada la partida, el encargado rellena el precio alcanzado y el nombre del comprador, entregando un ejemplar del impreso al agricultor, otro al comprador y quedándose con el tercero, para control, la cooperativa. Cada agricultor puede vender varios tipos de productos con lo que puede ser necesario realizar una subasta para cada tipo. Realizadas las subastas de todas sus partidas, sale y deja paso al agricultor siguiente.

En muchos "veiling" el paso de cada partida es sustituido por el paso de una muestra de la misma en unas carretillas establecidas a este fin. En otros casos, por último, la subasta se realiza sin la presencia, ni siquiera, de muestras; se limita a la descripción del producto; hay que tener en cuenta que en Holanda los productos hortofrutícolas suelen estar tipificados según las normas oficiales. La tipificación la realiza el propio agri-



Sala de subastas en el «veiling» Sint Katelijne (Bélgica).



Sala de subastas en el «veiling» Sint Katelijne.

cultor aunque, en algunos "veiling", existen servicios en los cuales se clasifica el producto para aquellas partidas que vienen sin tipificar.

La entrega de la partida de vendedor a comprador se realiza en el exterior de la sala de subastas, con lo cual se permite que las subastas se realicen con más rapidez.

Los "veiling" holandeses están reunidos en una organización central que desempeña varias funciones; ha desempeñado un papel importante en la normalización de los productos hortofrutícolas, así como en la de sus embalajes. Por otra parte, a través de la organización central se establece para cada producto un precio mínimo, por debajo del cual los "veiling" no permiten la venta. Cuando a causa de una gran oferta los precios tienden a bajar por debajo del mínimo, la mercancía es retirada del mercado, abonándose al agricultor un determinado porcentaje de dicho precio mínimo. La mercancía retirada suele ser vendida a fábricas conserveras, asegurándose de que el producto no revertirá al mercado de consumo en fresco.

La función del "veiling" consiste, por tanto, en actuar como intermediario pasivo en la venta de los productos; esta es una diferencia importante en relación con otras cooperativas de comercialización de otros países que suelen realizar una función típicamente comercial.

Otra función del "veiling" consiste en asumir el riesgo derivado de la falta de pago por parte del comprador. En efecto, el comprador tiene que efectuar el pago en las oficinas de la cooperativa y el vendedor, a su vez, recibe el importe de su venta directamente de la cooperativa, algunos días después de la subasta y descontándole una pequeña comisión a cuenta de gastos. Una vez terminada la subasta y puestos en contacto vendedor y comprador, éste puede rehusar el hacerse cargo de la

mercancía; si la razón aducida es que esta última no corresponde a la categoría anunciada o no está en condiciones aceptables, intervienen los servicios de inspección que dan su dictamen; si éste es favorable al comprador, se anula la operación; pero si es favorable al vendedor, se invita al comprador a que se haga cargo de la partida. Si éste insiste en no aceptar, el "veiling" corre con las pérdidas, y en estos casos suele comunicar al resto de los "veiling" del país el nombre del comprador, el cual no es aceptado como comprador en ninguno de ellos; lo mismo ocurre cuando el comprador, habiendo aceptado la mercancía, no hace efectivo su importe.

Las primeras subastas de hortalizas se iniciaron en los Países Bajos en el siglo pasado y poco a poco fueron desarrollándose, estableciéndose las cooperativas que hoy día dominan la casi totalidad del mercado. Naturalmente, para los asociados es obligatoria la venta a través del "veiling". Existen algunos "veiling" privados que se ocupan principalmente de frutas, pero que tienen poca importancia en el total comercializado.

Algunos de los "veiling" cooperativos están especializados en muy pocos productos y en algunos casos se trata de productos destinados a la exportación. El sistema indicado para las frutas y hortalizas rige asimismo para las flores, con "veiling" especializados en dichos productos.

Se suelen indicar, sin embargo, algunos inconvenientes en los "veiling". El primero de ellos se refiere a la venta de productos hortofrutícolas para la industria en la cual el sistema de contrato previo a la siembra suele ser muy conveniente tanto para el agricultor como para el industrial. Otro inconveniente es derivado del desarrollo que han tenido últimamente las grandes cadenas de venta



«Veiling» con canal para transporte de los productos. Holanda.



Tabla de control de subastas.

al por menor, las cuales han integrado algunas fases anteriores de la comercialización, como son los desempeñados por el mayorista en los circuitos clásicos; para estas cadenas puede ser más conveniente una relación más directa con el agricultor en lugar de ser a través de la subasta.

El sistema de las subastas de los Países Bajos es considerado normalmente como un modelo en

la venta de frutas y hortalizas, y los holandeses están orgullosos de él. Este sistema tiene también mucha importancia en Bélgica, sin llegar a ser un método único, como ocurre en el país vecino, y también están desarrollados, estos tipos de subastas, en algunas zonas del Norte de Francia.

Hemos querido indicar las características generales de los "veiling" por si puede ser de utilidad a los agricultores y cooperativas españolas de frutas y hortalizas. Es evidente que para llegar al sistema "perfecto" de los holandeses se precisa una gran tradición, como es en su caso. Sin embargo, la venta por subastas puede ser una solución útil en numerosos casos, ya que con este sistema se consigue una mayor transparencia del mercado, es decir, que los agricultores pueden conocer mejor la formación de los precios y disminuir la desorientación que poseen en algunos casos.

Un sistema de subastas a la baja tiene lugar en las llamadas "alhóndigas" o "corridas de frutas" de la Costa del Sol española. Su organización, no obstante, es mucho menos perfecta que la de los "veiling", pero es indudable que puede significar una base muy valiosa para la organización de una comercialización eficiente.

# Anglo-Japanese Chick Segregating Co. Ltd.

La primera casa europea para el sexaje de pollitos

AGENTES PARA ESPAÑA:

Se buscan personas o casas comerciales de absoluta solvencia y probada responsabilidad comercial para actuar como Agentes en la distribución de nuestros sexadores.

Deben poder atender tal Agencia al mismo tiempo que su actual negocio. Es condición esencial tener amplias relaciones con las industrias avícolas o similares.

Dirigirse a: **Secretary. Anglo-Japanese Chick Segregating Co. Ltd.**

Shift Mill, Castle Park Road, Wendover, Bucks. England.

# Producir para vender

Por José Luis Marina (\*)



Almacén de acondicionamiento de frutas cerca de Orleans.

Como en cualquier otra actividad económica, el éxito de la gestión en el sector agrario está no sólo en producir bien, sino además en vender lo mejor posible, ya sean bienes materiales o servicios.

Por eso el título elegido para estas líneas nos parece un "slogan" adecuado para todo aquel que se encuentra al frente de una explotación agraria. Producir para vender. No vender lo ya producido, sino analizar la situación y decidir qué parte del posible mercado se va a abastecer. Este enfoque de la actividad productiva, esta nueva visión de los problemas de la empresa, que tiene como objeto satisfacer unas necesidades del mercado, no es más que la aplicación de la ciencia o el arte del "marketing" (o del mercadeo, según se prefiera).

El arte de la venta y sus técnicas es una de las actividades más antiguas de la humanidad, pero el "marketing", además de tener un contenido más amplio, se diferencia de la simple venta en que contempla el conjunto de la empresa con una óptica nueva que la lleva a actuar en función de y para el mercado, de una manera consciente. Y esta nueva mentalidad, que cada vez se introduce más en las empresas españolas, no tiene por qué ser excepcional cuando la empresa es del sector agrario, que es donde actualmente se desconoce casi por completo.

## La producción agraria

Cuando se contempla el total de la producción agraria y el mercado que abastece, con todo un complicadísimo sistema de mercadeo que une a ambos extremos del circuito (agricultor-consumidor), puede parecer imposible poner un poco de orden y buscar soluciones a los problemas que plantea la comercialización de productos agrarios.

Para tener una idea de sus magnitudes tene-

mos en el cuadro siguiente las cifras de producción en 1968, según datos del Ministerio de Agricultura:

### PRODUCCIONES AGRARIAS: AVANCES 1968 FUENTE: MINISTERIO DE AGRICULTURA

Cereales	118.728.000	Qm.
Leguminosas alimentación humana	2.878.000	»
Leguminosas para pienso	3.590.000	»
Patata	44.313.000	»
Remolacha azucarera	43.377.000	»
Productos hortícolas	45.528.800	»
Frutas	26.548.000	»
Agrios	10.010.000	»
Uva	40.021.000	»
Aceituna	19.522.000	»
Algodón	2.122.000	»
Carne	1.109.906	Tm.
Huevos	554	millones de docenas
Leche	3.606,9	millones de litros
Lana	27.498	Tm.

Esos volúmenes de producción corresponden a gran número de productos distintos, dentro de los cuales hay que considerar incluso variedades distintas. Pero el panorama es aún más complicado si se piensa que todos estos productos se cosechan en cantidades pequeñas, extendidas por toda la superficie nacional en períodos relativamente cortos y expuestos a muy variadas condiciones de clima, suelo y métodos de cultivo, de lo que resulta una gran heterogeneidad.

Pues bien, toda esa masa herogénea de productos que además son, en muchos casos, perecederos y de un gran volumen, se dirigen a través del sistema de mercadeo hacia un mercado que está formado por 33 millones de españoles, más una exportación que en 1968 alcanzó un valor de 611,5 millones de dólares.

## Circuitos de mercadeo

Para llegar al utilizador final, ya sea nacional o extranjero, los productos agrarios han tenido que seguir unos flujos o corrientes que unen al pro-

(\*) Ingeniero Agrónomo de la Dirección General de Agricultura.

ductor y al consumidor y que es lo que se llaman circuitos de mercadeo. Dicho de esta manera, nos evitamos una definición más amplia que nos llevaría a comparar los de diversos autores, pues aún no hay unanimidad en el alcance de los conceptos de una ciencia, tan relativamente reciente, como es el "marketing". Además, es otro el objetivo de estas líneas, pues sólo se pretende hacer unas consideraciones sobre el agricultor ante la venta de sus productos.

Así, pues, situémonos en el extremo inicial de los circuitos y veamos, de una manera general, qué canales puede utilizar el agricultor para enviar sus productos hacia el mercado consumidor.

En el comercio del trigo, el Servicio Nacional de Cereales es el organismo que lo controla, siendo prácticamente comprador único. El agricultor vende, por tanto, casi todo su trigo al Servicio y no tiene que preocuparse de buscar comprador, regatear precio, etc. Mucho antes de recoger su producción ya sabe con seguridad el precio que va a cobrar, más o menos unas primas o descuentos por diversas causas. La labor del Servicio ha supuesto mucho para la agricultura española y, aun cuando en las circunstancias actuales puede achársele algún defecto, no se debe olvidar que, desde el punto de vista del agricultor, el contar de antemano con el conocimiento del precio que va a tener su producto es un gran aliciente, pues elimina los riesgos de mercado y son muchos otros los que tiene que soportar la producción agraria. Y no es esto todo; la forma de pago que se realiza mediante el documento llamado "negociable", que puede hacerse efectivo en la mayoría de los Bancos, soluciona, en parte, el crónico problema de falta de numerario que padece el agricultor en una época en que sus gastos aumentan notablemente.

La labor del Servicio Nacional de Cereales se extiende a los destinados a piensos para el ganado y el arroz cáscara, pues aunque todos ellos gozan de libertad de comercio, pueden venderse al Servicio, que establece unos precios mínimos de garantía para cada campaña.

El comercio de las leguminosas y de las patatas es libre, así que el agricultor puede sembrar y vender lo que quiera y a quien quiera. Sin embargo, la producción y venta de patata de siembra, que puede ser una actividad económicamente interesante, está sujeta a las instrucciones emanadas del Instituto Nacional para la Producción de Semilla Selecta, que, mediante circulares del Servicio de la Patata de Siembra, de las normas que han de regir su comercio.

La superficie de cultivo, precios, etc., para la remolacha y caña azucarera se fijan en las regulaciones de campaña que se publican cada año. Según éstas, el agricultor puede formalizar anualmente un contrato con la industria azucarera a la que desee entregar su producto, en el cual se especifican todos los datos necesarios de superficie, recepción de la mercancía, descuentos, forma de pago, etc. Es decir, una vez firmado el contrato, el agricultor tiene asegurada la venta del producto, en condiciones previamente conocidas.

Las frutas y productos hortícolas son de los pocos que no tienen una regulación específica de su producción y comercio. En general, cada agricultor produce lo que quiere y lo vende como puede. Excepciones hay como una legislación, ya antigua, limitando las plantaciones de agríos y las más recientes circulares de la Comisaría General de Abastecimientos y Transportes, que establecían márgenes máximos en cumplimiento de las directrices del Decreto-Ley 15/1967, sobre medidas complementarias de la nueva aparición de la peseta. En realidad, estas últimas no afectan directamente al agricultor, que puede elegir libremente entre las diversas posibilidades que se le ofrecen en un mercado sujeto a las leyes de oferta y demanda.

En la figura se recoge, de una manera simplificada, el esquema de los diversos canales o circuitos comerciales a través de los cuales llegan las frutas y hortalizas frescas hasta el consumidor. Se ha recogido el parecer de diversos autores, que opinan que el circuito está formado exclusivamente por aquellos que adquieren la propiedad del producto, por lo que los transportistas y todo tipo de comisionistas quedan excluidos. En el escalón productor se entiende que es éste o sus asociaciones los que venden sus productos a mayoristas en origen, mayoristas en destino o minoristas. El circuito directo productor-consumidor no se ha dibujado en el esquema, pues su importancia relativa es muy pequeña y, desde luego, no puede considerarse como una solución para el abastecimiento de grandes ciudades. Más bien hay que considerarlo como una salida marginal, de la que puede beneficiarse algún agricultor por encontrarse en una situación muy favorable respecto al mercado. También se presenta más frecuentemente en zonas rurales y poblaciones pequeñas, donde algunos hortelanos tienen su puesto en la plaza de abastos para la venta al detall. Sin embargo, es difícil que esta modalidad pueda sustituir o al menos hacer una competencia efectiva a la compleja maquinaria comercial, que rea-

liza una serie de servicios que no podrá llevar a cabo el agricultor, pues no está preparado ni tiene vocación para ello. Ni siquiera una cooperativa podría atender adecuadamente a puestos de venta minorista, porque lo más probable es que las diversas producciones de sus socios no cubran todo el año y habría épocas en que no tendría nada que ofrecer. Por este motivo se necesitaría una organización a escala nacional, de modo que las diversas cooperativas pudieran ir abasteciendo a estos puestos de venta directa.

Además de estas "salidas" de los productos hortofrutícolas, hay que considerar las diversas modalidades de venta. El agricultor puede vender sus productos de muy diversas formas, que van desde la venta en flor de los agrios, tan corriente en toda la región valenciana, hasta la entrega en el mercado de lo recogido en el día, lo cual lo transporta el propio hortelano por su cuenta.

El sector vitivinícola también está regulado. Por una parte, existe limitación al cultivo de la vid (Decreto-Ley de 28-X-67) y, por otra, están las regulaciones de campañas vinico-alcoholeras, que establecen un precio mínimo garantizado, cuyo nivel actual es de 32 pesetas por hectógrado, al cual paga la Comisión de Compras de Excedentes de Vino. Así, pues, el agricultor entrega su uva en las bodegas particulares o cooperativas, que en este sector han tomado gran incremento, y éstas producen su vino, que pueden vender en el mercado libre o bien ofrecerlo a la Comisión citada anteriormente al precio de la regulación. Este precio de garantía repercute indirectamente en el agricultor, pues mantiene un cierto nivel de los precios del vino en el mercado, que se refleja en el de la uva, y también porque la Comisión compra preferentemente a aquellas bodegas que han pagado la uva por encima de un determinado precio.

Para el aceite el caso es análogo al anterior, pero el organismo comprador es la Comisaría General de Abastecimientos y Transportes.

El ganado para abasto (vacuno, ovino, porcino y pollo) y los huevos tienen libertad de comercio, pero están establecidos unos precios de garantía a la producción, a los cuales compra la C.A.T. los productos que se le ofrecen. Sin embargo, los productores prefieren utilizar los circuitos comerciales normales, ya que los precios del mercado suelen estar por encima de los de garantía, como es lógico. El ganado porcino, por problemas de la actual estructura de producción, es el que más se acoge a esta protección oficial.

Se ha visto cómo el Servicio Nacional de Ce-



Envases de campo en una nave de acondicionamiento de frutas y hortalizas. Obsérvese que son paletizables. Orleáns, 1968.

reales, la C. A. T. y la Comisión de Compras de Excedentes de Vinos son los principales órganos de los que se valen los poderes públicos para la aplicación de su política de precios en el sector agrario. No obstante, no se puede olvidar el nuevo organismo, que viene a dar coherencia a esta política: el F. O. R. P. P. A. La creación de este Fondo no es tan importante por cuanto a sostenimiento de precios se refiere como por sus objetivos económicos y sociales. Entre los primeros, la orientación de las producciones y la mejora de las estructuras productivas y comerciales. Entre los segundos, el logro de una mayor participación de los agricultores en la renta agraria. No es posible en este momento enjuiciar su labor, puesto que sólo acaba de ponerse en marcha, pero no cabe duda que el agricultor puede esperar de él nuevas salidas para sus productos y unos mercados más clarificados.

#### *El agricultor ante su mercado*

En el apartado anterior se ha intentado exponer una panorámica general de las distintas posibilidades que tiene el agricultor para vender sus productos, poniendo especial atención en los productos regulados, ya que éstos suponen un 60 por 100 de la producción final agraria (12 por 100 con precio fijo y el 48 por 100 con precio mínimo de garantía), lo cual da una idea de su importancia.

Sin embargo, esta amplia visión a escala nacional, cuyo estudio puede resultar tan apasionante, no es el problema que se plantea el agricultor individual. Para él, los límites de su horizonte son más restringidos y más precisos. El mercado al

que puede acudir tiene nombres propios y a menudo está representado por personas concretas. Y muchas veces este horizonte es tan estrecho que la actuación del agricultor se limita a repetir rutinariamente una alternativa y vender lo producido a casi las mismas personas. Pero es precisamente esta actitud la que debe cambiar, y, de hecho, los mejores la han cambiado ya.

El mercadeo de productos agrarios empieza con la decisión del agricultor de sembrar (o criar) alguna cosa. Esta afirmación se hizo en noviembre de 1964, en París, en un seminario que sobre este tema organizó la O. C. D. E. y al que acudieron especialistas de todo el mundo. Con ella se plantea la primera pregunta que debe hacerse el empresario agrícola: ¿Qué producir? No se trata de buscar salida a unos productos ya cosechados, sino de echar una mirada al mercado que le rodea e incluso más allá del propio horizonte, en busca de nuevas oportunidades, y, teniendo en cuenta las limitaciones de tipo técnico, tomar una decisión consciente para producir aquello que asegure una mayor rentabilidad a su explotación. Aquí conviene hacer una aclaración. Al principio de estas líneas se habló intencionadamente de bienes o servicios, pues la decisión sobre qué producir entraña el producto en sí o la adición de un nuevo servicio. Es decir, se puede decidir plantar manzanos o envasar cuidadosamente los tomates para enviarlos a un nuevo mercado que exige esta presentación.

*Cuándo vender* es otra pregunta clave. Ella encierra dos aspectos: la elección de la época de producción y la posibilidad y medios de almacenamiento.

*Dónde vender* lleva a considerar las facilidades de transporte, posibilidades de exportación, además de un buen conocimiento de los mercados a los que se puede acceder.

*Cómo vender* es otra de las preguntas fundamentales. Vender la cosecha en flor, vender con pago aplazado o utilizar cualquier otra modalidad de venta puede influir considerablemente en la rentabilidad de la explotación.

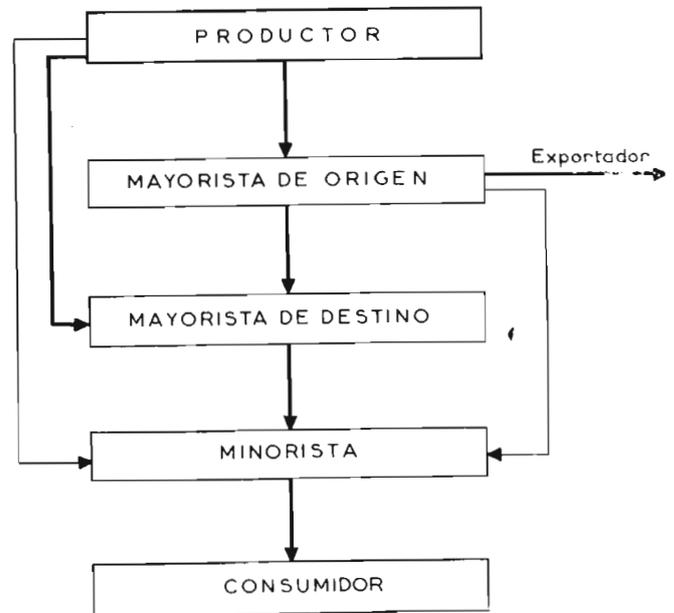
*A quién vender* completa la necesaria información, y de este modo se decidirá usar un canal u otro, eligiendo ante el abanico de posibilidades que se presentan. Es decir, se puede vender al organismo oficial que aplica la política de precios de garantía o utilizar el mercado libre vendiendo a un comprador rural, a un mayorista, a un minorista, etc.

Se ve, por tanto, que con cualquiera de las cinco preguntas fundamentales planteadas se llega

siempre a la misma conclusión: se necesita un conocimiento lo más profundo posible del mercado. Pero ¿puede adquirir este conocimiento el agricultor individual? A gran escala será muy difícil, pero es necesario que cada agricultor, cada empresario agrícola, cambien su manera de enfocar los problemas de la producción y, empezando por su medio más próximo, aprenda a conocer su mercado real y potencial y a tomar decisiones basadas en ese conocimiento. Así uno decidirá sembrar una variedad temprana que ha alcanzado precios elevados en la población más próxima, otro seleccionará sus manzanas, clasificándolas y embalándolas cuidadosamente para reexpedirlas a un importante centro de consumo, y otros, en fin, decidirán unirse para constituir una cooperativa avícola.

Se trata, por tanto, de medidas, soluciones en cierto modo simples, que están al alcance de to-

### CIRCUITOS COMERCIALES DE FRUTAS Y HORTALIZAS



dos. Con ellas cada agricultor puede aprovechar las oportunidades que se ofrecen en el mercado sin dejarlas pasar de largo.

Esta actitud es fundamental, pues si al principio las decisiones que de ella se derivan son tímidas, de poca trascendencia, servirán de fermento para que más adelante sean más complicadas, de mayor alcance, y terminarán por transformar sustancialmente el sector agrario.

Sin embargo, no se puede olvidar la acción ofi-

cial. Los poderes públicos ponen el marco en que se desenvuelve el mercadeo de productos agrarios y les proporciona nuevas salidas, orientación, precios de garantía, etc. De ahí su enorme importancia. Pero, una vez establecidas las "reglas del juego", es solamente el propio empresario el que puede influir sobre su situación inmediata, estudiándola, analizándola, sopesando sus posibilidades y tomando decisiones de las que va a depender la rentabilidad de su explotación.

