

ANOMALIAS EN EL MERCADO DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

Por
MIGUEL SALVADOR CAJA

SUMARIO :

1. MERCADO EN GENERAL: I. *Existencia de las anomalías*. II. *Concepto*.—
2. MERCADOS EN PARTICULAR: I. *Plan*. II. *Frutas y hortalizas*. A) Gravedad de su anómala comercialización. B) Ventas en origen para el consumo interior. C) Ventas en origen para la exportación y la industrialización. D) Intermediarios. E) Comercio al detalle. F) Comercio de exportación. G) Transporte y almacenamiento. H) Impuestos. I) Anomalías en otros países. J) Repercusión de las anomalías. K) Consumo y producción. L) Mercados peculiares y afines. III. *Animales y productos pecuarios perecederos*. A) Ganados, carne y pieles. B) Leche y productos lácteos. C) Animales de corral, caza y huevos. IV. *Productos industrializables*. A) Clases. B) Perecederos. C) Textiles. V. *Productos forestales y espontáneos*. VI. *Granos*. A) Generalidades. B) Trigo. C) Cereales diversos y legumbres secas. D) Arroz. VII. *Frutos secos y desecados*. VIII. *Productos mixtos*. A) Concepto y características. B) Uva y vino. C) Aceituna y aceite.

1. MERCADO EN GENERAL

I. Entre los estudios de economía agraria ocupan los relacionados con el mercado una posición cada vez más relevante (1). También, al tratar de temas más generales, se alude con frecuencia al mercado de productos agropecuarios. Se dice que hay que «perfeccionar los métodos y la organización de la comercialización» de los productos del campo (2), con lo cual, cuando no cla-

Existencia de las anomalías.

(1) Cfr. POPPE LOPES CARDOSO, Antonio: *A estabilização dos mercados agrícolas e a organização da produção (O Mercado de Frutas e Legumes)*, Lisboa, 1961; pág. 1. Véase también CASTRO RODRIGUEZ, Leandro: *Importancia de la comercialización de los productos agrarios*, REVISTA DE ESTUDIOS AGRO-SOCIALES, Madrid, julio-septiembre 1961; páginas 99 y sigs.

(2) ABBOTT, J. C.: *Problemas de la comercialización y medidas para mejorarla*. F. A. O. Roma, 1958; pág. 5.

ramente (3), por lo menos implícitamente (4), se afirma la existencia de defectos o anomalías en el mercado de dichos productos.

Las anomalías comienzan en la finca y continúan en todas las etapas del circuito de distribución (5), siendo diferentes para cada producto o grupo de productos y según el destino de éstos (6). Como para corregirlas es preciso conocerlas, hemos considerado conveniente realizar el estudio que ofrecemos a continuación. En él se señalan los defectos de comercialización de las diferentes clases de productos agrarios. No se estudian, pues, los mercados perfectos o que, por lo menos, se desenvuelven normalmente, sino aquellos (que son la mayor parte) en los que se registran o se han registrado, aunque actualmente hayan desaparecido, irregularidades o anomalías. Por otra parte, no se exponen todas las características de cada uno de los mercados estudiados, sino sólo los más importantes defectos o anomalías, omitiendo, generalmente, los aspectos perfectos o ideales que puedan existir en ellos, aunque se aluda alguna vez a dichos aspectos como contraste con las imperfecciones.

Concepto.

II. Son anomalías del mercado de productos agrícolas los defectos de éste no debidos a características del producto o de su cultivo, y corregibles por lo tanto. No podrán, pues, ser consideradas como anomalías las diferencias que en cuanto a almacenamiento y regularización de la oferta existen entre el trigo y los albaricoques, por ejemplo. Pero existen, sin embargo, muchas más anomalías, aun de las corregibles o propiamente dichas, en el mercado de los productos fácilmente perecederos, que en el de los que se conservan por mucho tiempo. Esto obedece, sin duda, a la dificultad de satisfacer debidamente las complicadas exigencias de la comercialización de los primeros, lo que da lugar a

(3) "Beaucoup de nos marchés sont anarchiques, insuffisamment équipés et rationalisés, entraînant des frais de distribution disproportionnés", dice concretamente DROGAT, N. S. J.: *L'Eglise et le monde rural*, Paris, 1958; pág. 50. Véase también HOANS, Bernardino C.: *Comercialización de los productos agropecuarios*, Buenos Aires, 1947. Este agrarista argentino también denuncia claramente graves anomalías, especialmente en las páginas 12 y sigs. Y de desequilibrios e irregularidades había igualmente POPPE LÓPEZ CARDOSO: Trabajo cit.; págs. 1 y 2.

(4) Por ejemplo, S. S. Juan XXIII en la Encíclica *Mater et Magistra*, al referirse a la agricultura. Cfr. el texto publicado en *Ecclesia*, Madrid, 22 de julio de 1961.

(5) Cfr. ANSORR: Obra cit.; pág. 6.

(6) No todos los productos agrícolas ofrecen las mismas características. Teniendo en cuenta las diversas peculiaridades que influyen en su comercialización, son aquéllos: muy perecederos o poco perecederos, de ciclo corto de producción o de ciclo largo, exportables o no, e industrializables o no. Algunos autores hacen otras distinciones. Véase la clasificación de BANDINI, Mario: *Economía Agraria*, Torino, 1959; págs. 368 y siguientes. Y la de SORBI, U.: "Aspetti e possibilità della commercializzazione dei prodotti agricoli", *Rivista di Economia Agraria*, IV Fascicolo, Milano, 1961; págs. 45 y 46. Otro autor italiano hace una distinción en relación con el transporte. Véase SERPIERI, Arrigo: *Istituzioni di Economia Agraria*, 2.ª edizione, Bologna, 1950; pág. 136, nota 1.

que no se corrijan en el momento oportuno defectos que multiplicándose originan otras anomalías, las cuales pueden acarrear la desorganización y el caos del mercado, con la pérdida total del producto y de su valor; mientras que el mercado de los poco perecederos se semiordena él solo, ya que si nadie interviene, mejor o peor comercializado el producto, termina por venderse, que es el fin perseguido.

2. MERCADOS EN PARTICULAR

I. Empezaremos por exponer, puesto que son más numerosas y tienen más importancia, las anomalías del mercado de los productos más perecederos; expondremos después las del mercado de los que lo son menos, para acabar refiriéndonos a las anomalías, si las hay, observadas en el de los productos agrícolas más resistentes. Sin embargo, no seguiremos tal plan con un rigor absoluto, pues en ciertos casos agruparemos el estudio de las anomalías observadas en el mercado de los diversos productos en atención a otras afinidades existentes entre ellos. Y aunque lo que más nos importe sea el mercado español, aludiremos también a las anomalías más destacadas de los mercados de productos agropecuarios de otros países.

Plan.

II. A) El mercado de frutas y hortalizas es, conforme a lo que llevamos dicho, el más anómalo de todos los mercados de productos agrícolas. Esto ha sido motivo de preocupación y estudio, lo mismo en España (7) que en el extranjero (8), habiéndose, igualmente, ocupado de ello organizaciones internacionales

Frutas y hortalizas. Gravedad de su anómala comercialización.

(7) Véanse: Consejo Económico Sindical Nacional: "Conclusiones del IX Pleno", *De Economía* (Revista de temas económicos), Madrid, noviembre-diciembre 1957; págs. 679, 685, 686 y 698. Y Consejo Social de la Organización Sindical Española, *Campo*, vol. I, Madrid, 1959; págs. 76, 77, 84 y sigs.

(8) En Italia véase sobre el tema: UGOLINI, Piero: "L'eterno problema della nostra ortofruticoltura", *Agricoltura*, Roma, giugno 1958; págs. 34 y sig. Y *Candido*, Roma, 19 agosto 1961, 23 agosto 1961, 24 settembre 1961.

Respecto a Francia véanse: DROGAT: Obra y loc. cit. GOISLARD, Paul Henry: "Il faut reorganiser le marché des fruits et des légumes", *L'Agriculture Française*, Paris, septembre 1957; págs. 401 y 402. Y de la prensa diaria, *La Croix*, Paris, 3 de octubre de 1960.

En Portugal aborda el problema el trabajo ya citado (Cfr. nota 1) de POPPE LOPES CARDOSO (del Centro de Estudos de Economia Agraria da Fundação Calouste Gulbenkian). Y con especial consideración de las frutas frescas, el muy completo estudio de GREGORIO PINTO, J. A.: "Considerações tecnico-económicas sobre a produção-distribuição de frutas frescas". *Boletim da Junta Nacional das Frutas*, ano XX, Lisboa, 1960; págs. 15 y sigs.