*Conclusión*

El sector agrario está sometido a grandes cambios, que además actúan con una cierta rapidez. Poco entre los que más van a influir sobre la producción están las nuevas formas de comercialización que se vienen iniciando y que inexorablemente se producirán. La actuación colectiva, la

ampliación de los mercados, las mayores exigencias en cuanto a calidad, las grandes cadenas de intermediarios, etc., son algunos ejemplos. Y para estos cambios, el agricultor, el empresario agrícola, tiene que estar preparado e incluso adelantarse a los acontecimientos en la medida de sus fuerzas.

Son especialmente las nuevas generaciones de agricultores los que deben adaptar su mentalidad al nuevo estado de cosas, dando un nuevo enfoque, un enfoque de "marketing", a su actividad productora. Esta adaptación se producirá, indudablemente, en más o menos tiempo, como viene pasando en otros países, pero se hará más rápidamente, con menos naufragos, si el Estado y las organizaciones profesionales, teniendo en cuenta la importancia social del sector, se ocupan de la formación de los nuevos empresarios agrícolas. Empresarios que no buscarán ya vender lo producido, sino producir para un mercado, producir para vender.



Caballero de Gracia, 24, 3.º izqda.  
Teléfono 2 21 16 33 - MADRID (14)

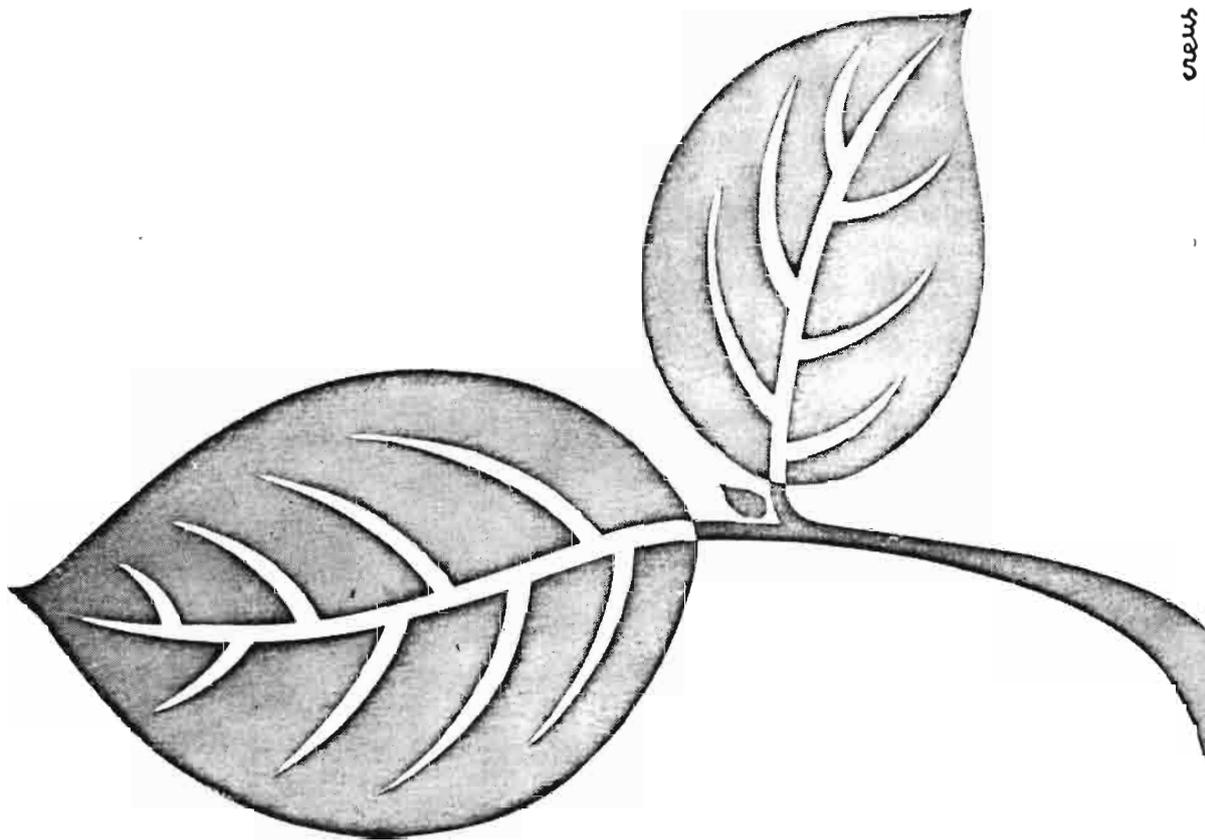
**BOLETIN DE SUSCRIPCION**  
EDITORIAL AGRICOLA ESPAÑOLA, S. A.

D. ....  
domiciliado en ..... , provincia de .....  
calle de ..... , núm. .... , de profesión .....  
se suscribe a AGRICULTURA, revista agropecuaria, por un año, comprometiéndose a abonar el importe de esta suscripción con arreglo a las tarifas y condiciones contenidas en este Boletín.

..... de 19.....  
(Firma y rúbrica del suscriptor)

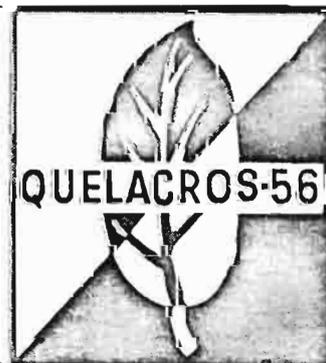
Tiempo mínimo de suscripción: Un año.  
Fecha de pago de toda suscripción: Dentro del mes siguiente a la recepción del primer número.  
Forma de hacer el pago: Por giro postal o transferencia a la cuenta corriente que en el Banco Español de Crédito o Hispano Americano tiene abierta en Madrid «Editorial Agrícola Española, S. A.»  
Prórroga tácita del contrato: Siempre que no avise un mes antes de acabada la suscripción, entendiéndose que se prorroga en igualdad de condiciones.

Tarifa de suscripción para España .....	Plas. 240,—	Números sueltos: España .....	Plas. 25,—
Portugal e Hispanoamérica .....	» 250,—		
Restantes países .....	» 300,—		



# QUELACROS-56

**VENCE LA CLOROSIS  
FERRICA**



PIDALO A SU PROVEEDOR HABITUAL  
O A CUALQUIER DEPENDENCIA DE

**S. A. CROS**

# Importancia de las plagas de almacén en el comercio internacional

*Por Luis de la Puerta Castelló (\*)*

## *Preocupación europea*

Bajo el patrocinio de la OEPP (Organisation Européenne et Méditerranéenne pour la Protection des Plantes) se celebró en Lisboa, en noviembre de 1967, una reunión de expertos de 17 países europeos. El motivo fue estudiar los problemas inherentes a la protección de productos agrícolas almacenados. Se plantearon problemas y se apuntaron soluciones. Los países de clima más frío en los que difícilmente se adaptan otras plagas se preocupan por impedir la introducción de las específicas de almacén, pues en los locales adecuadamente preparados las temperaturas son muy diferentes de las del exterior.

En las comunicaciones de los diversos especialistas se revelan preocupaciones comunes. La importación de productos infectados no sólo perjudica a éstos con una creciente depreciación. Su distribución posterior puede ser muy extensa, contaminando a gran número de almacenes, que después recibirán otros productos, que a su vez serán infectados. Existen especies polífagas de distribución casi universal que se adaptan fácilmente a cualquier clima, siempre favorecidas por la uniformidad que crean los locales cerrados.

Próximamente tendrá lugar otra reunión en Lisboa, de la OEPP (1), dedicada al estudio de las plagas de almacén de origen mediterráneo y en la que nuestro país estará representado por el ingeniero agrónomo señor García Gisbert, director de la zona fitosanitaria de Levante.

## *Problemas que se plantean*

En el cada día más intenso tráfico internacional

(1) Cuando se publiquen estas líneas esta reunión ya se habrá celebrado.

(\*) Ingeniero Agrónomo del Servicio Fitosanitario de la Dirección General de Agricultura. Valencia.

se da la circunstancia de que los países menos desarrollados económicamente suelen ser grandes proveedores de productos alimenticios, que son recibidos, para su consumo directo o su elaboración, por un grupo de países más avanzados técnica y materialmente. No es de extrañar que éstos manifiesten un deseo de mejoría en la calidad de los productos, lo que los países exportadores, dados sus escasos recursos actuales, encuentran grandes dificultades en lograr.

Europa es deficitaria de diversos productos alimenticios, que suele importar de este grupo de países poco desarrollados.

Es fácil comprender las dificultades que estos países encuentran para suministrar productos libres de plagas y enfermedades. La mayoría de los africanos, asiáticos y americanos, habituales exportadores de productos alimenticios sin elaborar, disfrutan de climas templados o cálidos, con humedad elevada, lo que favorece el desarrollo de toda clase de enfermedades y plagas.

En Africa es frecuente el transporte de mercancías hasta los puntos de embarque en largas travesías y con escasos medios. La República del Níger se ve obligada a utilizar los puertos de Nigeria o de Dahomey; Malawi suele exportar por el puerto mozambiqueño de Beira; las autoridades fitosanitarias expiden certificado al salir el producto de su país; de lo que ocurre dentro del territorio portugués no se hacen responsables. El Sudán transporta los productos desde zonas regables del Nilo hasta Port-Sudán, en el mar Rojo. El turtó de semilla de algodón y el cacao de Uganda es exportado por Mombasa, en Kenia, puerto que parece carecer de instalaciones adecuadas.

Para asegurar la inmunidad de los productos, en el momento de su embarque, haría falta:

a) Vigilancia de los cultivos, con el consiguiente control fitosanitario.



Preparación de una partida de trigo antes de su embarque con destino a Egipto. Puerto de Valencia.

b) Instalaciones de las granjas libres de parásitos. Esto es un problema cuya solución se ve dificultada hasta límites insospechados en regiones donde predominan la agricultura en régimen familiar. Basta decir que en Turquía se calculan más de un millón de graneros extendidos por el país.

c) Control del transporte hasta los puertos. Es frecuente la presencia de parásitos en los vagones de ferrocarril.

d) Instalaciones adecuadas en aquéllos, fáciles de desinfectar y limpiar. La mezcla en un mismo local durante varios días de partidas sanas con otras infectadas es algo frecuente, aun en países más adelantados.

e) Inspección de las partidas inmediatamente antes de su embarque para, en caso necesario, proceder a su fumigación o incluso impedir su salida.

Para conseguir todo esto es necesaria una organización (que a veces tropezaría con los problemas inherentes al tránsito de productos por más de un país) y, desde luego dinero.

Una acción concertada de los países europeos podría prestar asistencia técnica, con lo que ellos mismos se verían favorecidos al recibir productos en mejores condiciones. De cualquier forma, hay que pensar que la resolución de estos problemas sólo se podría conseguir a largo plazo.

Ocurre a veces que partidas embarcadas en perfectas condiciones resultan infectadas a bordo. Con frecuencia las compañías navieras olvidan las más elementales normas de limpieza. Los restos de partidas anteriores, los ángulos y recovecos sucios de las bodegas, sobre todo si las cuadernas van recubiertas de madera, se prestan a ser focos de infección de las mercancías depositadas. La mezcla de diversas partidas, embarcadas en uno o varios puertos, es otro peligro de contagio para las partidas sanas.

Es evidente que solamente con una gestión seria y enérgica de los gobiernos europeos se podría lograr una mejora en este estado de cosas. Es necesario interesar vivamente a los países exportadores, haciéndolos conscientes de su responsabilidad.

En último término, la inspección rigurosa debe ser la que indique la sanidad de las partidas importadas. Resultaría del máximo interés una comunicación periódica entre los servicios fitosanitarios europeos, intercambiando las ideas respectivas sobre los distintos medios empleados para la debida protección. Esto no cabe duda que se inicia con los congresos de Lisboa ya comentados. Serán útiles cuantas publicaciones se realicen describiendo las plagas encontradas, experiencias con fumigantes, sistemas de inspección, cámaras de fumigación, almacenes de recepción, etc., que deben llegar fácilmente a los responsables de todos los servicios fitosanitarios europeos.

#### *Protección fitosanitaria en España*

Nuestro comercio de productos alimenticios posee un carácter ambivalente. El clima mediterráneo de algunas de nuestras regiones, con inviernos suaves, hace fácil la adaptación de cuantas plagas de almacén se importan. A su vez, somos objeto de atención por países menos meridionales que temen se las enviemos con nuestras exportaciones. Algunas quejas recibidas de Estados Unidos y Brasil, por haber recibido ajos atacados por *Dispepsa ulula* y *Brachycerus algerius*, han obligado a tomar la prudencial medida de desinfectar todas las partidas exportadas de este producto, lo que ha permitido poder continuar contando con la confianza de los países receptores. La aparición

frecuente sobre almendras y avellanas de las polillas *Ephestia kühniella*, *Plodia interpunctella* y *Tinea granella* ha sido subsanada con la obligatoriedad de fumigar con bromuro de metilo, en los meses de mayo a octubre inclusive, todas las partidas de exportación. Egipto, receptor de trigo nacional, exige que se le certifique por el Servicio Fitosanitario la ausencia de "mohos, pestes agrícolas, hongos e insectos vivos".

Las exigencias, cada vez más rigurosas de los países importadores, obligan a un control riguroso de la sanidad de nuestras exportaciones si no queremos padecer contratiempos que pueden resultar irreparables.

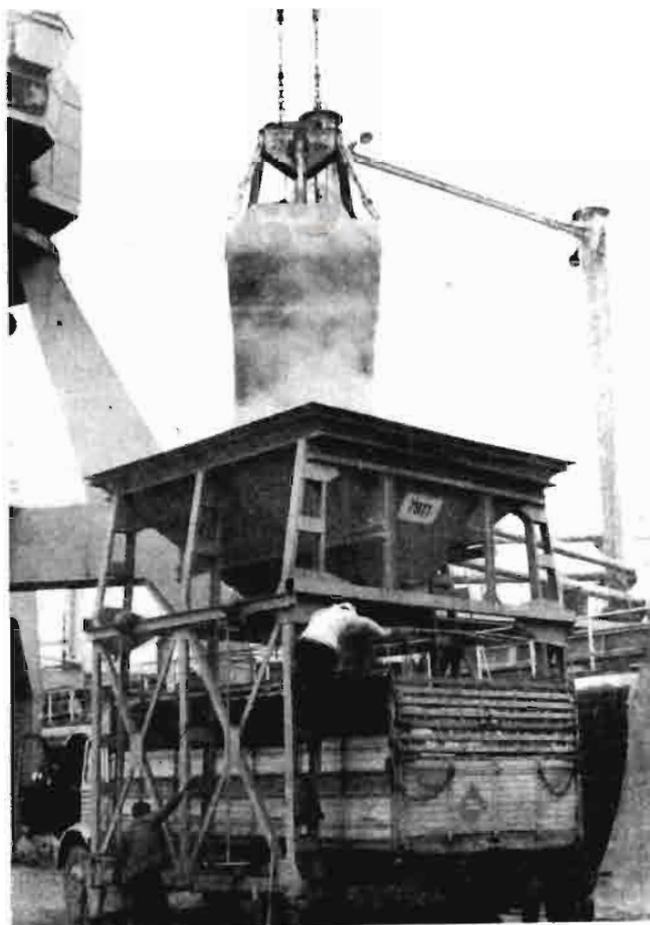
No menos trascendental resulta la inspección minuciosa de nuestras importaciones. En menos de un año, y solamente en el puerto de Valencia, han sido descubiertas por los inspectores del Servicio Fitosanitario formas vivas en diversos estados de evolución de *Forficula auricularia*, *Bruchus* sp., *Ephestia kühniella*, *Tenebriodes mauritanicus*, *Stegobium paniceum*, *Dermestes maculatus*, *Pachymerus acaciae*, *Oryzaephilus surinamensis* y *merctor*, *Ophonus rufipes*, *Tribolium confusum* y *castaneum*, *Calandria* sp., *Rhizopherta dominica* y *Carpophilus* sp.

Los países "exportadores" de estos insectos fueron generalmente africanos, y los vehículos principales, cacahuetes y habas de cacao.

La mayor parte de las partidas afectadas pudieron ser rehabilitadas, fumigándolas con bromuro de metilo, en las cámaras al vacío que el Servicio posee en el puerto de Valencia, o a presión normal, bajo lona, en el mismo muelle.

No cabe duda que una de las primeras necesidades que el comercio requiere es la posibilidad de poder desinfectar con rapidez, comodidad y eficacia cuantas partidas de exportación o importación lo necesiten. Con este fin, además de las cámaras existentes en Valencia, se dispondrá en plazo breve de otras semejantes en los puertos de Barcelona y Alicante, que asimismo serán dirigidas y controladas por el Servicio Fitosanitario.

Sería deseable disponer de por lo menos una en Andalucía (posiblemente en Cádiz) y otra en



Importación de soja procedente del Canadá. Puerto de Valencia.

un puerto del Norte, que podría ser Vigo, para completar una red de cámaras en toda la Península, siendo obligatorio que ciertos productos solamente se pudiesen mover por los puertos dotados de ellas.

No se debe descontar el empleo de otros fumigantes, como la fostoxina, de posible utilidad en casos de partidas de gran volumen.

Sin salirnos del limitado campo de las plagas de almacén, vemos que cada día se hace más necesario el control riguroso de nuestro comercio de productos alimenticios y derivados. El prestigio de nuestros productos en el exterior, por un lado, y asegurar la debida sanidad de nuestras importaciones, por otro, nos obligan a ello.



**cada minuto  
que pasa...**

**...habría en España 20.000 ratas más**

si la industria nacional no dispusiera de un producto infalible, el

**RATICIDA IBYS 152 - S**

**EFFECTIVAMENTE**

Cientos de miles de personas emplean directamente el Raticida IBYS, dada la facilidad de su manejo para exterminar a los roedores, en sus domicilios e industrias y mantener la desratización de forma permanente.



Los servicios de Desratización IBYS, controlan los roedores en la mayoría de las factorías de la Industria española, puertos, aeródromos, explotaciones agropecuarias, dependencias militares y otros edificios públicos, flotas pesqueras, minas, etc.

El Instituto IBYS, ha efectuado extensas campañas que abarcan la red de saneamiento en su totalidad y los focos invadidos por los roedores en la superficie, en 37 capitales de provincia y otras 50 grandes ciudades españolas.

**Este protocolo de trabajo sitúa al Instituto IBYS a la altura de los países más avanzados en este interesante aspecto de la higiene moderna.**

**RATICIDA IBYS 152-S**

# información nacional

## I EXPOSICION NACIONAL DEL AUTOSERVICIO

**En España hay 4.268 tiendas de autoservicio que obtienen un 16,5 por 100 de las ventas de alimentación**

La I Convención-Exposición del Autoservicio se ha celebrado en el Salón de Exposiciones de la Cámara de Comercio de Madrid, del 14 al 24 de marzo. Coincidiendo con dicha Exposición se ha celebrado el I Congreso Nacional de Autoservicio, con un ciclo de conferencias sobre el tema «Problemática general del autoservicio».

El autoservicio es una técnica de venta al detall típica de los llamados supermercados. Por supermercado se entiende un establecimiento de venta al detall con muchas secciones, que vende comestibles y otras mercancías, utilizando la técnica del autoservicio en la mayor parte de las secciones. El supermercado nace en Estados Unidos en el año 1930, aunque habían existido algunos antecedentes, con la apertura del establecimiento King Cullen, en las cercanías de Nueva York; en los años siguientes los supermercados se extendieron por todo el país. Estos primeros establecimientos daban importancia primordial a la cuestión de los precios, al autoservicio y a la exhibición en masa de marcas conocidas; no se prestaba atención al aspecto exterior; las instalaciones eran del tipo más rudimentario; los edificios, la mayoría de las veces, eran antiguas fábricas, garajes, etc., y cuanto más rudimentario era el edificio, tanta mayor atracción producía sobre el público, puesto que sugería economía al consumidor. (Una descripción muy completa de la creación y evolución de estos establecimientos en Estados Unidos viene en el libro «Los supermercados», de M. Zimmerman, publicado en España en 1961.)

Al final de la segunda guerra mundial, la industria de los supermercados experimenta un

gran impulso; las instalaciones rudimentarias fueron sustituidas por mercados lujosos y atractivos con numerosas comodidades, como el aire acondicionado, las guarderías infantiles, etc., con nuevos principios de la organización de ventas y con la inclusión de nuevas secciones. El supermercado ha dado lugar en Estados Unidos a un cambio revolucionario en las ventas al detall; ha influido y ha cambiado radicalmente los sistemas de envases, refrigeración, técnicas de venta y además consiguió rebajar los márgenes de distribución en la fase del detallista.

Desde los Estados Unidos el supermercado se extendió en el período de la posguerra a los países europeos, en donde se desarrollaron notablemente en la década de los cincuenta y principalmente en los años sesenta. En 1967 había en Alemania una densidad de autoservicios de un establecimiento por cada 800 habitantes; en Suecia era de uno por cada 851 habitantes; Francia, uno por cada 3.875, y en Bélgica, uno por cada 6.400. La U. R. S. S. tiene pocos autoservicios, unos diez mil, pero son de gran extensión, ya que cada uno viene a ocupar de 15.000 a 20.000 metros cuadrados.

En España, la Comisaría General de Abastecimientos y Transportes monta un autoservicio piloto en Madrid en octubre de 1957, y en 1958 monta los primeros autoservicios formando parte de una red piloto. Inmediatamente empiezan a implantar los autoservicios privados. En 1962 había 500 establecimientos y en 1964 se alcanzaba la cifra de 1.700. Actualmente existen en España 4.268 tiendas de autoservicios, que dan una densidad de un estableci-

miento por cada 7.700 habitantes, con una venta media anual de unos diez millones de pesetas. El número total de comercios dedicados a la alimentación asciende a 200.515, con una venta media anual de 1.320.000 pesetas.

Así que los autoservicios de alimentación representan el 2,1 por 100 del total de comercios de alimentación y el 16,5 de las ventas totales.

Entre las conclusiones del Congreso citamos las siguientes:

La cadena del frío y transportes frigoríficos está incompleta en el escalón minorista.

Es preciso promocionar el mayor número posible de modernos y eficaces mercados centrales y combatir la atomización de los puntos de venta, exigiendo para los nuevos establecimientos un volumen mínimo de venta, así como las instalaciones frigoríficas o higiénicas necesarias.

Hace falta difundir información a productores, mayoristas y consumidores sobre cantidades comercializadas y cotización tanto en origen como en destino.

Existe un fraude en la calidad, en las especificaciones y en el precio de los productos, fraude admitido ya por el uso.

Ante los problemas financieros del sector alimentación habría que estudiar nuevas líneas de crédito en los bancos oficiales existentes o bien estudiar la creación de un banco de crédito al comercio.

Es necesario que para cubrir en los próximos cinco años una meta que nos coloque al nivel medio europeo se lleguen a quince mil autoservicios.

En lo que se refiere a la Exposición, ésta cubría las tres plantas del Palacio de Exposiciones, con un total de 4.838 metros cuadrados para setenta y nueve firmas expositoras y noventa y cuatro «stands».

# La comercialización del azúcar

Por **Silvio Martínez Vicente**  
y **Eduardo Sevilla Guzmán**

*La producción mundial de azúcar se distribuye en 1/3 procedentes de caña y 2/3 de remolacha. En España casi la totalidad del azúcar procede de la condensación del jugo de remolacha; sólo una pequeña parte procede de la caña.*

*La transformación del producto hasta la obtención del azúcar se realiza en las azucareras, verdadero protagonista del proceso de comercialización, ya que, como se verá, realiza la mayoría de los servicios y es un agente de propiedad particular.*

*En 1965 había en España 55 fábricas de azúcar (43 exclusivamente de remolacha, tres de remolacha y caña y nueve sólo de caña); de éstas, 37 eran propiedad de cuatro sociedades. Hoy la situación es muy parecida; si acaso la compacidad del bloque oferente de azúcar es aún mayor.*

*Los agricultores azucareros han de ofrecer su cosecha a las fábricas de azúcar de su zona. Existen 10 zonas a efectos de contratación con los cultivadores. La superficie del cultivo de remolacha y caña que puede sembrarse es determinada por el Ministerio de Agricultura, que calcula la producción que satisfará la demanda de la campaña.*

*El precio también está fijado de forma tal que la intervención de este producto es total, pero de forma que la atomizada oferta de los «cultivadores de azúcar» se enfrenta a un monopolio absoluto de demanda. De esta forma son inevitables las prácticas monopolísticas propias de un mercado de este tipo. Así el agricultor está a disposición de la azucarera respecto a la temporalidad del pago y de la aceptación de su cosecha, al margen de cualquier otro tipo de irregularidades.*

## INTERVENCIÓN ESTATAL

Intervienen los siguientes organismos estatales:

### 1) *Presidencia del Gobierno.*

Legisla por decreto la disposición central ordenadora de la campaña. En esquema fija los siguientes puntos:

Superficie que podrá dedicarse al cultivo de remolacha y caña de azúcar (su distribución a cargo del Ministerio de Agricultura).

Precio de compra de la remolacha de tipo medio y escala para riqueza sacarimétrica.

Precio para la caña de azúcar.

En anejo número 1 se detalla la escala para la presente campaña.

### 2) *Jefatura del Estado.*

Regula mediante decreto-ley el impuesto que ha de gravar el azúcar. La regulación es por campañas. Para la actual campaña se fija un impuesto de 40 ptas/Tm.

### 3) *Ministerio de Agricultura.*

Distribución de la superficie dedicada a cada uno de los cultivos (remolacha y caña) en las distintas zonas productoras.

Informes sobre rendimientos.

Promueve la mejora de las variedades y la mecanización del cultivo.

### 4) *Ministerio de Industria.*

Emite normas de valoración sacarimétrica. Otras disposiciones auxiliares.

### 5) *Comisaría de Abastecimientos y Transportes.*

Mediante circulares por campañas, fija los precios de venta al consumidor de los diferentes tipos de azúcar. También informa al Ministerio de Comercio del consumo esperado, con objeto de coordinar las importaciones de azúcar.

En Anexo número 2 se detallan los precios de venta que rigen en la actual campaña.

### 6) *Ministerio de Comercio.*

Tiene como misión estudiar, autorizar y firmar los convenios con diferentes países, para importar azúcar.

En el Anexo número 3 se da una brevísimas información sobre importación de azúcares.

## AGENTES DE COMERCIALIZACIÓN

### 1) *Azucarera.*

Su misión fundamental es obtener el azúcar a partir de la remolacha o de la caña. Realizan los siguientes servicios de comercialización:

*Transportes.*—La dirección a las azucareras, es decir, el transporte del material bruto (remolacha o caña), se realiza a cargo del agricultor. La azucarera se hace cargo en puerto de las partidas importadas, disponiendo para ella de una flota de camiones, aunque en ciertos casos puede realizar el transporte por el ferrocarril.

La salida del azúcar de la fábrica se realiza en tres direcciones distintas.

— Estuchistas.

— Almacenistas.

— Industria.

Normalmente el encargado de realizar este transporte es la entidad receptora, que utiliza sus propios camiones.

El azúcar se transporta con una guía especial de circulación controlada por el Ministerio de Hacienda, con objeto de recaudar íntegramente el gravamen oficial que pesa sobre el producto.

Las azucareras deben rendir a la C. A. T. partes mensuales de las cantidades enviadas a los distintos destinos, así como de la producción de azúcar en fábrica.

*Almacenamiento.*—En importantes centros de consumo (Barcelona, Sevilla...), existen grandes almacenes propiedad de las azucareras, que reciben el azúcar para distribuirlo entre los minoristas.

*Normalización-Tipificación.*—Se realiza en las azucareras,

aunque también los estuchistas pueden después de adquirir azúcar molido (normal) transformarlo para su ulterior venta.

Existen seis clases de azúcar:

— Terciada: de baja polarización, de color amarillento. Actualmente casi no se vende.

— Blanquilla: Azúcar molida.

— Pilé: Azúcar más refinado y aterronado. Se consume sobre todo en el sur de España.

— Granulado especial: Es azúcar molida, a la que se adiciona un colorante especial con objeto de que sea identificable. Se destina a fábricas de leche condensada.

— Cortadillo fino: Azúcar aglomerada, que se obtiene al trocear una barra de azúcar. Presenta cuatro caras lisas y dos rugosas (las de troceado).

— Comprimido o «chambón»: Azúcar aglomerado por compresión. Las seis caras lisas. Especialmente apto para estuchado.

*Envasado.*—El azúcar molido se vende en sacos normalizados de 60 Kg. El azúcar aglomerado («cortadillo» y «comprimido») se envasa de tres maneras distintas:

— En cajas de 25 Kg.

— En cajas de 1 Kg, que van en cajones de 25 cajas.

— Estuchado con papel.

*Financiación.*—El agente de destino compra a la azucarera al precio que él luego expende (fijado en la circular de la C. A. T., que regula los precios de venta al público para cada campaña). Beneficiándose de tasas de compensación y bonificación por transporte y otros conceptos.

La «bonificación de transporte» se hace tomando como unidad de cuenta el kilómetro por ferrocarril.

## 2. Estuchistas.

Son pequeñas industrias, cuya actividad comercial consiste en el envasado en papel del azúcar aglomerado. Realizan los siguientes servicios de comercialización:

*Transporte.* — Dispone comúnmente de transportes propios para proveerse de la mercancía. Normalmente vende a minoristas del tipo de cafeterías, hoteles, restaurantes, etc.

*Normalización y Tipificación.* En el envase se hace constar la etiqueta comercial del minorista que recibe la mercancía.

*Almacenamiento.* — Dispone de almacenes para conservar el producto desde su recepción hasta darle salida a los detallistas.

*Transformación.* — En algunos casos, el «estuchista» dispone de maquinaria apropiada para obtener azúcar «Cortadillo» o «Comprimido» a partir de azúcar molido.

## 3. Almacenistas.

Son mayoristas de destino, cuyo «role comercial» es el acopio de producto para darle salida según las necesidades del mercado.

Todos los almacenes deben rendir parte diario de las entradas y salidas de azúcar. Este servicio está encomendado a un «cuerpo de interventores» de Hacienda para asegurar su cumplimiento. Realizan los siguientes servicios de comercialización:

*Transporte.*—Los almacenistas utilizan sus propios vehículos, tanto para traer el producto desde la azucarera como para la distribución a detallistas.

*Almacenamiento.*—Es su «papel comercial» y ponen en comunicación mediante su actividad a la oferta y demanda intermedias.

## 4. Industrias.

Englobamos en esta acepción todas las variadas industrias que utilizan el azúcar para la elaboración de sus productos finales:

— Confiterías.

— Fábricas de chocolate.

— Fábricas de turrónes.

— Conservas de frutas.

— Farmacéuticas, etc.

Los servicios de comercialización son los siguientes:

*Transporte.* — Disponen de medios propios para realizarlos. Se usa frecuentemente el camión. Se dirige a

— Almacenistas.

— Detallistas.

*Transformación.*—Este es específico para cada industria.

## 5. Almacenistas.

Este agente de comercialización es, aunque tenga el mismo nombre, totalmente distinto al 3., pues almacena los productos de fabricación industrial en los que el azúcar es un ingrediente más. Es un mayorista de destino que da salida a su mercancía para los detallistas.

Los servicios de comercialización son análogos a los del agente 3, con las matizaciones específicas función de la naturaleza del bien de consumo adecuado a la demanda final.

## 6. Detallista.

Es el agente encargado de la venta directa al consumidor. Adquiere el género de los mayoristas de destino, almacenistas, pertenezcan o no a Azucareras, para venderlo después al público.

Detallistas de azúcar se considera a todo expendedor al por menor de este producto, tiendas de ultramarinos, supermercados, etc.

Suele utilizar medios propios para proveerse de sus mercancía, aunque numerosos almacenistas distribuyan también el producto en éste su último escaión comercial.

## Anexo número 1.

El precio correspondiente a la remolacha de riqueza media de 15,80 por 100 será de pesetas 1.345 sobre báscula de fábrica.

La valoración de los grados de sacarosa y sus fracciones que excedan o falten sobre la riqueza media se obtendrá por aplicación de la siguiente escala:

Por cada décima de grado (0,1 %) comprendida entre	Valoración por décimas de grado	
	Porcentaje del precio base de la remolacha	Pesetas remolacha = = 1.345)
Por encima de 19,9 %	0,950	12,78
18,9 % y 19,8 %	0,900	12,10
17,9 % y 18,8 %	0,850	11,43
16,9 % y 17,8 %	0,825	11,10
15,85 % y 16,8 %	0,800	10,76
14,9 % y 15,85 %	- 0,800	- 10,76
13,9 % y 14,8 %	- 0,825	- 11,10
12,9 % y 13,8 %	- 0,875	- 11,77
12,0 % y 12,8 %	- 0,950	- 12,78

La riqueza sacárica correspondiente al rendimiento industrial medio de 125 Kg de azúcar será de 15,85 por 100 en recepción de fábrica.

El precio medio de la tonelada de caña de azúcar de riqueza media de 11,75 por 100 de carosa, suficiente para obtener un rendimiento industrial de 87,5 Kg de azúcar será de pesetas 941,50 sobre báscula de fábrica.

Anexo número 2.

Precios de venta de los distintos tipos de azúcar, fijados por la C. A. T. en Circular número 13/1963:

	Ptas/Kg (impuestos incluidos)
Terciada	15,40
Blanquilla	15,50
Pilé	15,70
Granulada especial	15,70
Cortadillo refinado	18,30
Cortadillo envasado	20,00
Cortadillo estuchado	21,20

Anexo número 3.

En el año en curso finaliza el Convenio de importación de azúcar firmado con el Gobierno cubano. Cuba ha sido tradicionalmente el país suministrador de azúcar, no sólo a España, sino también a toda Europa.

En la campaña que acaba de finalizar se ha importado azúcar de diferentes países de Europa Oriental ( Hungría, Polonia, Rumania). Este azúcar viene molida, en sacos de 50 hasta 100 Kg, lo cual ha originado pequeños problemas en la descarga de los barcos, por pasar del peso normal para el envasado de esta mercancía.

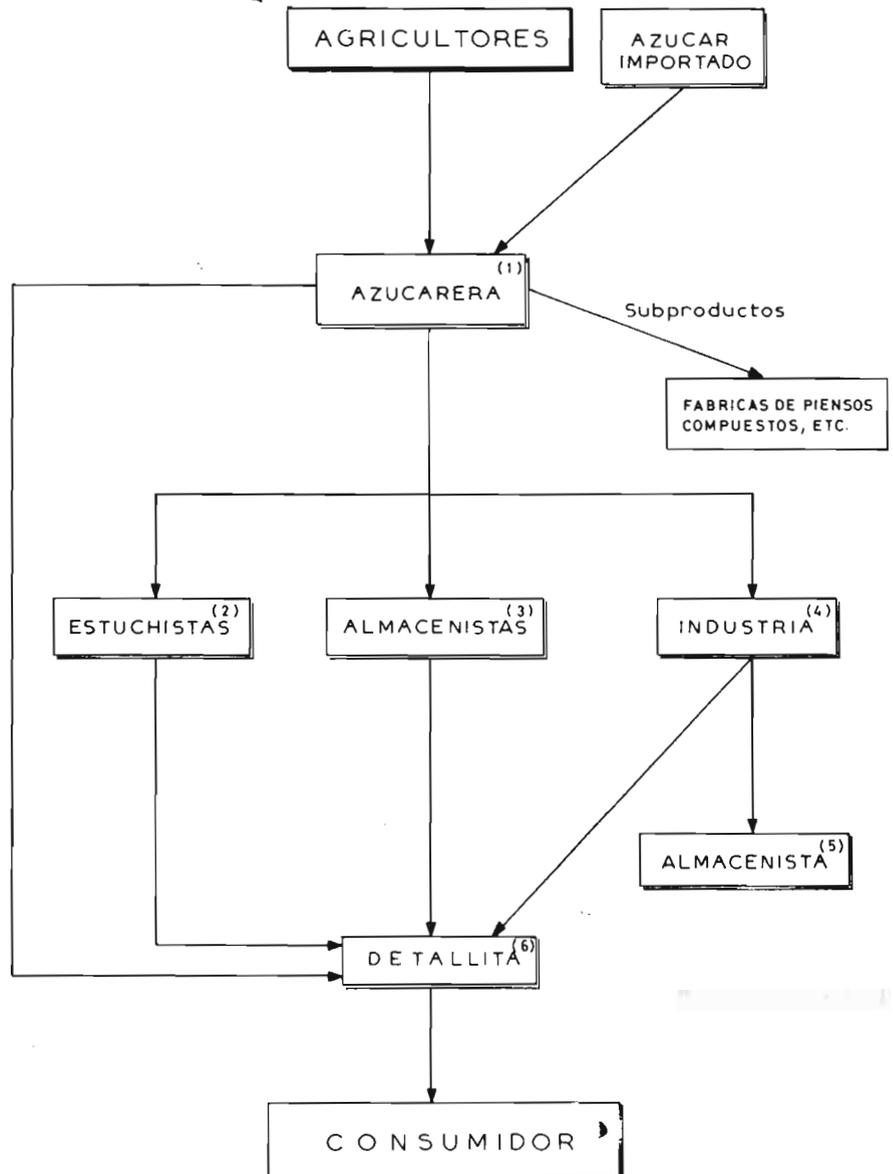
De toda el azúcar importada se hace cargo el Servicio Comercial de Azúcares de Importación, organismo formado por

todas las azucareras. Posteriormente, el producto se comercializa como si fuese azúcar de producción nacional.

El transporte de puerto a almacenes de las azucareras es por cuenta de éstas, es decir, el Gobierno pone a disposición del Servicio todo el azúcar importado.

En la actualidad está previsto la firma de un nuevo Convenio de importación con Cuba, pues este país, a cambio de exportar azúcar, importa de España autobuses, maquinaria semipesada y otros productos.

### CIRCUITOS DE COMERCIALIZACION DEL AZUCAR



La carne, desde el productor al consumidor

Continuamos en este número la serie sobre este tema iniciada en nuestro número de febrero con la comercialización de la carne de vacuno.

# La comercialización de la carne de cerdo

Por Miguel Angel García Dory  
Ingeniero Agrónomo

La comercialización de la carne de cerdo discurre paralelamente a la del vacuno en las pequeñas poblaciones y zonas rurales en donde el proceso, debido a su sencillez, es bastante directo y el número de intermediarios reducido. Como en este caso no cabe hacer ninguna distinción, damos por descrito el proceso, prácticamente idéntico al ya expuesto de la carne de vacuno, y pasamos a analizar y detallar los canales de comercialización del cerdo sacrificado en mataderos industriales y destinado fundamentalmente a consumir en las grandes y medianas ciudades.

En primer lugar haremos una ligera descripción de los dos biotipos fundamentales con que se trabaja en nuestro país, y que dan lugar, a su vez, a las dos canales características de la industria chacinera y del aprovechamiento del cerdo: las canales magras y las grasas.

Efectivamente, en el caso del cerdo no cabe hablar, como en el caso anteriormente descrito del ganado vacuno, de diversas zona características en cuanto a los tipos de razas explotadas, así como de la calidad de carne proporcionada, ya que fundamentalmente —y a grandes rasgos— en España se explota e industrializa el cerdo ibérico y celta, que proporcionan canales grasas, y los cerdos mejorados de las nuevas razas especializadas y generalmente importadas, tales como la Large White, Landrace, York y Pieltrain, o sus cruces híbridos que proporcionan canales magras.

Las áreas de difusión de cada una de estas razas se encuentran muy entremezcladas y di-

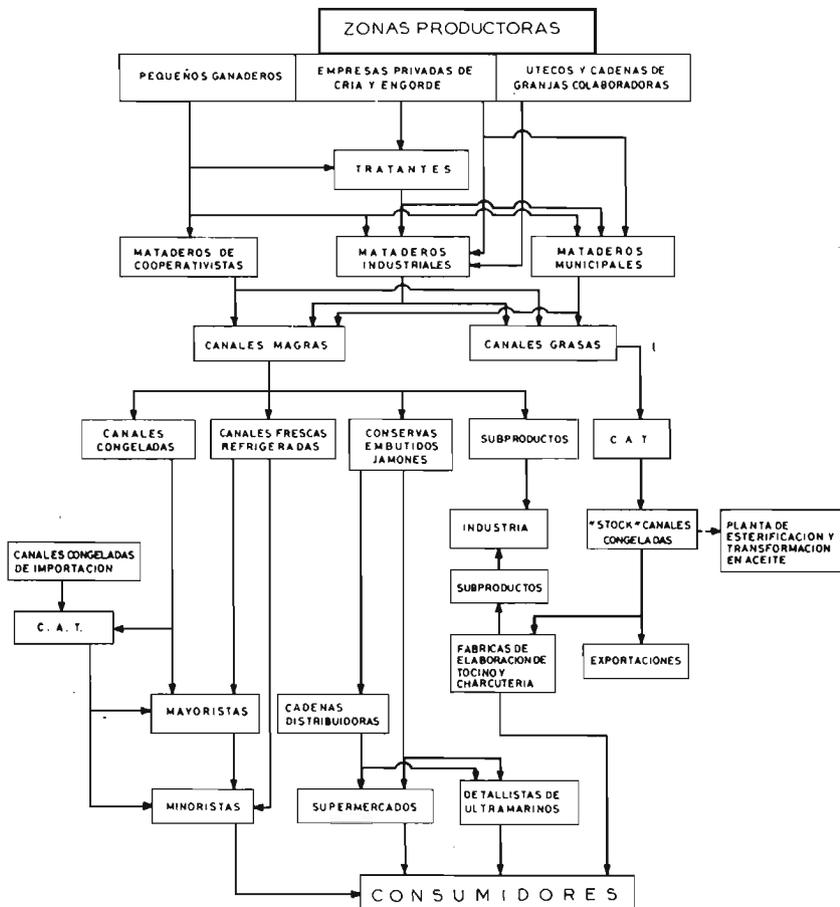
fuminadas, ya que lo que en realidad proporciona un tipo de carne más o menos magra es, además de la raza, el tipo de alimentación y estabulación a que se somete el cerdo, por lo que en una misma comarca o zona natural pueden explotarse y mantenerse simultáneamente cerdos de ambas características, es decir, cerdos magros y cerdos grasos.

Puede decirse que en el Norte, Centro y Levante predominan los cerdos estabulados, tanto en explotaciones familiares como en granjas de cría y engorde, que a través de un sistema más o menos intensivo de alimentación dirigida llegan a canales magras, con bajos rendimientos en grasa.

Por el contrario, en Extremadura, Mancha y Andalucía predomina el cerdo ibérico, que tanto en su versión rústica como mejorada se utiliza en explotaciones extensivas, cuyo principal aprovechamiento es el de las rastrojeras y bellota, alimentos ambos de bajo costo y rendimientos y que dan lugar a las canales grasas, de comercialización ligeramente distinta a las anteriormente citadas canales magras.

Repetimos que, sobre todo en estas últimas comarcas, es perfectamente posible la simulta-

CANALES DE COMERCIALIZACION DE LA CARNE DE CERDO DESDE LAS GRANDES ZONAS PRODUCTORAS A LAS ZONAS Y POBLACIONES SUPERIORES A 2.000 HABITANTES.



neidad de ambos tipos de explotación, lo que hace que fluyan al mercado ambos prototipos de cerdos, que siguen una comercialización paralela hasta el matadero industrial, en donde ya se discriminan y siguen caminos distintos, hasta su llegada al consumidor, según sus características y proporción en grasa.

Los pequeños ganaderos y explotaciones familiares venden a los tratantes, que revenden a otras explotaciones de engorde si se trata de lechones, o a los mataderos industriales o municipales en el caso de cerdos adultos para sacrificio.

Los mataderos de cooperativistas, de los que ya funcionan algunos en nuestro país, eliminan este intermediario, al sacrificar el ganado directamente proporcionado por sus socios.

Con mayor acentuación quizá que en el caso del ganado vacuno se está extendiendo en ciertas provincias españolas la modalidad de las cadenas de granjas colaboradoras, que son surtidas por las granjas industriales de lechones, piensos y dirección técnica para la recría y engorde. En este caso también se elimina el tratante como intermediario.

Por último, y respecto al ganado en vivo, tanto los mataderos industriales como los municipales pueden comprar directamente a los pequeños ganaderos, o bien a través de los tratantes, que compran a su vez o bien directamente en la explotación o en las ferias o mercados rurales.

Veamos a continuación el proceso seguido por el cerdo una vez sacrificado.

Si la canal que éste ha proporcionado ha sido magra, se industrializa generalmente en el mismo matadero, ya sea éste de una asociación cooperativista o industrial. Esta industrialización puede consistir en preparar la canal entera congelada, refrigerada o simplemente fresca, o bien, una vez despiezada, destinar las distintas partes —jamones, paletillas, pancetas, etc.— a la elaboración de conservas y embutidos.

Las canales congeladas y refrigeradas son comercializadas bien por la C. A. T., que las dis-

tribuye entre su red de mayoristas en todo el país, bien por los propios mataderos, que las entregan al mercado al por mayor de carnes, o directamente a los minoristas, como viene haciendo ya algún matadero cooperativista. La razón que esto se haga de una u otra forma depende de la organización comercial del propio matadero, así como de la distancia a que se encuentre el mercado consumidor.

Las canales que se consumen en fresco son comercializadas al por mayor en los mercados centrales de carne de cada ciudad, y proceden en una gran mayoría de los sacrificios realizados en los mataderos municipales.

El margen de comercialización desde el productor hasta el mercado al por mayor de carnes es, teniendo en cuenta el rendimiento de esta especie, de un 30 por 100 aproximadamente. Posteriormente, los minoristas que compran estas canales en el mercado al por mayor las ponen a disposición del consumidor en sus correspondientes carnicerías al detalle.

Respecto a las conservas, embutidos y jamones, pueden ser comercializadas directamente por los detallistas, como sucede en reducidos casos de los mataderos, cooperativistas, o entregados a las cadenas distribuidoras, que los reparten por supermercados y detallistas alejados o en zonas rurales alejadas de otras provincias. Generalmente el camino seguido es este último, ya que el más directo antes mencionado apenas si se practica.

Cuando la canal es grasa, el proceso seguido es muy distinto, ya que en este caso interviene siempre la C. A. T., salvo que la canal sea consumida directamente y en fresco.

Efectivamente, hace unos años, y como consecuencia de la peste porcina africana, se sacrificaron en toda España miles de cabezas —principalmente de cerdo ibérico, que hicieron derrumbarse los precios. Fue en este momento cuando para proteger los precios intervino el Estado a través de la C. A. T., que fijó un mínimo, y al cual se hizo cargo de todas las canales que se entregaron. Actualmente la C.A.T.

tiene un "stock" de canales grasas congeladas y a las que lentamente va dando salida a través de pequeñas exportaciones realizadas —principalmente a Portugal— o de las consumidas por las fábricas de elaboración de tocino y charcutería. De todas formas, y con objeto de solucionar definitivamente este problema, la C. A. T. tiene previsto para el futuro la puesta en marcha y funcionamiento de una planta de transesterificación para la transformación de la grasa procedente de estas canales en aceite animal para consumo humano.

Los transportes del ganado en vivo son por cuenta del tratante cuando actúa como intermediario; por cuenta del ganadero si entrega directamente en el matadero, o por cuenta del matadero si es éste quien organiza la recogida periódica de los animales en puntos determinados de toda una región o comarca. En algunos casos, ambas partes pagan parte de los transportes, como es aquel en que la transacción se realiza en un mercado comarcal, ya que entonces el transporte hasta el mercado lo realiza el ganadero, mientras que el transporte desde el mercado hasta el matadero lo realiza el tratante o el entrador del matadero.

Respecto al transporte de las canales congeladas o refrigeradas, lo realiza la C. A. T. con su flota de camiones frigoríficos, para la distribución de aquellas en todas las capitales de provincia, o bien por cuenta del matadero cuando éste comercializa directamente.

Las canales frescas son distribuidas por los camiones municipales desde el mercado central de carnes hasta los distintos minoristas de la ciudad.

Los transportes de las conservas, embutidos, jamones, etc., las realizan las grandes cadenas distribuidoras hasta los supermercados y detallistas de ultramarinos. En algunos reducidos casos, los mataderos industriales comercializan directamente sus productos, encargándose de su distribución y transporte.

Entre los principales subproductos del cerdo que son apro-

vechados por industrias subsidiarias podemos destacar la sangre y huesos para transformar en las correspondientes harinas que equilibran los piensos compuestos, los despojos para casquerías y similares y las pe-

zuñas para las fábricas de abonos. Algunos de estos subproductos sufren una primera transformación en el propio matadero, para ser posteriormente entregados a las industrias correspondientes.

de esta exposición, que se compondrá de 60 "stands", contando esta exposición con un modelo de una tienda autoservicio, una confitería-pastelería, una carnicería, una pescadería, una lechería, un autoservicio de vinos y una frutería.

Alrededor de estas tiendas habrá otro "stand" dedicado a reunir todo lo referente a pequeños equipos: balanzas, cortadoras, exhibidores de mostrador, marcadores de precios, carretillas, "containers", registradoras y sistema de automatización contable, así como control y gestión. Aquí se podrá ver todo lo que puede interesar a los detallistas, sean o no independientes, estén o no adscritos a cadenas voluntarias o cooperativas de detallistas y también para los mayoristas de alimentación.

#### JORNADAS DE INFORMACION SOBRE LA DISTRIBUCION

Se ha confeccionado un importante temario que versará sobre el problema de la distribución. El objeto de estas jornadas es crear una conciencia clara dentro del comercio de la alimentación sobre los problemas y necesidades del mismo, unificando conceptos y criterios; orientar a los comerciantes sobre el futuro del comercio de la alimentación y sus posibilidades y acercar al comerciante hacia el sector de fabricantes de equipo. Quince especialistas tendrán a su cargo el desarrollo de tan diferentes o importantes temas.

#### SUPERMERCADOS AIDA 69

En pabellón independiente, también dentro del recinto de la Feria de la Alimentación, existirá una exposición que se denominará: "SUPERMERCADOS AIDA 69", y estará concebida de acuerdo con las más modernas técnicas e instalaciones.

Más de cien firmas fabricantes de productos alimenticios estarán presentes en las salas de venta de este supermercado, vendiendo sus productos según los grupos clásicos.

## Exposición Internacional de la alimentación AIDA-69, del 28 de junio al 13 de julio

### CONGRESO AIDA 69

Ha quedado ultimado el temario que se desarrollará con motivo del Congreso AIDA 69. El tema principal del Congreso será: *La distribución, creadora de un nuevo estilo de vida*. El programa de trabajo comprenderá tres conferencias y trece informes, que culminarán con unas conclusiones a cargo del presidente de la Comisión de Trabajo Permanente de AIDA, señor J. Lelief, de París.

Los títulos y ponentes de las tres conferencias serán los siguientes:

"La distribución, creadora de un nuevo estilo de vida". J. Fourastié, profesor y miembro de la Academia de Ciencias Morales y Políticas del Institut de France, París.

"Cómo acelerar el desarrollo de los países en vías de industrialización". Guillermo León Valencia, antiguo presidente y embajador de la República de Colombia, Madrid.

"Del mercado Común Europeo al Mercado Mundial".

Los títulos de los trece informes son los que a continuación se indican:

#### I. El consumo

1. "El consumidor consciente de su función como colaborador de una economía organizada". Mesa Redonda.

2. "El consumo de los productos alimenticios fuera del hogar".

3. "Estilo de vida y nuevos productos".

4. "Estilo de vida y nuevos servicios del comercio".

#### II. Funcionamiento de la distribución.

5. "Equipo comercial en la preparación del terreno".

6. "El boom del hipermercado".

7. "La integración de la pequeña y mediana empresa en el funcionamiento de la distribución".

8. "La conquista de los mercados exteriores".

#### III. Las técnicas avanzadas.

9. "Técnicas de almacenaje y de manutención".

10. "Perspectivas de la electrónica en la gestión de las empresas".

11. "El merchandising, como fuente de beneficio de la empresa de distribución".

#### IV. El relevo y perfeccionamiento de los cuadros.

12. "La distribución moderna, creadora de nuevos empleos".

13. "La formación continua de los directivos y de los cuadros".

#### PABELLON DEL EQUIPO DE COMERCIO DE LA ALIMENTACION

En la Feria Internacional de AIDA se está organizando por la Sección de Comercio del Sindicato de Alimentación una exposición en un pabellón independiente para resaltar la conveniencia de un moderno sistema de distribución de alimentos. Un total de 1.813 metros cuadrados será la extensión útil

# Exportación al extranjero de vinos de Jerez

El progresivo aumento de las exportaciones del "Jerez-Xérès-Sherry" y "Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda" puede apreciarse en los cuadros de exportaciones, desde 1934 a 1968, inclusive, en la presente estadística.

Los datos comparativos de 1968 y el anterior 1967 nos dan unas exportaciones totales de

598.061,15 hectolitros para éste y de 676.604,67 para aquél, lo que significa un aumento del 13,10 por 100. El siguiente cuadro establece la comparación, en los mismos años, de los principales países importadores (países de importación superior a 5.000 hectolitros. Datos de 1968).

	1967	1968	1967-68	Número de orden
Gran Bretaña y N. Irlanda ...	382.175,91	426.342,90	+11,50 %	1
Holanda ...	107.585,40	121.729,74	+13,14 %	2
Dinamarca ...	28.744,93	28.216,62	- 1,83 %	3
Suecia ...	12.713,03	15.983,97	+25,65 %	4
Alemania ...	10.943,69	15.895,42	+45,24 %	5
Estados Unidos ...	13.199,69	15.848,29	+20,06 %	6
Irlanda ...	9.810,18	11.827,86	+20,56 %	7
Noruega... ..	3.424,30	5.757,07	+68,12 %	8
Bélgica-Luxemburgo ...	4.212,88	5.309,95	+26,04 %	9
	572.810,01	646.911,82	+12,90 %	

A los seis países del MERCADO COMUN y en los mismos años:

Alemania ...	10.943,69	15.895,42	+45,25 %
Bélgica-Luxemburgo ...	4.212,88	5.309,95	+26,04 %
Francia ...	1.286,33	1.536,46	+19,45 %
Holanda ...	107.585,40	121.729,74	+13,14 %
Italia... ..	2.480,14	3.125,40	+26,02 %
	126.508,44	147.596,97	+16,60 %

Estados Unidos.—Las cifras dadas de exportación a este país son las correspondientes a envíos directos desde la zona de exportación de nuestros vinos, pero hay que tener en cuenta que los Estados Unidos importan "Sherry" desde Gran Bretaña. Según los datos de la National Association of Alcoholic Beverage Importers Inc", las importaciones totales en el último trienio han sido:

### SHERRY IMPORTADO

(Datos de los Estados Unidos)

1966 ...	28.806 hectolitros
1965 ...	31.573 hectolitros
1968 ...	35.583 hectolitros

### Exportado directamente desde Jerez

1966 ...	13.185 hectolitros
1967 ...	13.200 hectolitros
1968 ...	15.848 hectolitros

En el año 1967 se exportó a Gran Bretaña el 63,90 por 100 del total, y en 1968, el 63 por 100. A los seis países del Mercado Común, en los mismos años, el 21,15 y el 21 por 100, respectivamente. Y al resto del mundo, en 1967, el 14,95 por 100, y en 1968, el 16 por 100.

Como final, y comparando los años 1959 y 1968, límites del decenio, la exportación total pasó de 300.147,17 hectolitros a 676.604,67, con un aumento del 125 por 100.

Gran Bretaña y Norte Irlan-

da pasaron, en el mismo periodo, de 201.094 hectolitros a 426.596,97, con un aumento del 112,01 por 100. Los seis países del Mercado Común, de 28.051,03 hectolitros a 147.596,97, con un aumento del 426 por 100. Holanda pasó de 19.016,85 hectolitros a 121.729,74 hectolitros, con un aumento del 540 por 100. Dinamarca, de 17.579,03 hectolitros a 28.216,62, con un aumento del 60,5 por 100. Estados Unidos, de 11.887,44 hectolitros a 15.848,29, con un 33,31 por 100 de aumento (exportación directa desde Jerez).

Alemania importó 6.594,97 hectolitros en 1959, y en 1968 su importación ascendió a 15.895,42, con un aumento del 141,02 por 100. Suecia pasó de 13.157,47 en 1959 a 15.983,97 en 1968, con un aumento del 21,48 por 100; Irlanda, de 7.296,53 a 11.827,86, con un aumento del 62,1 por 100, y Noruega, de 2.446,07 a 5.757,07, y el aumento correspondiente de 135,35 por 100.

### Exportaciones totales en los años 1934 al 1968

(En hectolitros)

1934 ...	141.343,28
1935 ...	155.508,76
1936 ...	223.991,50
1937 ...	245.179,37
1938 ...	185.998,28
1939 ...	206.366,37
1940 ...	247.946,87
1941 ...	66.060,70
1942 ...	53.185,91
1943 ...	92.936,99
1944 ...	134.991,57
1945 ...	116.818,79
1946 ...	149.364,22
1947 ...	150.762,90
1948 ...	132.183,20
1949 ...	162.021,84
1950 ...	182.563,80
1951 ...	235.142,04
1952 ...	158.686,01
1953 ...	200.369,35
1954 ...	223.389,23
1955 ...	246.036,33
1956 ...	261.349,29
1957 ...	269.045,70
1958 ...	261.184,27
1959 ...	300.147,19
1960 ...	332.107,61
1961 ...	370.209,12
1962 ...	384.548,99
1963 ...	419.879,28
1964 ...	448.596,31
1965 ...	494.317,33
1966 ...	515.647,39
1967 ...	598.061,15
1968 ...	676.604,67

# información extranjera

## El Convenio Internacional del Trigo

En noviembre de 1967 fue firmado en Washington el Convenio sobre el Comercio del Trigo, siendo ratificado por el Gobierno español con fecha 6 de noviembre de 1968. El texto del mismo viene publicado en el "Boletín Oficial del Estado" de 7 de febrero de 1969.

Con el fin de informar a nuestros lectores ofrecemos a continuación una referencia histórica de los distintos Convenios Internacionales del Trigo, así como una descripción del Convenio actual.

En los últimos años 20 empezaron a acumularse excedentes de trigo y sus precios quedaron a un nivel muy bajo en la campaña 1930-31, agravándose la situación en los años posteriores como consecuencia de la crisis económica mundial. En 1931 se celebró en Londres una reunión internacional en la que participaron once países exportadores de trigo, pero no llegaron a un acuerdo, pues unos eran partidarios de un sistema de cuotas, propuesto por la U. R. S. S. y otros, por el contrario, apoyaban el sistema propuesto por U. S. A. consistente en una limitación de la producción y una promoción del consumo; los Estados Unidos no podían aceptar un acuerdo de control de las exportaciones a causa de las limitaciones constitucionales. Sin embargo, poco después el Congreso de los Estados Unidos aprobaba el "Agricultural Adjustment Act", por el cual eran eliminadas dichas limitaciones.

En 1933 se firmó un Convenio del tipo de cuotas de exportación por parte de nueve países exportadores y trece importadores; este Convenio establecía una cuota global de exportación a distribuir entre los países exportadores participantes, mientras que se preveía que los países importadores participantes disminuirían sus aranceles aduane-

ros cuando el precio internacional del trigo bajaba de cierto límite, pero no preveía la eliminación de las restricciones cuantitativas; este Acuerdo permaneció en vigor hasta 1935.

Durante la II Guerra Mundial, los precios internacionales del trigo volvieron a descender y empezaron a acumularse los "stocks". En julio de 1941, representantes de Argentina, Australia, Canadá, Estados Unidos y el Reino Unido se reunieron para tratar del problema mundial del trigo, y en 1942 elaboraron un proyecto de Convenio para proponerlo al final de la guerra a los otros países; se creó un Consejo Internacional del Trigo que nunca fue aceptado de una forma internacional.

Reuniones posteriores tuvieron lugar en 1945, 1946 y 1947, señalando esta última un momento decisivo en la historia de las negociaciones internacionales referentes al trigo, ya que se admitió la posibilidad de establecer un acuerdo multilateral de compras y ventas en vez de ser un acuerdo sobre cuotas de exportación.

En 1948, en una reunión del Consejo Internacional del Trigo celebrada en Washington con participación de representantes de países no miembros, se aprobó un Convenio del tipo de contrato multilateral; este Acuerdo no entró en vigor debido a que no fue ratificado por los Estados Unidos; sin embargo, un año después se firmó el Acuerdo con la única variación del precio del trigo. El Acuerdo entró en vigor en agosto de 1949 para un periodo de cuatro años; posteriormente han sido firmados Convenios para los periodos 1953-56, 1956-59, 1959-62, 1962-65 y 1965-68. El Convenio actual entró en vigor el 1 de julio de 1968 y caduca el 30 de junio de 1971.

Las finalidades del Convenio son: garantizar suministros de

trigo y de harina de trigo a los países importadores y mercados para el trigo y la harina de trigo a los países exportadores a precios equitativos y estables; fomentar el desarrollo del comercio internacional del trigo y favorecer la cooperación internacional en lo referente a los problemas mundiales del trigo.

El Consejo Internacional del Trigo, creado en el Convenio de 1949, se encarga de la administración. Su sede es Londres. Cada país participante es miembro del Consejo con derecho a voto. El Consejo elige un presidente y un vicepresidente, durando sus mandatos un año agrícola.

Dependiendo del Consejo, existe un Comité Ejecutivo constituido como máximo por cuatro países exportadores y ocho importadores. Existe además un Comité de Revisión de Precios y, dentro del mismo, un Subcomité de Precios que ayuda a la Secretaría en el examen constante de los precios del mercado del trigo. El Consejo dispone, por último, de una Secretaría compuesta por un secretario ejecutivo y el personal que sea necesario. El secretario ejecutivo es nombrado por el Consejo.

Los países se clasifican en exportadores e importadores. En el Convenio actual son exportadores los siguientes países: Canadá, Argentina, Australia, España, Estados Unidos de América, Grecia, México, Suecia, Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas. La Comunidad Económica Europea, que efectúa de modo regular y continuo operaciones de importación y exportación en el mercado mundial, figura como país exportador e importador; este Convenio es el primero en el cual la Comunidad figura como tal, pues los Convenios anteriores figuraban cada uno de los países miembros por separado. El resto de los países firmantes del Convenio figuraban como importadores.

Los países exportadores tienen conjuntamente mil votos que se

reparten en la forma que decidan, teniendo en cuenta la importancia de cada uno de ellos. Los países importadores tienen conjuntamente otros mil votos que también son repartidos entre ellos; las decisiones del Consejo se toman por mayoría de los votos de los países exportadores y por mayoría de los votos de los países importadores.

Los gastos de las delegaciones al Consejo son sufragados por los respectivos gobiernos, y los demás gastos, por cada país, en forma proporcional al número respectivo de votos.

Para cada año agrícola se determinan unas *cantidades básicas*, tomando como base el promedio de las compras comerciales anuales hechas durante los cuatro primeros de los cinco años inmediatamente precedentes. Antes de comienzo del año agrícola, el Consejo determina la *cantidad básica* de cada país exportador respecto a todos los países importadores y la *cantidad básica* de cada país importador respecto de todos los países exportadores y de cada uno de ellos. Las cantidades básicas establecidas se reajustan cuando cambia el número de participantes en el Convenio.

El Convenio establece un precio mínimo y un precio máximo, comprometiéndose los países exportadores mancomunadamente a poner el trigo de sus respectivos países a disposición de los países importadores a precios comprendidos dentro de la escala. Los países importadores se comprometen a hacer la mayor proporción posible de todas sus compras comerciales de trigo a los países miembros.

Cada país exportador pone a disposición de los países importadores, a un precio que no exceda del máximo, la cantidad básica respectiva o el saldo correspondiente (cantidad básica menos ventas realizadas). Los países importadores tienen, por tanto, derecho a comprar a los países exportadores, a precios que no excedan del máximo, la cantidad básica respectiva o su saldo de derechos. Es decir, que si el precio internacional se sitúa entre el mínimo y el máxi-

mo, se puede decir que el Convenio no ha tenido aplicación, ya que rige el juego más o menos libre de la oferta y la demanda

El Convenio entra en pleno vigor, por el contrario, cuando los precios tienden a superar al precio máximo; notemos que en este caso pueden realizarse operaciones de compra-venta a dos tipos de precios: al precio máximo establecido en el Convenio, para las operaciones relativas a las cantidades básicas o a los saldos de obligaciones y derechos de países exportadores e importadores; a precios superiores al máximo, para el resto de las operaciones de compra-venta.

En lo que se refiere al precio mínimo en Convenios anteriores, la función era similar a la de los precios máximos, pero en una forma opuesta, es decir, que los países importadores se comprometían a comprar a los países exportadores las cantidades básicas respectivas de cada uno de aquéllos o sus saldos correspondientes a precios no inferiores al mínimo, es decir, que se garantizaba el precio mínimo por lo menos para las cantidades básicas de cada país exportador.

Comité de Revisión de Precios que toma un acuerdo referente a las medidas a tomar para mantener el precio a un nivel similar o superior al mínimo; si dicho Comité no consigue una solución, se reúne el Consejo para examinar otras medidas que puedan tomarse.

Cualquier país exportador que por causa de una cosecha insuficiente quede imposibilitado de cumplir en un año agrícola las obligaciones del Convenio, lo comunica al Consejo, el cual le puede eximir de la totalidad o de parte de sus obligaciones, aumentando las cantidades básicas de los demás países exportadores en la medida que acepte cada uno de ellos. Están previstos igualmente otros ajustes en caso de distintas incidencias.

Para el Convenio de 1968 se han establecido escalas de precios distintas para cada país exportador; dichos precios son los siguientes:

El Comité de Revisión de Precios, en consulta con el Subcomité de Precios, determina las equivalencias de los precios mínimo y máximo de trigo en lugares distintos de los indicados;

PRECIOS F. O. B. PUERTOS DEL GOLFO DE MEJICO

En dólares de los Estados Unidos por bushel (las cifras entre paréntesis corresponden a pesetas por kilogramo)

	Precio mínimo	Precio máximo
Canadá:		
Manitoba, 1 ... ..	1,95 ½ (5,03)	2,35 ½ (6,06)
Manitoba, 3 ... ..	1,90 (4,89)	2,30 (5,92)
Estados Unidos:		
Dark Northern Spring, núm. 1, 14 % ... ..	1,83 (4,71)	2,23 (5,74)
Hard Red Winter, núm. 2 (Ordinario) ... ..	1,73 (4,45)	2,13 (5,48)
Western White, núm. 1 ... ..	1,68 (4,32)	2,08 (5,35)
Soft Red Winter, núm. 1 ... ..	1,60 (4,12)	2,00 (5,14)
Argentina:		
Río de la Plata ... ..	1,73 (4,45)	2,13 (5,48)
Australia:		
Calidad media comercial ... ..	1,68 (4,32)	2,08 (5,35)
Comunidad Económica Europea:		
Standard ... ..	1,50 (3,86)	1,90 (4,89)
Suecia ... ..	1,50 (3,86)	1,90 (4,89)
Grecia ... ..	1,50 (3,86)	1,90 (4,89)
España:		
Finos ... ..	1,60 (4,12)	2,00 (5,14)
Comunes ... ..	1,50 (3,86)	1,90 (4,89)

En el Convenio de 1968 se establece normas menos concretas en este aspecto; cuando el precio internacional desciende por debajo del precio mínimo o se aproxima al mismo se reúne el

también determina los precios mínimos y máximos de cualquier especificación, clase, tipo, grado o calidad distintos de los indicados.

En lo que se refiere a la ha-

rina, se considera que los precios que se realizan están en consonancia con los del trigo, salvo que exista una declaración en sentido contrario, en cuyo caso se estudia el problema de la relación de precios entre harina y trigo.

Como complemento al Convenio Internacional del Trigo de 1968, existe un Convenio sobre la Ayuda Alimentaria que ha sido firmado por los Gobiernos de Argentina, Australia, Canadá, Dinamarca, Estados Unidos, Finlandia, Japón, Noruega, Reino Unido, Suecia y Suiza y de la Comunidad Económica Europea y sus Estados miembros. Este segundo Convenio se refiere a la contribución que deben aportar los indicados países bajo la forma de trigo, cereales secundarios o dinero como ayuda a los países en fase de desarrollo, por un volumen global de 4.500.000 toneladas por año.

Por otra parte, el Convenio del Trigo estaba condicionado por la ratificación, por parte de los países miembros, del Acuerdo de las negociaciones Kennedy, que tuvieron lugar en el seno del GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio).

PEDRO CALDENTEX

## París ha estrenado el nuevo mercado central de Rungis. Ocupa una extensión de 200 hectáreas y sustituye a "Les Halles"

"Les Halles Centrales", mercado mayorista de París, ha sido cerrado el día 3 de marzo de 1969. El día 4 ha abierto sus puertas el nuevo mercado de Rungis, que desde entonces es el encargado de distribuir una gran parte de los productos alimenticios que consume París y sus alrededores.

El mercado de Rungis forma parte de la red de "mercados de interés nacional" creada por el Estado francés, y dentro de la cual se distinguen dos tipos fundamentales: los mercados de

expedición, situados en las zonas importantes de producción, y los mercados de consumo, que abastecen a los detallistas de las grandes ciudades; a este último tipo corresponde el mercado que comentamos, que además es, naturalmente, el más importante de la red.

Rungis está situado al sur de París, a ocho kilómetros de la vía de circunvalación y unido a la ciudad por dos autopistas. La distancia es, evidentemente, un inconveniente, pero hay que reconocer que no existe otra solución si se quiere dotar al mercado del espacio necesario. Recordemos que el antiguo mercado central de Les Halles había desbordado su perímetro, ampliándose a las calles adyacentes y organizando contratiempos en la circulación y en las operaciones comerciales; además era imposible atender a los servicios complementarios indispensables para el buen funcionamiento del mercado.

El nuevo mercado ocupa una extensión de 200 hectáreas, con aparcamiento para 12.000 vehículos. Hay veinte pabellones para frutas y legumbres, nueve para productos lácteos y huevos, uno para pescado y otro, con aire acondicionado, para flores. Existen además servicios administrativos, Bancos, bares, restaurantes, correos, servicio del

Ministerio de Agricultura, aduanas, policía, servicio de fraudes y de inspección de calidad, oficinas para los comerciantes, depósitos frigoríficos públicos, etc.

El mercado de carnes, que estaba distribuido entre Les Halles y La Villette, queda en este último, que posee un gran matadero, así como una gran sala de contratación.

El mercado central de Rungis está administrado por una sociedad mixta dirigida por un Consejo de Administración formado por doce miembros: cuatro pertenecientes al Estado francés, seis a París y a su municipio, dos a la provincia y cuatro a las asociaciones profesionales.

El coste de construcción ha sido de unos seiscientos cuarenta millones de francos, en los cuales el Estado ha contribuido con doscientos millones, mientras que los restantes proceden del crédito oficial con cargo al Plan de Desarrollo, para devolver en un plazo de veintiocho años con un interés del cinco y medio por ciento.

Como nota curiosa debemos indicar que en los primeros días de inauguración se han producido tres incendios al parecer intencionados, lo que demuestra que la creación del mercado ha dado disgustos a algunos pocos interesados o tal vez a muchos.

## Mercados comunes en el "tercer mundo"

Un número especial de la revista "Ceres", de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) está íntegramente dedicado a explorar las ventajas que puede derivar un grupo de países al formar una unión económica.

Un artículo de Miguel Wionczek, asesor del Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos examina el estado en que se encuentra la integración económica de esta región. Dice que, a pesar de los progresos logrados por algunos de los grupos subregionales, no es probable que se llegue al mercado común latinoamericano todavía en algún tiempo.

Las islas inglesas del Caribe, dependientes desde tanto tiempo atrás de los capitales y de los mercados de ultramar, han tenido que restringir las importaciones. Alistair McIntyre, director del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales de la Universidad de las Indias Occidentales, en Jamaica, describe la asociación para el libre comercio formada en aquella zona.

Otros ejemplos de integración regional son el de Irán, Paquistán y Turquía, descritos por Yusuf Ahmad y el de Kenia, Tanzania y Uganda, expuestos en otro artículo por Tom Mboya, Ministro del Desarrollo Económico de Kenia.



no hay buena cosecha sin...  
**SUPERFOSFATO DE CAL**

# campos, cosechas y mercados

## PRECIOS DE LA LECHE

### Aumento de 25 céntimos en el segundo período del año lechero respecto al año anterior

Vista la propuesta de la Comisión Consultiva Nacional Lechera, el informe emitido por el FORPPA y el dictamen de la Comisión de Rentas y Precios, y previo acuerdo del Consejo de Ministros, el Ministerio de Agricultura, por Orden de 28 de marzo de 1969, publicada en el "Boletín Oficial del Estado" de 31 de marzo de 1969, ha establecido los precios mínimos de compra de la leche al ganadero en origen en el año lechero 1969-70.

La España peninsular e islas Baleares queda dividida en las siguientes zonas:

Zona I: La Coruña, Lugo, Orense, Pontevedra, Oviedo, León, Santander, Vizcaya, Guipúzcoa, Alava y Navarra.

Zona II: Zamora, Salamanca, Burgos, Logroño, Soria, Segovia, Avila, Valladolid, Palencia, Toledo, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara, Cáceres, Badajoz y Albacete.

Subzona de Madrid: Provincia de Madrid.

Zona III: Zaragoza, Huesca y Teruel.

Zona IV: Lérida, Tarragona, Castellón de la Plana, Valencia, Alicante, Murcia, Baleares, Huelva, Sevilla, Cádiz, Granada, Almería, Jaén y Córdoba.

Zona V: Barcelona, Gerona y Málaga.

En las zonas y subzona definidas en el apartado anterior, el año lechero 1969-70 queda dividido en dos períodos que comprenden, respectivamente, del 1 de abril al 31 de agosto de 1969 y del 1 de septiembre de 1969 al 28 de febrero de 1970.

Los precios mínimos de compra al ganadero en origen para la leche serán los siguientes:

a) Leche destinada a industrialización: Para toda España

5,25 y 6,50 pesetas-litro, respectivamente, en el primero y segundo períodos determinados en el apartado anterior.

b) Leche destinada a higienización o esterilización:

	Primer período	Segundo período
	Ptas/litro	Ptas/litro
Zona I ... ..	5,25	6,50
Zona II ... ..	5,50	6,75
Subzona de Madrid ... ..	6,25	7,50
Zona III ... ..	5,75	7,00
Zona IV ... ..	6,25	7,25
Zona V ... ..	6,50	7,50

Por otra parte, en Orden de la Presidencia del Gobierno de 29 de marzo de 1969, publicada en el "Boletín Oficial de 1 de abril, se determinan los precios máximos de venta de las leches higienizada y concentrada. Los precios establecidos varían según zonas, períodos del año lechero, envases y situación de la mercancía.

## REGULACION DEL COMERCIO DE LA CARNE

### Aumenta en tres pesetas por kilogramo el precio de garantía del añojo de más de 180 Kg.— Se mantiene en los restantes tipos

Por Decreto 414/1969 de 20 de marzo, publicado en el "Boletín Oficial de 21 de marzo de 1969, se regulan aspectos del comercio de ganado y carne y se fijan precios de garantía para las canales de bovino, ovino, porcino y pollos en la campaña 1969-70. Las normas han sido aprobadas por el Consejo de Ministros, a propuesta de los Ministros de

Agricultura y Comercio, teniendo en cuenta los acuerdos del F. O. R. P. P. A.

Continuarán en régimen de libertad el comercio y circulación de reses vacunas, lanares, porcinos y de aves de producción nacional, así como de sus carnes frescas, refrigeradas o congeladas.

Los precios de garantía sobre matadero de las canales limpias de categoría media, de las especies, clases y pesos, así como plazo de vigencia, serán los que se indican en el anejo número uno.

Las canales de añojos machos de peso comprendidos entre los 180 y 210 kilogramos tendrán una prima de tres pesetas por kilogramo. Para las de más de 210 kilogramos la prima será de seis pesetas por kilogramo. Ambas con carácter permanente.

Estas primas se abonarán para todos los animales sacrificados, tanto en régimen de libertad comercial como los adquiridos por la C. A. T. a través de los mataderos colaboradores.

Cuando los precios en matadero de las canales de bovino, ovino y porcino, según el patrón dado, se eleven durante una semana en más de un 15 por 100 sobre los fijados en el Decreto, la C. A. T. ordenará la salida a consumo de canales congeladas nacionales o de importación en su poder.

Cuando los precios descieran durante el período de una semana del límite antedicho, la C. A. T. suspenderá automáticamente la distribución de carnes de regulación.

En cuanto a las canales de pollo, el precio de orientación en matadero será el de 49 pesetas por kilogramo.

La determinación de los citados precios se realizará por la media ponderada de las cotizaciones que corresponden a las diversas clases en los mataderos

de Madrid, Barcelona, Valencia, Zaragoza y Sevilla.

La Comisaría General de Abastecimientos y Transportes (C. A. T.) o la Entidad en quien delegue adquirirá entre el 1 de abril de 1969 y el 31 de marzo de 1970, a los precios de garantía fijados en el Decreto, cuantas canales de vacuno, ovino, porcino y aves se le ofrezcan por ganaderos y avicultores, en la cuantía y ritmo que le permita la capacidad de los mataderos colaboradores y las posibilidades de congelación y conservación frigorífica.

No obstante, la C. A. T. podrá adquirir canales de pollo para formar un fondo de regulación al precio y en las condiciones

que a su propuesta determine el F. O. R. P. P. A.

Igualmente la C. A. T. adquirirá en las condiciones que establezca y al precio de 13,50 pesetas por kilogramo sobre planta de fundido, en el período indicado, el tocino fresco sin sal procedente de canales sacrificadas en mataderos y que le sea ofrecido por cualquier tenedor de producto, destinándose el mismo a la obtención de grasa fundida.

En todos los mataderos colaboradores se constituirá una Comisión receptora, integrada por un Inspector de la Comisaría General de Abastecimientos y Transportes, un representante de la Jefatura Provincial de Sa-

nidad, uno de la Jefatura Provincial de Ganadería, otro del Sindicato Provincial de Ganadería, uno de la Hermandad Nacional de Labradores y Ganaderos, y el director del matadero o veterinario en quien delegue, que actuará de secretario de la Comisión y de ejecutor de los acuerdos de la misma.

La Comisión Especializada de la Carne del F. O. R. P. P. A. se reunirá, como mínimo, cuatrimestralmente para examinar el desarrollo de la campaña y proponer las medidas que en todos los órdenes contribuyan a un mejor desarrollo de la misma, constituyendo los grupos de trabajo necesarios a tales fines.

Anejo 1. Precios de garantía

Especie	Clase	Peso canal — Kilogramos	Período	Precios de garantía — Ptas./Kg. canal
Bovina ... ..	Añojo ... ..	De 125 a 180 ... ..	De 1-IV-69 a 31-III-70 ...	67,00
Bovina ... ..	Añojo ... ..	Más de 180 ... ..	De 1-IV-69 a 31-III-70 ...	73,00
Bovina ... ..	Vaca ... ..	De más de 175 ... ..	De 1-IV-69 a 31-III-70 ...	50,00
Ovina ... ..	Cordero ... ..	Hasta 17 ... ..	De 1-IV-69 a 30-IX-70 ...	60,00
Ovina ... ..	Cordero ... ..	Hasta 17 ... ..	De 1-X-69 a 15-II-70 ...	65,00
Ovina ... ..	Cordero ... ..	Hasta 17 ... ..	De 16-II-70 a 31-III-70 ...	60,00
Porcina ... ..	Cerdo de raza selecta y sus cruces entre sí ...	De 60 a 80 ... ..	De 1-IV-69 a 31-III-70 ...	48,00
Porcina ... ..	Cerdo de capa blanca corriente y cruzado selecto con blanco del país o ibérico ... ..	De 60 a 80 ... ..	De 1-IV-69 a 31-III-70 ...	46,00
Porcina ... ..	Cerdo ibérico colorado ... ..	De 75 a 95 ... ..	De 1-IV-69 a 31-III-70 ...	44,50
Porcina ... ..	Cerdo ibérico colorado ... ..	De 96 a 110 ... ..	De 1-IV-69 a 31-III-70 ...	43,50
Porcina ... ..	Cerdo ibérico negro ... ..	De 75 a 95 ... ..	De 1-IV-69 a 31-III-70 ...	44,00
Porcina ... ..	Cerdo ibérico negro ... ..	De 96 a 110 ... ..	De 1-IV-69 a 31-III-70 ...	43,00
Aves ... ..	Pollo ... ..	De 0,800 a 1,200 ...	De 1-IV-69 a 31-III-70 ...	39,00

REGIONES ALGODONERAS

De acuerdo con lo establecido en la Orden de 15 de enero de 1969, reguladora de la campaña algodонера, la D. G. de Agricultura publica en el "Boletín Oficial" de 8 de marzo una resolución en la que se definen las siguientes regiones algodoneras:

Primera región.— Comprende las provincias de Avila, Toledo, Cáceres, Badajoz y Ciudad Real.

Segunda región.— Comprende las provincias de Huelva, Sevi-

lla, Córdoba, Jaén, Málaga, Granada y Cádiz.

Tercera región.— Comprende las provincias de Alicante y Murcia.

Cuarta región.— Comprende las provincias de Huesca, Zaragoza, Tarragona, Lérida y Teruel.

En la misma disposición se establece el plan de distribución de semillas.

una bonificación de 55 pesetas por kilogramo.

Capullo blanco no polihíbrido: Se mantiene el precio de 38 pesetas por kilogramo en fresco, más una bonificación de nueve pesetas por kilogramo.

Capullo amarillo: Se mantiene asimismo el precio de 36,75 pesetas por kilogramo en fresco, más una bonificación de 8,25 pesetas por kilogramo.

Capullo manchado o chapa: 10 pesetas por kilogramo en fresco.

Estas bonificaciones se limitarán al número de kilogramos de capullos de seda que permita la cantidad consignada para atención de estos fines.

Se mantiene el rendimiento convenido con las hilaturas colaboradoras del 9,50 por 100 para el capullo polihíbrido.

PRECIOS DEL CAPULLO DE SEDA

El Ministerio de Agricultura ha establecido los precios de capullo de seda por Orden de 6 de febrero publicada en el "Boletín Oficial del Estado" de 15 de

febrero de 1969. Los precios son los siguientes:

Capullo blanco polihíbrido en fresco: Subsistirá el precio de 65 pesetas por kilogramo, más

## POR TIERRAS DEL DUERO

Petición por el Consejo Económico Sindical de Ordenación Rural para toda la provincia de Valladolid

Se ha celebrado en Valladolid el III Pleno del Consejo Económico Sindical Provincial, en cuya clausura don Arturo Espinosa Poveda, secretario general de la Organización Sindical y consejero del Reino, anunció que se abría el primer Pleno del Consejo Económico Sindical Interprovincial de Castilla y León.

Por todo esto, creemos que el espíritu y las preocupaciones aportadas a este Consejo representan a todas las existentes en las tierras del Duero, que de ahora en adelante para expresar sus anhelos y opiniones reunidos en apretada pifia.

En Valladolid destaca por su importancia la petición de Ordenación Rural para toda la provincia, aunque hubo voces que dijeron que a ver si pasaba lo que con la cebada. Me refiero a que la gente está sufriendo el "bum" de la cebada, consistente en la gran dificultad que existe en esta zona para vender cebada, puesto que hay unos excedentes que abarrotan las panneras, tanto oficiales como particulares, puesto que en Valladolid se han seguido punto por punto las indicaciones del Gobierno en materia de política cerealista.

Se agradeció considerablemente el interés que por los agricultores manifiesta el Servicio Nacional de Cereales con sus medidas tendentes a dar salida a los "stocks", primando en realidad la cebada con 0,50 pesetas kilo; pero se clama contra la imprevisión de una medida que al proponerla se presentó como panacea universal y sin llegar a dos años de vigencia causa idénticos problemas que aquéllos que venía a remediar, cambiando únicamente el nombre del cereal; es decir, ahora nos sobra cebada donde antes nos sobraba trigo.

El problema además de los excedentes es de almacenamiento, y éste con el cambio de trigo por cebada se ha agravado porque la diferencia en el peso es-

pecifico de ambos cereales hace que para almacenar un vagón de trigo necesitemos 12,98 metros cúbicos, y, en cambio, para almacenar un vagón de cebada necesitaremos 15,62 metros cúbicos. Además, existe otra causa que aumenta la gravedad del problema, y es que la producción de trigo por hectárea es inferior a la de cebada, lo que hace que para almacenar la cosecha de 100 hectáreas de trigo necesitamos 168,74 metros cúbicos, y para la misma superficie de cebada, 281,16 metros cúbicos; es decir, un 66,62 por 100 más.

El agricultor con esto no hace más que perder fe en medidas arbitradas para su mejora y encerrarse en su pueblo, que, según ha oído en el consejo, se le quieren concentrar como a sus tierras.

Resumiendo y ciñéndonos a las conclusiones más importantes, hay un auténtico problema sanitario en la ganadería, especialmente en lo referente a la brucelosis ovina, puesto que en el mismo consejo se pusieron de referencia innumerables (y me quedo corto con la palabra) casos de fiebres de Malta, y en este tema las voces fueron especialmente aireadas, puesto que la salud vale más que el corto beneficio que se obtiene actualmente de la agricultura.

También se prestó importancia a la plantación de viñedo, total y absolutamente prohibida en nuestra provincia, donde existen terrenos que son marginales en cualquier tipo de explotación que no sea precisamente en ese viñedo, que además proporciona unos caldos de notable calidad.

Finalmente diremos que los agricultores quieren regar, que nuestro clima necesita agua que la piden más los de tierras sueltas que los de tierras fuertes y que nuestros planes de riego deben hacerse antes de que la despoblación del campo no permita establecer regadíos por carecer de mano de obra; también en

esa concentración de pueblos se debe tener en cuenta que no es lo mismo una zona de regadío que otra de secano, pues podemos tener dos pueblos con los mismos vecinos asentados sobre 2.500 hectáreas de regadío o bien sobre 13.000 hectáreas de secano, poniéndonos en dos casos extremos y utilizando como módulo explotaciones rentables bien estructuradas.

Algo nos dejamos en el tinte-ro de lo tratado en este Consejo, y puede que lo más importante; pero les prometemos que se lo contaremos en nuestra próxima crónica.

FEDERICO SÁEZ VERA

## POR TIERRAS MANCHEGAS

Se terminó la poda de la viña. ● Se está procediendo a la poda del olivo. ● Muy pocas operaciones en el mercado vínico

El abrilillo loco se nos ha mostrado tal cual es, con sus acusados fríos, con días hermosos, primaverales, con vientos fuertes; en fin, como corresponde a la época. Para el campo no le han venido mal las precipitaciones, que si no muy abultadas, han llegado siempre oportunas, porque el campo siempre tiene la boca abierta para las lluvias; pero en esta Mancha es mucho más acusado, porque al ser los terrenos más cortos se producen antes las evaporaciones.

Del mercado de cereales hay siempre tema latente, pues todavía, y a pesar del interés por todos demostrado, resulta que somos deficitarios. Se importa maíz de Estados Unidos, y también yeros de otras procedencias, y cuando se hace, sus motivos existirán. No hay más que intensificar la siembra de leguminosas para que puedan evitarse las importaciones, y se imponen las facilidades para que puedan evitarse las importaciones, y se imponen para riego. Nada de pro-

pagandas, sino realidades. Créditos a largo plazo y muy baratos son los que hacen falta. Las huertas pueden surgir por todas partes y con ventajas en el presente año, pues han caído muchas aguas y los veneros estarán muy fortalecidos. Es este un detalle de la mayor significación, pero más aún si se eliminan los poceros, que son la sangría de los horticultores. Todo puede tener arreglo en esta vida, pero hace falta eso, interés, tesón y ganas de agrandar.

Informamos ahora de las cotizaciones de los cereales pienso y comestibles, y lo hacemos en una coyuntura estupenda al confirmarse que el Sindicato Nacional de Cereales pone a la venta y a disposición de las fábricas de pienso y de los ganaderos de las existencias de cebada y avena. Estos cereales-pienso se ceden en los almacenes de este organismo a los precios de cinco pesetas para las cebadas y a 4,85 para las avenas. Para ello se han adoptado medidas para evitar fraudes, y una de ellas es que estos cereales que se ponen a la venta serán coloreados convenientemente con materias totalmente inofensivas.

Esas cotizaciones a que queremos hacer mención son las siguientes: cebada, sobre las cinco pesetas kilo, limpia y sin sacco; cebada de cosechadora, 4,60; avenas, 4,90-5 pesetas kilo; los chícharos, yeros y almortas, que rigen a siete pesetas; el sorgo, a cinco pesetas; el maíz, a 5,50, desgranado, y a 4,60, en panocha; la alfalfa, empacada, a 4,60; las alubias blancas manchegas, que se pagan entre 17 y 18 pesetas kilo, aunque se pretenden las 20 pesetas, y los garbanzos de la tierra, que se pagan entre 13 y 15 pesetas kilo, como muy buena cochura y limpieza, con una panorámica desastrosa para la expansión de los mercados, pues no tienen tiro alguno, aunque el garbanzo adquiera por ahí precios francamente prohibitivos.

Ya se ha terminado prácticamente la poda de la viña, pero se está procediendo ahora a la poda del olivo. La explotación de este árbol todavía no es rentable, por término medio, en es-

tas tierras de La Mancha, precisamente en una circunstancia como la que vivimos, en la que todo se valora al céntimo. No hay producción quizá, porque no se atiende debidamente su cultivo o, como paradoja, que no se cultive, porque no rinde. El caso real hasta ahora es lo que apreciamos a simple vista, que sus rendimientos no compensan, teniendo en cuenta el capital invertido y los gastos de su explotación. A pesar de ello van entrando los olivares en las prácticas modernas, al menos en las faenas de poda. Se le va dando un signo de andalucismo neto y se importan podadores especializados de la provincia de Jaén, que están haciendo una muy provechosa labor de saneamiento del olivo. Estos beneficios no se aprecian de momento, pero es indudable que se han de observar a no tardar, porque la técnica es buena. Por descontado queda que hay grandes deseos de ver a estos olivos como se ven los olivares andaluces, con las ramas desgajadas de tanto peso.

Y por no perder la costumbre, comentaremos lo que pasa por el edén de los vinos españoles. Todo lo de la vida, hoy, tiende a modernizarse y elevarse de nivel. Es la palabra moderna de "promoción", plan de desarrollo y similares, y como La Mancha nunca se vio socorrida por nadie, ahora se presenta una oportunidad. Se trata del Plan de Desarrollo Vitivinícola para la provincia de Ciudad Real, lo mismo que las restantes provincias manchegas, como son Toledo, Cuenca y Albacete, harán lo propio.

#### IMPORTACION DE GANADO SELECTO

Por Orden de 13 de febrero de 1969, el Ministerio de Agricultura actualiza y amplía los requisitos necesarios para la importación de ganado selecto. Reproducimos a continuación los puntos más importantes de dicha Orden:

Para ser considerados ejemplares selectos con destino a la reproducción, a efectos de importación, deberán reunir las siguientes condiciones generales:

Se han desarrollado varias conferencias-coloquio por especialistas en la materia en las principales plazas típicamente productoras de estos caldos de la vid, y se trata de una unificación en la acción y movimiento que ha de tender al logro de beneficios que hasta ahora nunca pudieron lograrse. El plan es muy ambicioso, y si se logra, podremos hablar de producciones y cifras de 40 millones de arrobas. Eso va bueno.

Del negocio de los vinos hay que decir que la propiedad y las cooperativas son hoy día las voces cantantes más significadas. Que si se elaboró caro, que si dimes y diretes, el caso es que se opera poquisimo, porque se aspira a un mejoramiento de las cotizaciones de los vinos potables. Si se pagó cara la uva, es lógico que se intente arreglar la cuestión elevando el precio del vino. No se pretenden beneficios exorbitantes, pero si los meramente comerciales para que se pueda vivir del campo, ya que de lo contrario se quedará La Mancha casi vacía. Si los vinos resultaron por las 44 pesetas hectogrado, que se vendan por lo menos a partir de las 45 pesetas, pero no a 43, y en eso llevan mucha razón. Ha llovido mucho, y puede pronosticarse que el año o, mejor dicho, la cosecha del presente año, ha de ser más voluminosa; pero entonces, según se pague la uva, así se venderá el vino. El presente es el que interesa. No hay más que hacer lo imposible para que los vinos pisen las 45 pesetas hectogrado en blancos rama. Con ese poquito se conforman.

MELCHOR DÍAZ PINÉS-PINÉS

a) Pertener a razas definidas, para las que existan Libros Genealógicos oficialmente establecidos en el país de origen.

b) Estar convenientemente marcados, con marcas perfectamente legibles que garanticen su completa identificación individual.

c) Garantía de que figuran inscritos en el Libro Genealógico oficial de la raza.

# legislación de interés

## Extracto del BOLETIN OFICIAL DEL ESTADO

### Concentración Parcelaria

Decretos del Ministerio de Agricultura por los que se declaran de utilidad pública las concentraciones parcelarias de Medranda (Guadalajara), Saseta, Pineda Trasmonte, Cillaperlata (Burgos), Hernansancho (Ávila), Alaejos, Sardón de Duero, Moraieja de las Panaderas (Valladolid), Valle de Ruesga (Santander), Mazuecos de Valdeginete (Palencia), Sigeres (Ávila), San Jorge de Heres (Oviedo) («B. O.» 10 marzo 1969).

Ordenes del Ministerio de Agricultura por las que se aprueban los Planes de Mejoras Territoriales y obras de las zonas de Concentración Parcelaria de Caudete (Albacete), Villaronte (Foz, Lugo) («B. O.» 12 marzo 1969), Casa Nueva (Granada), Villaventín (Burgos) («B. O. 13 marzo 1969), Valdecolmenas de Abajo (Cuenca) («B. O.» 21 marzo 1969), Ecala y San Martín (Navarra), Cuenca de Campos (Valladolid), Villamizar (León), Bachicabo (Alava), Joara (León) («B. O.» 22 marzo 1969), Valdecolmenas de Arriba (Cuenca), Alaraz (Salamanca), Mezquetillas (Soria), Santa Colomba de las Carabias (Zamora), Abarca (Palencia), Piqueras del Castillo (Cuenca), Villalmanzo (Burgos), Villadre (Palencia), Ozaeta, Hermua y Larrea (Alava), Cilleruelo (Albacete), San Juan de Calo (La Coruña), Ituero-Alcaraz-Casas de Lázaro (Albacete), Abaigar (Navarra) («B. O.» 26 marzo 1969), Quintanilla de Tres Barrios, Rejas de San Esteban, Villálvaro y Matanzo de Soria (Soria), Torre de Esgueva y Fombellida (Valladolid) («B. O.» 3 abril 1969), Osma y Valdegrilla (Soria), Imiruri-Uzquiaño-San Vicentejo y Ascarza (Burgos) («B. O.» 4 abril 1969), Ollogoyen (Navarra), Pactos (Lugo) («B. O.» 7 abril 1969).

### Vías pecuarias

Ordenes del Ministerio de Agricultura por las que se aprueban las clasificaciones de vías pecuarias existentes en los términos municipales de La Almolda (Zaragoza), Benlloch (Castellón), Chimeñas, Pinos del Valle, Itрабо, Guajar Alto, Santa Cruz del Comercio (Granada) («B. O.» 10 febrero 1969), Ontalvilla de Almazán (Soria), San Carlos del Valle (Ciudad Real) («B. O.» 18 febrero

1969), Santa Soloma de las Carabias (Zamora), Manchones (Zaragoza) («Boletín Oficial» 21 febrero 1969), Mohedas de la Jara, Campillo de la Jara (Toledo), Cogollos Vega, Monachil (Granada), Aracena (Huelva), Wamba (Valladolid), Aldealengua de Pedraza (Segovia), Ronda (Málaga), Quintana Redonda, Alcubilla del Marqués (Soria), Pozo Lorente (Albacete), Encinas de Esgueva, Moral de la Reina, Curiel de Duero (Valladolid), Lalueza (Huesca), Genalguacil (Málaga) («B. O.» 22 febrero 1969), Carboneras (Almería), Martín Miguel (Segovia), Sagides (Soria) («B. O.» 24 febrero 1969), Licerias (Soria) («B. O.» 25 febrero 1969), Burgo de Osma (Soria) («B. O. 28 febrero 1969), Baza, Gabia la Chica, Zafarraya (Granada) («B. O.» 5 marzo 1969), Cijuela, Pulianas, Huétortájar (Granada), Pozuelo de la Orden, Cisterniga (Valladolid) («B. O.» 6 marzo 1969), Lachar, Gor, Guajar Fondón, Caniles, Agrón, Mala (Granada) («B. O.» 7 marzo 1969), Montalbanejo (Cuenca) («B. O.» 14 marzo 1969), Ferrerueta de Tábor (Zamora), Melque de Cercos (Segovia), Pozuelo de Alarcón (Madrid), El Barraco (Ávila), Nebreda (Burgos) («Boletín Oficial» 18 marzo 1969), Mayorga de Campos (Valladolid), Milles de la Polvorosa (Zamora) («B. O.» 19 marzo 1969), Freila, Lújar (Granada) («B. O.» 26 marzo 1969), Castellón de Rugat (Valencia) («B. O.» 28 marzo 1969).

### Industrias agrarias

Ordenes del Ministerio de Agricultura por las que se declaran comprendidas en Sector Industrial Agrario de Interés Preferente la ampliación y perfeccionamiento de una industria láctea de Barcelona (capital) («B. O.» 10 febrero 1969) la ampliación de industria láctea en Santa Perpetua de la Moguda (Barcelona) («B. O.» 28 febrero 1969).

Decreto 484/1969, de 27 de marzo, de la Presidencia del Gobierno sobre declaración de Zonas de Preferente Localización Industrial en las islas Canarias («B. O.» 31 marzo 1969).

Ordenes del Ministerio de Agricultura por las que se declaran emplazadas en Zona de Preferente Localización Industrial a una ampliación y mejora de almazara de Frailes (Jaén) («B. O.» 10 febrero 1969), industria de aderezo de

aceituna a instalar en Villafranca de los Barros (Badajoz), planta embotelladora a instalar en Santa Cruz de Mudela (Ciudad Real), planta de obtención de pepita de uva a instalar en Manzanares (Ciudad Real) («B. O.» 22 febrero 1969), planta de obtención de mostos concentrados a instalar en Tomelloso (Ciudad Real), ampliación y reforma de la almazara a instalar en Villanueva del Arzobispo (Jaén) («B. O.» 28 febrero 1969).

### Ganado vacuno

Resolución de la Dirección General de Ganadería por la que se amplía el plazo de inscripción en el Núcleo Fundamental del Libro Genealógico y Comprobación de Rendimientos español del ganado vacuno de raza Retinta («B. O.» 10 febrero 1968).

### Campaña Mundial contra el Hambre

Orden de la Presidencia del Gobierno de 5 de febrero de 1969 por la que se constituye el Comité Nacional para la Campaña contra el Hambre («B. O.» 11 febrero 1969).

### Instalaciones frigoríficas

Orden de la Presidencia del Gobierno de 4 febrero 1969 por la que se hace pública la distribución por zonas de las instalaciones previstas en el Decreto 2.519/1968 y se autoriza la convocatoria de concursos («B. O.» 11 febrero 1969).

### Plan de Desarrollo

Ley 1/1969 de 11 de febrero por la que se aprueba el II Plan de Desarrollo Económico y Social («B. O.» 12 febrero 1969).

### Captación de aguas subterráneas

Ley 2/1967, de 12 de febrero, prohibiendo la captación de aguas subterráneas en determinadas zonas de Andalucía, incluidas en el proyecto de investigación hidrogeológicas en la cuenca del Guadalquivir («B. O.» 12 febrero 1969).

### Plagas del campo

Orden del Ministerio de Agricultura, de 6 de febrero de 1969, por la que se fijan para la actual campaña las zonas diversas de tratamiento obligatorio contra el «arañuelo» del olivo («B. O.» 14 febrero 1969).

Resolución de la Dirección General de Agricultura por la que se adoptan medidas de defensa contra el «escarabajo de la patata» en al provincia de Baleares («B. O.» 14 febrero 1969).

## AGRICULTURA

### Capullo de seda

Orden del Ministerio de Agricultura, de 6 febrero 1969, por la que se fija el precio del capullo de seda de la cosecha 1969 («B. O.» 15 Febrero 1969).

### Leche

Orden de la Presidencia del Gobierno, de 14 febrero 1969, por la que se determinan los precios de venta de leche higienizada para las Centrales Lecheras de las islas Canarias durante el año lechero 1969-70 («B. O.» 17 febrero 1969).

Orden del Ministerio de Agricultura, de 11 febrero 1969, por la que se determina el sistema de pago de la leche por calidad para el año lechero 1969-70 («B. O.» 18 febrero 1969).

### Plagas del campo

Resolución de la Dirección General de Agricultura, por la que se fijan para la actual campaña de primavera las zonas de tratamiento obligatorio contra el «repilo» del olivo («B. O.» 19 Febrero 1969).

### Ganado selecto

Orden del Ministerio de Agricultura, de 13 febrero 1969, por la que se actualiza y amplía a otras especies y razas la de 10 de noviembre de 1962 sobre requisitos necesarios para la importación de ganado selecto («B. O.» 22 Febrero 1969).

### Aduanas

Orden del Ministerio de Hacienda, de 10 febrero 1969, por la que se habilita, con carácter provisional, la estación ferroviaria de Gador (Almería) para la exportación de frutas y productos hortícolas frescos («B. O.» 22 febrero 1969).

### Colonización

Decreto 279/1969, de 13 febrero, por el que se aprueba el Plan General de Colonización de la zona regable del río Ter, en la provincia de Gerona (1.ª fase), («B. O.» 25 febrero 1969).

Decreto 280/1969, de 13 febrero, por el que se aprueba el Plan General de Colonización de la zona regable con aguas subterráneas de Almansa (Albacete) («B. O.» 25 febrero 1969).

### Peste porcina africana

Decreto-ley 5/1969, de 27 febrero, por el que se proroga el de 16 de febrero de 1969 que concedió beneficios fiscales a los damnificados por la peste porcina africana («B. O.» 1 marzo 1969).

### Equidos

Resolución de la Dirección General de Ganadería por la que se establecen normas para la exportación de équidos vivos a Francia, con destino al sacrificio («B. O.» 3 marzo 1969).

### Leche

Orden de la Presidencia del Gobierno, de 25 febrero 1967, por la que se establece el régimen de obligatoriedad de higienización de la leche destinada al abastecimiento público en el Municipio de El Ferrol del Caudillo (La Coruña), («B. O.» 4 Marzo 1969).

### Estimación de riberas

Orden del Ministerio de Agricultura, de 27 febrero 1969, por la que se aprueba el acta de estimación de las riberas probables del río Llobregat, de la provincia de Barcelona («B. O.» 5 marzo 1969).

### Convenios Colectivos

Resolución de la Dirección General de Trabajo por la que se aprueba el Convenio Colectivo Sindical de ámbito interprovincial para Granjas Avícolas («B. O.» 6 marzo 1969).

### Campaña algodonera

Resolución de la Dirección General de Agricultura por la que se definen las regiones algodoneras y se establece el plan de distribución de semillas de siembra para la campaña 1969/70 («B. O.» 8 marzo 1969).

### Plagas del campo

Resolución de la Dirección General de Agricultura por la que se adoptan medidas de defensa contra el escarabajo de la patata en la provincia de Barcelona («B. O.» 8 marzo 1969).

### Patata de siembra

Resolución del Instituto Nacional para la Producción de Semillas Selectas sobre localidades que se destinan en 1969 para producir patata de siembra («B. O.» 13 marzo 1969).

### Zonas regables

Orden de la Presidencia del Gobierno, de 2 marzo 1969, por la que se aprueba el Plan Coordinado de Obras de la zona regable del Campiño de Buitrago (Soria) («B. O.» 14 marzo 1969).

### Peste porcina

Orden del Ministerio de Hacienda, de 7 marzo 1969, por la que se desarrolla el Decreto-ley 5/1969, sobre beneficios fiscales a los damnificados por la peste porcina africana («B. O.» 17 marzo 1969).

### Carnes

Decreto 414/1969 de la Presidencia del Gobierno por el que se regulan diversos aspectos del comercio de ganado y carne y se fijan los precios de garantía de canales de ovino, bovino, porcino y pollos en la campaña 1969/70 («B. O.» 21 marzo 1969).

### Exportaciones

Orden del Ministerio de Comercio, de 14 de marzo 1969, sobre prohibición de exportación de aceitunas sin aderezar (21 marzo 1969).

### Premios

Orden del Ministerio de Agricultura, de 12 marzo 1969, por la que se designan las comisiones que han de juzgar los trabajos presentados a los concursos convocados para conmemorar la festividad de San Isidro Labrador («B. O.» 21 marzo 1969).

### Zonas regables

Orden de la Presidencia del Gobierno, de 12 marzo 1969, por la que se aprueba el Plan Coordinado de obras de la zona regable por el canal de Castilla, entre el Serrón y Becerril (Palencia) («B. O.» 22 marzo 1969).

### Explotaciones avícolas

Orden del Ministerio de Agricultura, de 20 marzo 1969, sobre ordenación sanitaria y zootécnica de las explotaciones avícolas y salas de incubación («B. O.» 27 marzo 1969).

### Remolacha azucarera

Resolución de la Dirección General de Agricultura por la que se falla el III Concurso Internacional de Recolección Mecánica de Remolacha Azucarera («B. O.» 28 marzo 1969).

### Leche

Orden del Ministerio de Agricultura, de 28 marzo 1969, por la que se determinan los precios mínimos de compra de leche al ganadero en origen en el año lechero 1969/70 («B. O.» 31 marzo 1969).

Orden de la Presidencia del Gobierno, de 29 marzo 1969, por la que se determinan los precios máximos de venta de las leches higienizada y concentrada en las poblaciones donde exista el régimen de obligatoriedad de higienización de la leche destinada al abasto público durante el año lechero 1969/70 («B. O.» 1 abril 1969).

### Epizootias

Orden del Ministerio de Agricultura, de 26 Marzo 1969, por la que se modifica el Plan Nacional de lucha contra la tuberculosis bovina y la brucelosis caprina («B. O.» 2 abril 1969).

### Plagas del campo

Resolución de la Dirección General de Agricultura por la que se fijan para la actual campaña las zonas oliveras de tratamiento obligatorio contra la «pollilla» del olivo («B. O.» 2 abril 1967).

# Consultas

## La caña de azúcar: bibliografía y otras cuestiones.

D. Ahmed Raisuni. Virgen del Valle, 44. Sevilla.

*Desearía me faciliten, en el dominio de lo posible, algunos datos que necesito para un trabajo que estoy preparando y que aquí adjunto paso a exponerles.*

*Desearía saber:*

- los títulos de algunos libros que traten sobre la caña de azúcar, así como el nombre y la dirección de alguna revista que trate del mismo asunto.
- las direcciones de algunos servicios agronómicos que se dedican al cultivo de esta planta y de azucareras (caña);
- el número de hectáreas mínimo necesario para la instalación de una fábrica, siendo la producción de caña de 80 toneladas por hectárea, aproximadamente, y un rendimiento en azúcar del 10,5 por 100, aproximadamente, siendo las demás condiciones las óptimas;
- dónde podría encontrar datos sobre los precios diversos necesarios para la instalación de una azucarera (caña).

### 1.º Bibliografía:

#### a) Libros

*Manual of Cane Growing.* Norman J. King y otros. Editado por American Elsevier.

*The Growing of Sugar Cane.* R. P. Humbert. Editado por Elsevier.

*Sugar Cane Diseases of the World* (vols. I y II). C. G. Hughes y otros (texto traducido al español). Editado por Elsevier.

*Botany of Sugar Cane.* C. van Dillewijn. Editado por The Chronica Botanica (U. S. A.).

#### b) Revistas

*The Sugar Bulletin.* 414 Whitney Bldg., New Orleans, La. 70130.

*Sugar y Azucar.* 25 West 45th St., New York, N. Y. 10036.

*Sugar Journal.* 107 Camp. St., New Orleans, Louisiana 70130, U. S. A.

2.º Solamente el Centro de Cultivos Subtropicales trabaja sobre la caña de azúcar. Su dirección es: Puerta del Mar, 14. Málaga.

Hay varias azucareras en toda la zona cañera. Por ejemplo, la Azucarera Hispania, Carretera de

Cádiz, s/n., a unos 7 km. de Málaga. En Torre del Mar, Sociedad Azucarera Larios. En Motril, Nuestra Señora del Rosario, y otras.

3.º Es muy difícil concretar esta pregunta, ya que depende de la zona en la que se enclaven, que permitirá alargar más o menos la recolección, y del tipo de fábrica. Como una primera aproximación, puede darse la de una fábrica para 2.000 toneladas diarias, trabajando setenta y cinco días al año, lo que viene a representar unas 3.000 Ha. (un 30 por 100 de éstas no tiene caña por necesidades de alternativa).

4.º En las revistas *Sugar Journal* y *Sugar y Azucar* viene publicidad de fabricantes de maquinaria azucarera. Además tenemos noticias de que Alemania y Polonia exportan este tipo de maquinaria.

Ernesto Mira Serrano

Dr. Ingeniero agrónomo

5.426

## Drenaje sucesivo de parcelas para evacuar corrientes naturales de agua de lluvia.

Suscriptor número 15.896. Badajoz.

*¿Puede el propietario de una finca cavar pequeñas zanjas, cortando el lindón que limita su propiedad con la del propietario vecino, en puntos determinados, a fin de facilitar el drenaje de parcelas de labor sembradas de cereales, que de otro modo quedarían con el agua de lluvia estancada, ocasionando con ese encharcamiento temporal considerables daños a los propios cultivos? En caso afirmativo, el agua que se deja pasar al predio vecino ocasiona en éste los daños que queremos evitar en el propio; pero, a su vez, este otro propietario, puede buscar los puntos más bajos para desaguar sus propias parcelas, y así sucesivamente hasta llevar las aguas a los arroyos naturales.*

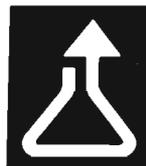
Plantea la consulta una cuestión bastante discutida por los tratadistas de la legislación de aguas

---

NOTA DE LA REDACCION.—La Sociedad Española de Construcción Naval nos envía rectificaciones de datos que, por error, fueron transcritos en consulta aparecida en nuestro número de enero último, y que, amablemente, damos a conocer: Planta de transformación de basuras en abono orgánico, de FERVASA, Valencia. Oferta de la maquinaria suministrada por Sociedad Española de Construcción Naval, incluido el montaje y puesta en marcha, 30.150.000 pesetas. Capacidad de la planta, 400 toneladas en jornada de ocho horas. La maquinaria comprende doble trituración, cribas, separador magnético, horno crematorio, puentes grúas, elementos de transporte, etc. Toda la obra civil es por cuenta de FERVASA.

**ROHM AND HAAS  
PHILADELPHIA**

PHILADELPHIA PENNSYLVANIA 19.105 USA



**DITHANE M - 45**

**KARATHANE\***

**ACARTHANE\***

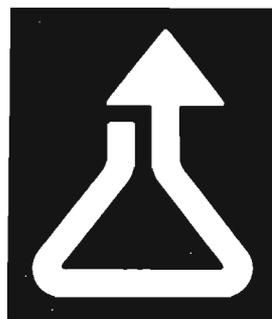
**KELTHANE\***

**VAPAM\* TOK\*E-25**

**PRODUCTOS QUIMICOS PARA LA AGRICULTURA**

\*MARCAS REGISTRADAS DE ROHM AND HAAS COMPANY / PHILADELPHIA NY.

**EBRO  
QUIMICA  
SOCIEDAD ANONIMA**



FILIAL DE **ROHM AND HAAS COMPANY** | **PHILADELPHIA**

**EBRO QUIMICA S.A.**

TUDELA - NAVARRA / DELEGACION: PROVENZA, 260

TELS. 215 38 15 - 215 38 23 BARCELONA - 8

públicas y privadas y en general se considera que la servidumbre de desagüe no es más que una variante de la de acueducto, pero no menos importante que ésta, en términos tales, que no sólo el Derecho se ha preocupado de ella, sino que la ciencia médica, en previsión de evitar infecciones que pueden producirse por los estancamientos de las aguas, ha recomendado su imposición en forma coercitiva a los poderes públicos como medida de salubridad e higiene.

La servidumbre de desagüe consiste simplemente en el derecho que compete a un Ayuntamiento o a un propietario de dejar de fluir en el fundo o canal inferior de un tercero las aguas residuales procedentes de la limpieza de calles, abrevaderos y lavaderos, o bien de irrigaciones, fuerza motriz, etcétera, que nacen o discurren por sus predios.

La servidumbre de desagüe comprende la de escorro y la de desagüe propiamente dicha. Puede ser legal o constituida por mano del hombre. La primera, o sea, la de escorro, viene regulada como una de tantas servidumbres legales, por el artículo 552 del Código Civil, que dice: "Los predios inferiores están sujetos a percibir las aguas que naturalmente y sin obra del hombre descienden de los predios superiores, así como la tierra o piedra que arrastran en su curso. Ni el dueño del predio inferior puede hacer obras que impidan esta servidumbre, ni el del superior obras que la agraven."

Esta disposición legal queda completada en el artículo 69 de la Ley de Aguas, que dispone además que: "Si las aguas fuesen producto de alumbramientos artificiales o sobrantes de acequias de riego o procedentes de establecimientos industriales que no hayan adquirido esta servidumbre, tendrá el dueño del predio inferior derecho a exigir resarcimiento de daños y perjuicios. Los dueños de predios y establecimientos industriales podrán oponerse a recibir los sobrantes de estos establecimientos industriales que arrastren o lleven en disolución sustancias nocivas introducidas por los dueños de éstos."

La servidumbre de desagüe, dentro de la que se comprende también la de escorro, reguladas ambas por los artículos 552 del Código Civil y 69 de la Ley de Aguas, tiene sus precedentes en la Ley I del Digesto, "De aqua et aquae pluv. arc.", 39,3. El dueño del predio inferior está naturalmente obligado a recibir las aguas que por razón de la topografía del terreno fluyan del predio superior, sin que el dueño de éste pueda agravar la servidumbre, teniendo en cuenta que si el del fundo inferior puede retener las aguas que caen del mismo, no puede en ningún caso reclamar contra la retención que de las mismas haga el dueño del predio superior.

Para que pueda decirse que las aguas fluyen o descienden *naturalmente* es preciso que el hombre no haya practicado obras para favorecer o alterar su natural curso, pudiendo, en el caso de que el dueño del predio superior las recogiera en un solo punto y resultasen perjuicios para el predio inferior reclamar el dueño de éste, a tenor de lo previsto en el artículo 73 de la Ley de Aguas, aun cuando en el mismo se advierte que no reputa daño

el contrariar o suprimir el aprovechamiento de las aguas sobrantes, a los que sólo eventualmente las disfrutan; es decir, a los que no han adquirido el derecho a su disfrute por el lapso de los veinte años (artículo 8.º de la Ley de Aguas).

El dueño del predio superior, dice el artículo 72 de la Ley de Aguas, puede construir dentro de él ribazos, malecones o paredes que, sin gravar la servidumbre del predio inferior, suavice las corrientes de las aguas impidiendo que arrastren consigo la tierra vegetal o causen desperfectos en la finca.

El dueño del predio inferior, o sirviente (artículo 71 de la propia Ley), tiene derecho también a hacer dentro de él ribazos, malecones o paredes que, sin impedir el curso de las aguas, sirvan para regularizarlas o para aprovecharlas en su caso.

Y en cuanto a los mismos y haciéndolo extensivo a los terceros, dispone el artículo 74 de la misma Ley que, cuando el agua acumule en un predio broza u otros objetos que embarazando su curso natural puedan producir embalse con inundaciones, distracciones de las aguas u otros daños, los interesados podrán exigir del dueño del predio que remueva el estorbo o les permita removerlo. Si hubiere lugar a indemnizaciones serán a cargo del causante.

No es necesaria la continuidad de predios para venir obligados los terrenos inferiores a la servidumbre de desagüe o escorro, porque la Ley atiende como fundamento de la servidumbre a las condiciones de declive de los terrenos, que imponen a los inferiores la obligación de soportar la repetida servidumbre. Tampoco es precisa la contigüidad de predios en el caso de establecimientos de la servidumbre de desagüe como consecuencia de una concesión administrativa comprendida en los casos primero, segundo y tercero del artículo 77 de la Ley de Aguas, porque las únicas condiciones a que ha de sujetarse el concesionario las marcan los casos primero y segundo del artículo 80 de la Ley.

De acuerdo con los antecedentes que facilita la consulta, al tratarse de sobrantes de lluvias que se estancan, ocasionando daños a los cultivos, estimo que se puede imponer la servidumbre de desagüe al vecino del predio inferior; pero, antes de cortar el lindón, límite de las propiedades, hay que contar con el dueño del predio vecino, y en el caso de que no admita la servidumbre, el señor consultante tendría que acudir al Juzgado correspondiente, para que le impusiera esta servidumbre.

Mauricio García Isidro

Abogado

5.427

#### Recogedoras y cargadoras de heno.

D. Federico H. Domínguez. Moralejo del Vino (Zamora).

*Les agradacería me resolvieran la siguiente consulta:*

*Deseando adquirir una cargadora de heno que acoplada al tractor vaya echándolo al re-*

*molque, le ruego me indique las principales casas que las venden.*

Sólo le puedo dar las señas de la siguiente casa, que tiene recogedoras de heno:

Marca Diadem-Dreyer. Casa vendedora: Comeca. Don Ramón de la Cruz, 98. Teléfono 2553592. Madrid-6.

Por si le interesa le envío las señas de los siguientes remolques autocargadores:

Köla.—Finanzauto y Servicios, S. A. Doctor Esquerdo, 178. Teléfono 2510400. Madrid-7.

Fähr. — Compañía Española de Motores Deutz y Otto Legítimo, S. A. Avda. de Pío XII, 100. Teléfono 2000940. Apartado 50.938. Madrid-16.

*Ramón de la Serna Ferrer*

5.428

Perito agrícola

**Aumentos en la renta de un local de negocio.**

D. Angel Bailón Crespo. Plaza de Colón, 2. Salamanca.

*Entre las fincas que administro tengo un local de negocio con un contrato inicial del año 1931, que pagaba de renta 500 pesetas mensuales. A este contrato se le han aplicado todos los aumentos legales autorizados por las distintas disposiciones dictadas hasta el año 1964, en que se conviene no aplicar la revalorización que autorizó dicha ley del 10 % semestral en razón a que el arrendatario hace determinadas obras en la finca, y acordamos compensar éstas por aquellos aumentos.*

*En diciembre de 1968 muere el arrendatario, y notarialmente nos comunican la subrogación de derechos y obligaciones en virtud del artículo 60 de la ley, a favor de uno de los hijos, y convinimos con éste en actualizar y revalorizar la renta con arreglo a lo dispuesto en los artículos 95 y 96 de la vigente Ley de Arrendamientos urbanos, y en consecuencia formalizo el siguiente recibo:*

Renta inicial ... ..	500 pts.
Aumentos hasta 1964, autorizados ... ..	1.724,50 "

<i>Total del recibo que figuraba desde que se autorizan los aumentos hasta 1961 ... ..</i>	<i>2.224,50 pts.</i>
--	----------------------

*Esto es que ya llevábamos varios años sin más detalles y explicaciones en la cuantía del recibo, que se extendía por las 2.224,50, y partiendo de esta cantidad hago el siguiente cálculo:*

Renta actual mensual ... ..	2.224,50 pts.
Módulo de la Ley 50 % de 3 por ser población de menos de 100.000 habitantes ... ..	3.366,75 "
Aumento del 15 % nuevo contrato por el art. 42 de la Ley. ... ..	841,68 "

<i>Total recibo a pagar desde E.</i>	<i>6.432,93 pts.</i>
--------------------------------------	----------------------

*En principio este arrendatario me ha pagado el recibo de enero por esta cantidad, y después de unos días me dice que ha consultado con un abogado y que es excesiva, que está mal aplicado.*

*Ruego me digan si estoy en lo cierto en el cálculo, y caso negativo me informen la renta que debo aplicar sobre esa cifra anterior de la renta de 2.224,50 pts., aceptada ya desde hace varios años.*

Según indica en su consulta, es usted arrendador de un local de negocio, arrendado en el año 1931. La renta de este contrato, incluidas las revisiones hasta final del año 1961, es de 2.224,50 pesetas mensuales, con cuyo precio de arrendamiento están conformes tanto usted como el arrendatario.

Al fallecer el arrendatario, en diciembre de 1968, se subroga en el arrendamiento un hijo del fallecido, y desea usted saber el aumento que ha experimentado dicha renta y el alquiler total que puede cobrar actualmente el arrendatario.

Con este planteamiento de la consulta, que creemos está recogido de acuerdo con los antecedentes que usted me facilita, son de aplicación los artículos 95 y 96 de la Ley núm. 4.104, de 24 de diciembre de 1964, que aprueba el texto refundido de la Ley de Arrendamientos urbanos.

Conforme a estos artículos, la renta mensual del local de negocio era la de 2.224,50 pesetas, que es la que se percibía por el arrendador cuando empezó a regir dicha Ley.

Esta renta, conforme dispone el art- 96, puede aumentarse sumando a aquella cantidad la que resulte de su revalorización.

Esta revalorización ha de hacerse tomando en consideración no la renta vigente antes indicada, sino la que correspondería aplicando los incrementos legales que el arrendador hubiera tenido derecho a cobrar.

Sobre la renta inicial de 500 pesetas mensuales, y teniendo en cuenta que el arrendamiento del local de que se trata se concertó en el año 1931, entendemos que los aumentos autorizados han sido los siguientes:

- a) En el art. 118 de la Ley de 31 de diciembre de 1946, el 40 % de la renta de 500 pesetas.
- b) Por Decreto de 17 de mayo de 1952, el 60 % de la renta de 500 pesetas.
- c) Por Decreto de 9 de abril de 1954, el 20 % de la renta de 500 pesetas.
- d) Por Decreto de 30 de noviembre de 1956, el 50 % sobre la renta que correspondiera pagar en 1.º de enero de 1942.
- e) El Decreto de 22 de julio de 1958, el 50 % sobre la misma renta que el anterior.
- f) El Decreto de 6 de septiembre de 1961, el 30 % sobre la renta legal, que, conforme dispuso el art. 95 del Decreto de 13 de abril de 1956, era la que se viniera percibiendo, con todos los incrementos legales, el día de la entrada en vigor del mismo.

Según lo expuesto, al local objeto de la consulta

le correspondería, en 1961, una renta determinada en la forma siguiente:

Renta inicial ... ..	500 pts.
40 % Decreto 31-XII-46...	200 "
60 % Decreto 17-V-52 ...	300 "
20 % Decreto 9-IV-54 ...	100 "
50 % Decreto 30-XI-56 ...	250 "
50 % Decreto 22-VII-58...	250 "
	<hr/>
	1.600 pts.
30% de las 1.600 pts. De-	
creto 6-IX-61 ... ..	480 "
	<hr/>
	2.080 pts.

Sobre esta cantidad de 2.080 pesetas ha de determinarse la revalorización establecida en el artículo 96 de la Ley de 24 de diciembre de 1964.

Como el contrato de arrendamiento que nos ocupa se concertó en el año 1931, el índice de revalorización fijado para este contrato es 3 y, por tanto, multiplicando la indicada cantidad de 2.080 pesetas por 3 obtendremos la cantidad de 6.240 pesetas, que será la renta mensual revalorizada, si se trata de población con un número de habitantes superior a 50.000. Si es inferior a 50.000 habitantes (no 100.000, como dice el consultante), se reducirá aquella renta en su 10 por 100.

Como, al parecer, el local sobre el que versa la consulta está sito en Salamanca, que tiene una población superior a los 50.000 habitantes, no hay que deducir, por este concepto, el indicado 10 por 100.

Resulta, pues, que la renta revalorizada es de 6.240 pesetas, y como la renta que satisfacía era de 2.224,50 pesetas, la diferencia entre ambas cantidades es el aumento de renta, como consecuencia de la revalorización. Es decir, que dicho aumento es de 4.015,50 pesetas.

Esta diferencia será percibida por el arrendador a razón de un 10 por 100 de dicha diferencia o incremento en cada semestre, a partir de 1 de enero de 1965.

En consecuencia, las rentas con su incremento que el arrendador ha podido percibir desde 1 de enero de 1965 son las siguientes:

De 1 de enero de 1965 a 30 de junio de 1965:  
 $2.224,50 + 401,55 = 2.626,05$  pesetas mensuales.

De 1 de julio de 1965 a 31 de diciembre de 1965:  
 $2.626,05 + 401,55 = 3.027,60$  pesetas mensuales.

De 1 de enero de 1966 a 30 de junio de 1966:  
 $3.027,60 + 401,55 = 3.429,15$  pesetas mensuales.

De 1 de julio de 1966 a 31 de diciembre de 1966:  
 $3.429,15 + 401,55 = 3.830,70$  pesetas mensuales.

De 1 de enero de 1967 a 30 de junio de 1967:  
 $3.830,70 + 401,55 = 4.232,25$  pesetas mensuales.

De 1 de julio de 1967 a 31 de diciembre de 1967:  
 $4.232,25 + 401,55 = 4.633,80$  pesetas mensuales.

De 1 de enero de 1968 a 30 de junio de 1968:  
 $4.633,80 + 401,55 = 5.035,35$  pesetas mensuales.

De 1 de julio de 1968 a 31 de diciembre de 1968:  
 $5.035,35 + 401,55 = 5.436,90$  pesetas mensuales.

De 1 de enero de 1969 a 30 de junio de 1969:  
 $5.436,90 + 401,55 = 5.838,45$  pesetas mensuales.

De 1 de julio de 1969 a 31 de diciembre de 1969:  
 $5.838,45 + 401,55 = 6.240$  pesetas mensuales.

Sin embargo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 6.º del Decreto-Ley número 15, de 27 de noviembre de 1967, prorrogado por el número 10, de 16 de agosto de 1968, ha quedado en suspenso la aplicación de los indicados aumentos, a partir del día 28 de noviembre de 1967, fecha en que se publicó aquel Decreto-Ley.

Por ello, entiendo que, a partir de 1 de enero de 1968, no puede percibir el 10 por 100 de aumento sucesivo correspondiente a la revalorización de la renta, hasta que se levante la suspensión decretada a que nos referimos anteriormente.

A juicio del que suscribe, la renta actual que puede percibirse es la de 4.633,80 pesetas, que es la que se tenía que estar percibiendo en noviembre de 1967, hasta que, una vez levantada la suspensión antes indicada, puedan continuar percibiendo en cada uno de los sucesivos semestres, respectivamente, el 10 por 100 de la revalorización hasta alcanzar el total de la renta revalorizada.

El artículo 101 de la Ley de Arrendamientos Urbanos dispone que la facultad del arrendador para elevar la renta podrá ejercitarla en cualquier tiempo, pero sin que en ningún caso la elevación tenga efecto retroactivo. Según éste, y habida cuenta de los términos de su consulta, el aumento correspondiente, por revalorización de la renta, podrá percibirlo desde 1 de enero del corriente año 1969, pero sin que pueda reclamar los aumentos que, a pesar de haberlos podido reclamar desde 1 de enero de 1965, no los ha percibido.

Por último, sobre la renta indicada, puede usted cobrar un 15 por 100 en virtud de lo dispuesto en el artículo 60 en relación con el 42, ambos de la Ley de Arrendamientos Urbanos.

En resumen, y concretándonos a los términos de su consulta, puede usted percibir en concepto de renta, por el local de negocio que nos ocupa, actualmente y a partir de 1 de enero de 1969, una renta revalorizada de 4.633,80 pesetas, más su 15 por 100, o sea 695 pesetas; en total, 5.328,80 pesetas.

Cuando se levante la suspensión acordada en los Decretos de 27 de noviembre de 1967 y 16 de agosto de 1968, podrá aumentar dicha renta por semestres en 401,55 pesetas mensuales, hasta llegar a la renta total revalorizada de 6.240 pesetas, a lo que puede añadir las 695 pesetas que representan el 15 por 100 de la renta que era aplicable cuando la subrogación del contrato en el actual arrendatario, heredero del anterior, tuvo lugar.

*Ildefonso Rebollo*

Abogado

5.429

**Reglamento del Instituto Nacional de Colonización.**

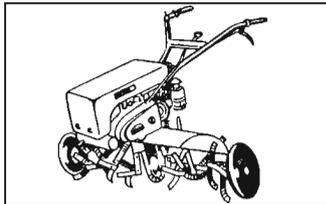
D. Gumersindo Cerezo. Imprenta-Librería. General Mola, 94-96. Logroño.

*Les agradecería me informaran dónde puedo adquirir el Reglamento del Instituto Nacional de Colonización.*

# A-H<sup>®</sup>

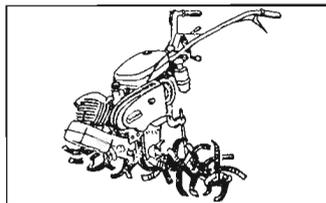
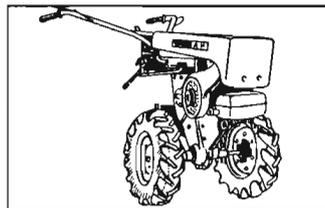
## SIMBOLO DE CALIDAD

### VIRGINIA AH



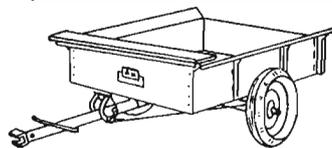
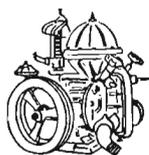
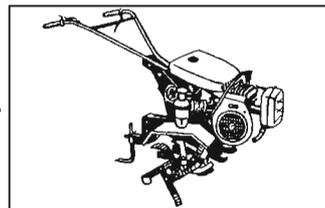
← C - 2070  
7 c. v. 2 velocidades  
Motor Villiers

C - 85  
7,5 c. v. 3 velocidades  
2 adelante y 1 atrás

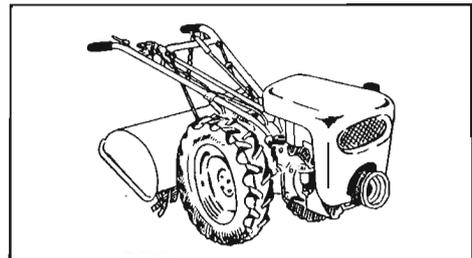


← C - 2070  
7 c. v. 2 velocidades  
Motor JLO 150 c. c.

C - 45  
4,5 c. v. 2 velocidades  
Motor JLO 98 c. c.

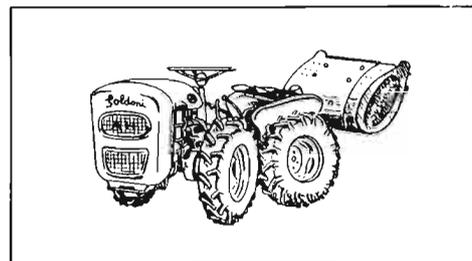


### AH GOLDONI



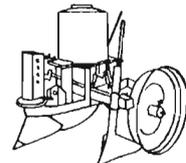
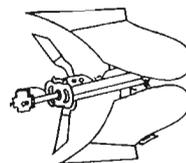
MOTOCULTORES

8 - 12 - 14 c. v.  
3 y 4 velocidades

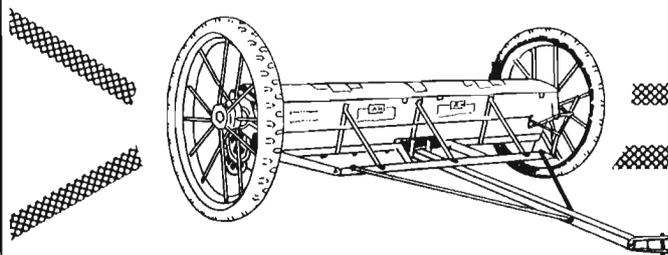


TRACTORES

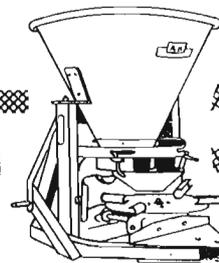
12 y 14 c. v.



### DISTRIBUIDORAS DE ABONO A-H



SISTEMA PLATILLOS



CENTRIFUGAS



ANDRES HERMANOS, S. A. - Vicente, 20 (Delicias) - ZARAGOZA

Le adjuntamos con la presente un folleto que contiene el Reglamento del Instituto Nacional de Colonización, según solicita en su consulta.

5.430

*Emilio Gómez Ayau*  
Dr. Ingeniero agrónomo

**Folleto del almendro y bibliografía sobre fruticultura.**

D. Manuel Sáenz Alonso, maestro nacional. Orillena (Huesca).

*Desearía tuvieran la amabilidad de enviarme un ejemplar del folleto "El almendro, su importancia y su cultivo en España".*

*Del mismo modo, me interesaría me proporcionaran, si les es posible, un índice o catálogo de publicaciones sobre árboles frutales.*

*Tengo gran interés por conocer un libro que trate del almendro, en sus aspectos económicos, resultado, etc.; es decir, que abarque todos sus aspectos. ¿Podrían aconsejarme alguno?*

1.º Por correo aparte se le remite, con carácter gratuito, un ejemplar del folleto del almendro solicitado.

2.º En cuanto al segundo apartado de su consulta, le transcribimos a continuación una bibliografía no completa, pero práctica y actualizada, la cual puede consultar y adquirir, si lo desea, en las librerías agrícolas:

Martínez Zaporta, F.: *Fruticultura*, 25 × 17,5 cm. 1003 págs. Ministerio de Agricultura. Madrid, 1964.

*Aspectos estructurales del sector frutícola en la provincia de Lérida*. 27 × 21 cm. 84 págs. Ministerio de Agricultura. Madrid, 1966.

Tabuena, M. C.: *Influencia del clima en plantaciones frutales*. 26,5 × 18 cm. 297 págs. Aula Dei. Zaragoza, 1965.

*Apuntes de fruticultura*. 24 × 16 cm. 213 págs. Ministerio de Agricultura. Madrid, 1967.

*Diez temas sobre frutales*. 167 págs. 21 × 14 cm. Pub. Capacitación Agraria. Madrid, 1968.

Cambra, M., y Cambra, R.: *Diseños de plantación y formación de árboles frutales*, 3.ª ed. 56 págs. 27 × 21 cm. Aula Dei. Zaragoza, 1966.

*Normas internacionales para frutos y productos hortícolas*. 206 págs. 22 × 16 cm. Pub. Capacitación Agraria, núm. 301. Madrid, 1965.

Mateo Box, J. M.: *El riego por aspersión en fruticultura*. 75 ptas. 22 × 16 cm. Capacitación Agraria, núm. 298. Madrid, 1965.

Alfaro, A., y otros: *Diez temas sobre plagas y enfermedades de los frutales*. 129 págs. 21 × 14 cm. Pub. Capacitación Agraria, núm. 323. Madrid, 1966.

Ruiz San Miguel, A.: *Carencias nutritivas en los frutales*. 69 págs. 19 × 12,5 cm. Publ. Capacitación Agraria, núm. 321. Madrid, 1966.

Santacana, J., y López, J. M.: *Precauciones en el uso de los productos fitosanitarios en los frutales*. 11 págs. 21 × 14 cm. Hoja divulgadora núm. 6. Madrid, 1966.

Cambra, R.: *Economía de la producción frutal*. 359 págs. 26 × 19 cm. Aula Dei. Zaragoza, 1966.

3.º Con respecto a publicación generalizada sobre el cultivo del almendro, puede serle útil la consulta de López Palazón, J.: *El almendro y su cultivo*, 2.ª edición. 175 págs. 19 × 13 cm. Ed. Mundi Prensa. Madrid, 1968.

5.431

*Cristóbal de la Puerta*  
Dr. Ingeniero agrónomo

**Construcción de almacén y bibliografía de atestados, denuncias, actas, etc.**

D. Ubaldo Rubio Bernal. Valtorres (Zaragoza).

1.º *Quiero hacer un local para almacenar frutas que sirva al mismo tiempo para la maquinaria, como almacén de la misma; para ello deseo me informen a dónde debo dirigirme para que me faciliten plano y presupuesto de la misma. Esta obra, por sus tres fachadas, da a tres calles, ¿podrían decirme qué metros debo dejar en cada calle?; la otra fachada da a un baldío que es de un señor; mi pregunta es: ¿dicho señor tiene derecho a ayudarme a la mitad de la pared, ya que serviría ésta de pared cuando llegue a edificar?*

2.º *Desearía me envíen bibliografía de cómo levantar un acta, hacer una denuncia, un atestado y cómo formalizar una solicitud, así como, cuando llegue el caso de un juicio, cómo actuar como testigo y defensor de mi propiedad.*

1.º Aunque existe gran restricción para esta clase de préstamos, podría solicitarlo del Instituto Nacional de Colonización, a no ser que esa zona estuviese declarada de Ordenación rural, en cuyo caso podría solventarlo mucho más directamente solicitándolo de la Ordenación.

En cuanto a la edificación, dentro del solar de su propiedad, no tiene más limitaciones que en las fachadas que no den a vía pública, o sea, las que tengan vecino, dejar dos metros para las vistas en los huecos respectivos, pues, de lo contrario, no puede abrir ninguno en su pared más que con unas ventanas para recibir luces a la altura de las carreras o inmediatas a los techos y de dimensiones de 30 centímetros en cuadro y, en todo caso, con reja de hierro remetida en la pared y con red de alambre, según el artículo 581 del Código Civil.

Al vecino no puede usted obligarle a que costee la mitad de la pared que construya, por ser medianera, ya que, si no quiere hacerlo, tiene usted que edificar en terreno propio y a su costa, y si quiere utilizarla algún día el vecino, tiene que pagarle a usted la mitad de lo que haya costado, según lo que dispone dicho Código Civil en sus artículos 571 y siguientes.

2.º Hay muchos manuales que pretenden servir para lo que desea el señor consultante, pero no todos recomendables.

Existe uno, muy amplio, de don M. García Corachán, de 1965, pero para usted quizá resulte demasiado amplio, porque tiene 1.586 páginas, y otro también muy amplio de los señores Broca-Majada; ambos se pueden adquirir en cualquier librería de Zaragoza o pidiéndolos a la Editorial Aranzadi, apartado 2 F. D., Pamplona.

5.432

Mauricio García Isidro  
Abogado

**Reglamentos de Servicios oficiales agrarios.**

D. I. Rogero Martín. Fuente de Santa Cruz (Segovia).

*Desearía adquirir los reglamentos de Concentración Parcelaria, de Ordenación Rural y del Servicio de Extensión Agraria y le ruego me comuniquen si por el Servicio de Publicaciones Agrícolas se ha editado algún folleto de dichos reglamentos, donde explicarán con claridad cuándo y por qué fueron creados y lo mismo respecto al Servicio de Colonización y Cámaras Agrícolas. Es decir, que yo quiero saber cuándo empezaron estos Servicios y una explicación clara de su función.*

Las Cámaras Oficiales Sindicales agrarias se crearon por el Decreto de 18 de abril de 1947, asumiendo las funciones hasta entonces encomendadas a las Cámaras Oficiales Agrícolas y a las Hermandades Provinciales del Campo, transformándose entonces el Consejo Superior de Cámaras Oficiales Agrícolas en Instituto de Estudios Agrarios.

La Orden de 8 de mayo de 1948 aprobó el Reglamento para la aplicación del Decreto anterior.

Posteriormente, el Decreto de 28 de enero de 1955 modificó el de 18 de abril de 1947.

Actualmente las Cámaras Oficiales Sindicales Agrarias (C. O. S. A.) dependen de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Agricultura, y dentro de ella, de la Sección de Relaciones con Organismos y Entidades Nacionales.

Adjunto se le remite un folleto, amablemente dirigido a nosotros por el I. N. C., sobre "fines y actividades" del Instituto Nacional de Colonización, que aclara la parte correspondiente de su consulta.

Por último, puede dirigirse a la Dirección General de Capacitación Agraria, Bravo Murillo, 101, Madrid, con el fin de solicitar los reglamentos y actividades del Servicio de Extensión Agraria.

Si estas contestaciones no satisfacen sus deseos, es posible que en la Sección de Publicaciones Agrarias, Secretaría General Técnica del Ministerio de Agricultura, puedan completarle cualquiera otra información detallada.

5.433

Redacción

**Despedregadoras para preparación del suelo.**

D. Angel Doria Esparza. Pamplona.

*Les agradecería me informen sobre marcas y dirección del distribuidor de máquinas despedregadoras para preparación del suelo, pues en la resolución de 10-VIII-68 de la Dirección General de Agricultura ("B. O. E." 28-VIII-68, núm. 207), sobre mecanización agrícola, se nombra esta clase de máquinas y no conozco ningún suministrador, estando verdaderamente necesitado de su adquisición.*

Entre las principales marcas de máquinas despedregadoras y despedregadoras-cargadoras se encuentran las siguientes:

Agrote: Agrotécnica, S. A. Rosario, 33. Teléfono 3129. Albacete.

Burba: Vicente Burguete Badenes. Paseo Morella, 42. Teléfono 216792. Castellón.

Fähse: Jorge E. Vey. Rodríguez Marín, 18. Teléfono 2610403. Madrid-2.

Johnn Deere: Johnn Deere Ibérica, S. A. Vereda de la Concepción, s/n. Teléfono 2951240. Getafe (Madrid).

Richard Continental: S. A. Maquinaria Agrícola Renault. Avda. de América, km. 5, Teléf. 2045945. Madrid-20 (Apart. de Correos 734).

Rambla: Julio Rambla Persiva. Gral. Aranda, 54. Torreblanca (Castellón).

Espero que le puedan ser útiles.

5.434

Ramón de la Serna  
Perito agrícola

**Créditos para mejoras.**

D. Ismael Giner Luz. Monóvar (Alicante).

*Me encuentro con la necesidad de construir en el campo corrales y cuadras, así como también comprar algunos animales de cría, para lo cual necesito recurrir al Instituto Nacional de Colonización o a cualquier otra entidad donde me puedan prestar el dinero. Es por lo que espero me contesten indicándome a cual Entidad o Instituto debo dirigirme y cómo debo de formular la petición.*

Le aconsejamos que se dirija al Instituto Nacional de Colonización, Sección de Mejoras de Interés Local, en su oficina central de Madrid, avenida del Generalísimo, 2, o bien a su delegación en Alicante, Méndez Núñez, 45, 10.º Si le es más factible, puede dirigirse a la Jefatura Agronómica de Alicante, Teniente Alvarez Soto, 1, 4.º En cualquier dependencia le facilitarán formularios o impresos para formular la petición oficial y concreta que desee y los detalles y posibilidades de la misma.

5.435

Redacción

**Almanaque agrícola «Ceres».**

D. José Luis Blasco Blasco. Fernández de los Ríos, 71. Madrid-15.

*Desearía conocer información sobre la publicación Almanaque Agrícola "Ceres" 1969, cuya reseña he leído en la sección bibliográfica de la revista AGRICULTURA, núm. 440, diciembre de 1968.*

*Especialmente desearía conocer:*

- a) *Organismo o entidad que lo publica.*
- b) *Precio o condiciones.*
- c) *Lugar y pasos necesarios para poder adquirirlo.*

a) Este almanaque se publica y edita por la revista *Ceres*.

b) El precio del correspondiente al año actual es de 60 pesetas.

c) Puede dirigirse a la dirección y administración de la citada revista, con domicilio en avenida del General Franco, 2, apartado 270, Valladolid, donde atenderán su petición.

5.436

Redacción

**Explotación de visones.**

Cooperativa del Campo Católica. Villalán de Campos (Valladolid).

*Un socio de esta Cooperativa desea poner una explotación de visón. Como somos desconocedores de dicha materia, recurrimos ante ustedes con el ruego de que nos den una aclaración lo más amplia y concreta posible.*

*Posible petición de permiso a algún organismo del Estado; si el establo ha de ser en apartamentos por parejas, de ladrillo, cemento o jaulas de hierro; precio que costará por pareja; alimentación que necesitan; tiempo que interesaría tenerles; higiene y renta que se podría obtener por pareja, etc.*

Su consulta respecto al visón tiene un carácter muy amplio. Es, por así decirlo, todo un proyecto de explotación agropecuaria. No obstante y a título de una primera orientación, le remito las siguientes consideraciones:

**Criadero y jaulas.**—Un criadero debe estar bien concebido y partir de animales seleccionados para el fin perseguido.

Los animales de cría deben colocarse en jaulas individuales. Los criaderos tienen dos tipos de nidos: las jaulas de reproductores y las de los destinados a la matanza para la obtención de sus pieles. El conjunto de jaulas puede disponerse en hangares.

Dimensiones: A título de orientación, transcribimos las relativas a jaula con nido, en madera maciza de 24 mm.:

Dimensiones del nido ... ..	40 × 33 cm.
Dimensiones del corredor interior .	12 cm.
Gran altura ... ..	45 "
Pequeña altura ... ..	35 "

**Alimentación.**—El alimento base está constituido en gran parte por carne de escuadría, sangre, hígados, panza, entrañas de pollos o pescado invendidos. Esto se complementa con algún cereal, verdura y leche.

En zonas donde lo tienen a mano, la base alimenticia es el pescado.

El conjunto de productos se prepara con una trituradora, obteniéndose un cebo homogéneo que se distribuye una vez por día a los animales, dejando la ración en la parte superior enrejada de la jaula. El visón como de 150 a 400 gramos por día, según temporada, sexo, raza, etc.

**Reproductores.**—Para la elección de los animales reproductores se tendrá en cuenta que las hembras sean finas, largas, con hocico puntiagudo, tranquilas y poco salvajes. El macho deberá tener cabeza redonda y será lo más grueso posible.

**Explotación.**—Los acoplamientos se localizan en primeros de marzo hasta fines del mismo mes. A los cincuenta días las hembras dan a luz. La madre en estas condiciones no admite presencias extrañas ni ruidos. Los hijos salen del nido a las cuatro o cinco semanas. A primeros de julio se retiran de la madre y pasan a jaulas individuales. A los seis o siete meses son seleccionados para el aprovechamiento de sus pieles. Se desollan como los conejos y las pieles son puestas a secar a pleno aire.

El aislamiento y corto tiempo de permanencia de los animales en la explotación da lugar a escasas pérdidas por enfermedad; no obstante, en una explotación racionalmente concebida deberán adoptarse las medidas profilácticas convenientes.

**Genética.**—El aspecto genético y de mejora es otro capítulo importante, pero de momento no afecta al debutante en tales menesteres, sino que debe limitarse a una cuidadosa elección de sus reproductores iniciales, con vistas a su mercado, y un elemental trabajo de conservación de las características deseadas.

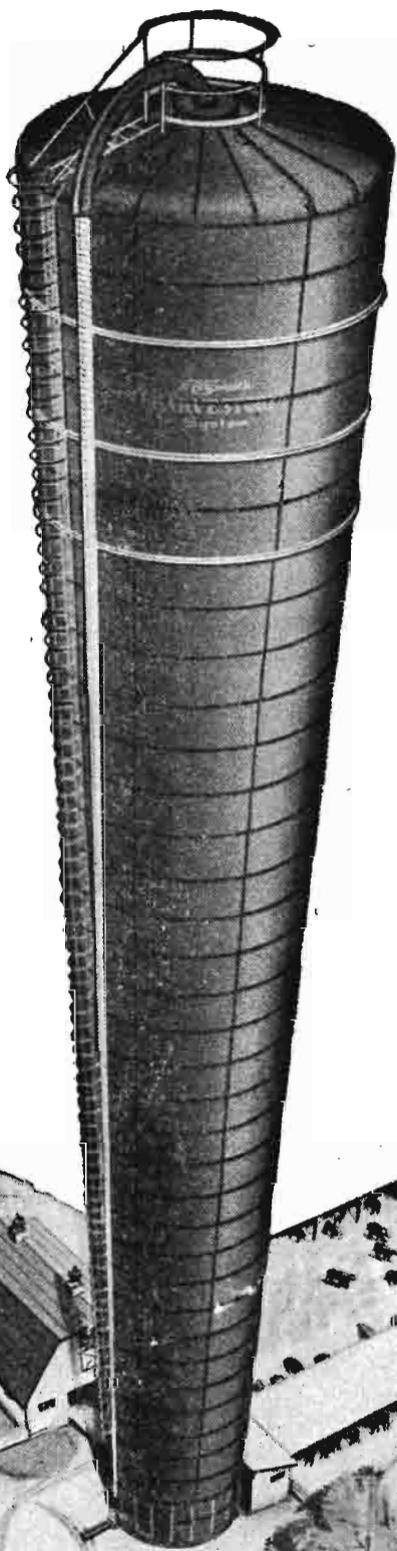
**Economía de la explotación.**—Se trata de una empresa que requiere ciertamente algo de capital inicial, pero considerando un promedio de cuatro crías anuales por hembra y que los precios de las pieles presentan bastante estabilidad, puede emprenderse la explotación con cierto optimismo.

Antes de los sacrificios, a finales de noviembre, se encuentran visones vivos en los criaderos al precio de las pieles. Debe cuidarse la elección. Los precios oscilan mucho según la clase de los animales; por ejemplo, en la campaña de 1958-59, los precios por pareja variaban entre 2.000 y 15.000 pesetas.

Manuel Capdevila Moret

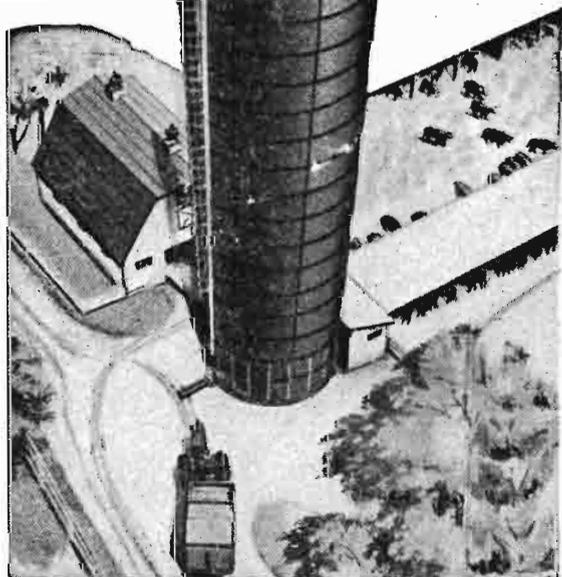
Perito agrícola

5.437



# Así ve el empresario el HARVESTORE!

Este revolucionario instrumento de producción, utilizado para granolado de mazorca de maíz, puede ser amortizado al **100%** en un año, en manos de un hábil empresario.



Le remitiremos material ilustrativo y lista de referencias si nos remite este recorte.

De Harvestore  De riego por aspersión

NOMBRE:

DIRECCION:

Pegue este recorte en una tarjeta postal.  
Marque con una cruz lo deseado.



# MANNESMANN

AGROTECNICA, S. A.

ASPERSION Y HARVESTORE

Velázquez, 101, 2.º - Teléf. provisional 261 59 82 - M A D R I D - 6



# libros y revistas

## BIBLIOGRAFIA

*El mercado del tomate fresco español. Situación y perspectivas.* M. MUT CATALÁ y F. DE ARIETA G. TABLAS. 204 págs. Centro de Investigación y Desarrollo Agrario del Ebro. Zaragoza, 1969.

Entre las actividades del Centro de Investigación y Desarrollo Agrario del Ebro destacan por su importancia los cursos y seminarios

para postgraduados que se celebran todos los años y a los cuales acuden titulados de distintas Facultades Universitarias y Escuelas de grado Superior o Medio. Uno de los seminarios que se vienen organizando regularmente es el correspondiente a "Análisis de Mercados Agrarios"; en el seno de este seminario se constituyen grupos de trabajo que se dedican a analizar el mercado de un determinado producto. El profesor Busch de Hannover es el director del seminario y actúa como coordinador el doctor ingeniero agrónomo Miguel Mut, con la ayuda del perito agrícola Fernando de Arieta.

Fruto de estos seminarios, y concretamente del celebrado en septiembre de 1967, es la publicación que comentamos. Este es el primero de una serie de estudios de mercado que irán apareciendo según anuncia en la presentación el coordinador general del Centro. Felicitamos sinceramente al Centro, y en especial a su departamento de Desarrollo, por esta iniciativa que viene a cubrir un sector de los estudios económico-agrarios, que hasta ahora había sido poco estudiado por los distintos centros que se ocupan o que deberían ocuparse de aquellos estudios.

En el presente análisis del mercado del tomate destaca la gran abundancia de datos estadísticos referentes a producciones, comercio interior y exterior, precios, etc., no solamente referentes a nuestro país, sino también a otros países, y particularmente a los europeos. Aparte de los cuadros estadísticos que figuran en el texto general, figura un extenso anejo estadístico en el cual se han recogido los indicados datos procedentes de fuentes diversas.

No se pretende, tal como es indicado en la introducción, un estudio completo del mercado del tomate; es simplemente un paso previo.

Los datos estadísticos son analizados fundamen-

talmente por dos métodos: el de *tendencias*, que sirve para estudiar la evolución de las distintas magnitudes económicas en un periodo correspondiente a los últimos años, y el de *índices estacionales*, que permite estudiar la estacionalidad de las mismas o de otras magnitudes dentro del año y campaña. Estos dos métodos permiten individualizar la estructura del mercado interior y exterior de nuestro tomate y sacar conclusiones respecto a un futuro a medio plazo. Entre las conclusiones expuestas por los autores destaca la referente a la posibilidad de aumento de la producción de tomate extratemprano y tardío de invierno, manteniéndose la producción de tomate de verano; la expansión de la producción total será a un ritmo menos pronunciado que el actual. No cabe esperar un aumento considerable de nuestras exportaciones de invierno, existiendo ciertas posibilidades de aumento en nuestras exportaciones de tomate extratemprano.

Esperamos que el Centro del Ebro siga la recta emprendida con este estudio y que en un futuro próximo saque a la luz otros estudios, pero también esperamos que no se limiten a un paso previo, sino que se ocupen de hacer "estudios completos", ya que estamos seguros de que el personal de que dispone el Centro está perfectamente capacitado para ello.—P. C.

### BIBLIOGRAFIA SOBRE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGRARIOS

Ofrecemos a continuación una relación de publicaciones relacionadas con la comercialización de productos agrarios. Además de las editadas en España, indicamos algunas publicaciones de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (F. A. O.) y de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (O. C. D. E.), así como algunas obras básicas de autores norteamericanos.

*Boletín de Estudios Económicos.* Núm. 71. Mayo-agosto 1967. Número dedicado a la comercialización agraria.

*Código Alimentario Español.* "Boletín Oficial del Esado". Decreto 2.484/1967 de la Presidencia del Gobierno. Madrid, 1967.

*Marketing of Agricultural Products.* BRUNK, M. E., y DARRAH, L. B. The Ronald Press Company. New York, 1955.

*Conferencias del Curso de Enseñanza Superior Hortofrutícola.* BUSCH, W., y otros. Parte Económica. Tomo I. Centro de Desarrollo Agrario del Ebro. Zaragoza, 1964.

*Comercialización y transformación de productos agrarios.* Comisaría del Plan de Desarrollo Económico. Comisión de Agricultura. Madrid, 1964.

*Problemas de la comercialización y medidas para mejorarla.* F. A. O. Guía de comercialización número 1. Roma, 1957.

*Comercialización de frutas y hortalizas.* F. A. O. Guía de comercialización número 2. Roma, 1958.

*La comercialización del ganado y de la carne.* Guía de comercialización número 3. Roma, 1960.

*La comercialización de los huevos y de las aves de corral.* F. A. O. Guía de comercialización número 4. Roma, 1961.

*Información Comercial Española.* Marzo 1967. Número dedicado a la Agricultura, con varios artículos sobre comercialización agraria.

*Marketing of Agricultural Products.* KOHLS, R. L. Mac Millan Company. New York, 1961.

*El frío en la conservación de productos perecederos.* Ministerio de Agricultura. Madrid, 1964.

*Normas internacionales para frutas y productos horticolas.* Ministerio de Agricultura. Manuales Técnicos. Serie D, núm. 31. Madrid, 1965.

*Algunos aspectos de la comercialización de frutas y hortalizas en España.* Ministerio de Agricultura. Madrid, 1966.

*Estudio de mercadeo de naranja y mandarina para la zona de producción de Valencia y Castellón y zona de consumo de Madrid.* Ministerio de Agricultura. Madrid, 1967.

*El mercado del tomate fresco español.* MUT CATALÁ, M., y ARIETA, F. DE. Centro de Investigación y Desarrollo Agrario del Ebro. Zaragoza, 1969.

*Estudio sobre el costo de producción y comercialización de naranjas y mandarinas.* NOSTI NAVA, J., y VIDAL HOSPITAL, M. Ministerio de Agricultura. Madrid, 1967.

*Marges de commercialisation pour les oeufs dans les pays de l'O. E. C. E. O. E. C. E.* Documentation dans l'agriculture et l'alimentation núm. 16. París, 1959.

*Marges de commercialisation pour le lait et les produits laitiers dans les pays de l'O. E. C. E. O. E. C. E.* Doc. Agr. Alim. núm. 24. París, 1960.

*Normalisation des emballages en bois pour fruits et legumes.* O. E. C. E. Doc. Agr. Alim. núm. 25. París, 1960.

*Catalogue des types dimensionnels d'emballages en bois pour fruits et legumes utilisés en Europe.* O. E. C. E. Doc. Agr. Alim. núm. 33. París, 1961.

*Organisation des marchés de gros de la viande en Europe.* O. C. D. E. Doc. Agr. Alim. núm. 42. París, 1961.

*Classification des viandes dans les pays membres*

*de l'O. C. D. E. O. C. D. E.* Doc. Agr. Alim. núm. 43. París, 1961.

*Organisation et structure du marché du lait dans les pays membres de l'O. C. D. E. O. C. D. E.* Doc. Agr. Alim. núm. 55. París, 1962.

*Enquete sur l'organisation de la vente des volailles et in particulier des poulets a rotir.* O. C. D. E. Doc. Agr. Alim. núm. 58. París, 1962.

*Incidences économiques du pre-emballage de la viande fraiche dans les pays membres de l'O. C. D. E. O. C. D. E.* Doc. Agr. Alim. núm. 68. París, 1964.

*Normalisation internationale des emballages des fruits et legumes.* O. C. D. E. Doc. Agr. Alim. número 85. París, 1966.

*Connaissance des marchés et vulgarisation agricole.* O. C. D. E. Doc. Agr. Alim. núm. 87. París, 1967.

*Conferencias del Curso de Enseñanza Superior Hortofrutícola.* OSTENDORF, H. D. Parte Económica. Tomo III. Centro de Desarrollo Agrario del Ebro. Zaragoza, 1967.

*Marketing Farm. Products.* SHEPHERD, GEOFFREY S. Traducción española. Compañía Editorial Continental, S. A. México, 1964.

*Agricultural Marketing.* THOMSEN, F. L. Mc Graw-Hill Book Company. New York, 1961.

*Los Supermercados.* ZIMMERMANN, M. M. Ediciones Rialp, S. A. Madrid, 1961.

## PUBLICACIONES DE CAPACITACION AGRARIA SERIE TECNICA

### Serie Técnica

*Pequeñas herramientas de mano,* por CÉSAR FALLOLA. S. T., núm. 27. 55 págs. 15 ptas. Madrid, 1968.

*La electricidad en el hogar,* por VICENTE MÉNDEZ CÁNOVAS. S. T., núm. 29. 32 págs. 10 ptas. Madrid, 1968.

*Fichas técnicas de construcciones ganaderas.* Serie Técnica, núm. 34. 135 págs. 50 ptas.

*Nuestros árboles forestales,* por J. M. FERRER y M. RODRÍGUEZ DE LA RUBIA. S. T., núm. 33. 127 páginas. 40 ptas. Madrid, 1968.

*Los prados, remedio contra la erosión,* por JOAQUÍN G. DE AZCÁRATE. S. T., núm. 32. 41 págs. 12 pesetas. Madrid, 1968.

*El chirimoyo,* por MIGUEL CERVANTES. S. T., número 31. 42 págs. 15 ptas. Madrid, 1968.

*La tristeza de los agrios,* por SILVERIO PLANES y EUSEBIO GONZÁLEZ-SICILIA. S. T., núm. 30. 32 páginas. 12 ptas. Madrid, 1968.

*El cártamo,* por MANUEL GADEA. S. T., núm. 28. 32 págs. 15 ptas. Madrid, 1968.

*El ordeño,* por varios autores. S. T., núm. 26. 62 páginas. 18 ptas. Madrid, 1968.