Véase, con relación a los Estados Unidos: BENNETT, Murray R., y STINE, Oscar C., *The Agricultural Commodity Programs. Two decades of experience*, New York, 1956. Esta obra trata de la cuestión bajo el epígrafe "Marketing Agreements: Fruits and Vegetables"; págs. 368 y sigs.

como la O. E. C. E. (hoy O. C. D. E.) (9) y la C. E. A. (10), así como reuniones también de carácter internacional (11). Concretamente, en España la comercialización de dichos productos ofrece las particularidades que vamos a señalar.

Ventas
en origen
para el
consumo
interior.

B) Cuando se trata de frutos con destino al mercado interior, para su consumo en fresco, las ventas en origen se realizan de este modo: El agricultor espera que acudan a su finca los compradores para venderles, bien la cosecha en pie, o el fruto en el árbol, por un tanto alzado; o bien a un tanto la unidad de peso; o, más raramente, para ciertos productos, a un tanto el ejemplar o un número de ejemplares igual a un múltiplo de la unidad (docena, ciento, etc.). Los compradores unas veces no acuden y otras no llegan a tiempo, perdiéndose los productos; y otras veces, aquéllos (que suelen ser transportistas a un tiempo), aprovechándose de la competitiva atomización de la oferta, cargan sus camiones donde encuentran los productos a más bajo precio, con el mismo resultado desastroso para los que no logran vender los suyos. Si el cosechero no quiere esperar, o desiste de la espera antes de que se estropeen los frutos, envía éstos a un asentador, bien del mercado local o bien de algún gran centro de consumo. En el primer caso los vende mal, si logra venderlos, a causa de la poca absorción del mercado y de la lógica abundancia en él del mismo producto. El segundo supuesto equivale a dar un salto en la oscuridad, pues, por su desconocimiento absoluto de la si-

(9) Véase el volumen, publicado por la Agencia Europea de Productividad, *Organisation du marché des fruits et légumes en Europe*, París, 1956. Y como suplementos, también de la A. E. P. (O. E. C. E.): *Organisation du marché des fruits et légumes en Yougoslavie*, París, 1959; y *Organisation du marché des fruits et légumes en Espagne et en Turquie*, París, 1960.

(10) En la XII Asamblea General de la Confederación Europea de la Agricultura (reunida en Bruselas durante los días 22 al 27 de agosto de 1960), una de las ponencias de la "VI Comisión.—Frutas, legumbres y otros cultivos especiales", a cargo de J. Gutiérrez Cano (España) y R. Wolff (Alemania), versó sobre el tema *Los métodos utilizados en Europa para la comercialización de frutas y legumbres*. Sus conclusiones mantienen la continuidad con la resolución aprobada anteriormente por la Asamblea General reunida en Palermo en 1959. También en la XIII Asamblea de la misma Organización (reunida en Baden-Baden del 23 al 28 de octubre de 1961), las ponencias de la VI Comisión trataron de las ventajas e inconvenientes de la venta a comisión de estos productos (ponentes: Dettner, de Alemania, e Iglesias, de España) y de la organización de los mercados (ponente: Margotti, de Italia). Y en la últimamente reunida en Madrid (del 8 al 13 de octubre de 1962) se insistió en temas afines, versando las ponencias de la citada Comisión sobre la fijación de precios mínimos (Caprio, de Italia) y los efectos sobre la producción de los nuevos métodos de comercialización (Kemmers, de Holanda).

(11) Entre otras, las celebradas para estudiar los problemas de la producción y comercialización de los productos hortofrutícolas de los países de la cuenca mediterránea: en 1959, en Marsella; en septiembre de 1960, en Bari, y a fines de noviembre de 1962, en Matera (Italia). También los coloquios internacionales de Ferrara sobre la comercialización de la fruta: El I, que tuvo lugar los días 15 y 16 de octubre de 1960, y cuyas conclusiones pueden verse en *L'Italia Agricola*, Roma, ottobre 1960; pág. VIII. Y el II en los días 7 y 8 de octubre de 1961, y al que se refiere *Agricoltura*, Roma, noviembre 1961; pág. 3. Y la "Reunión de expertos sobre la venta al detalle de frutas y hortalizas", tenida en Lausana en 1960.

tuación del mercado (12), el productor obra como un ciego que ofrece en la calle una mercancía a compradores que no sabe si existen o en qué lugar se encuentran (13). La operación resulta un verdadero juego de azar, ya que unas veces el productor tiene que poner dinero encima, por importar más los gastos que la suma obtenida por la mercancía, y otras veces consigue ganancias fabulosas; en ambos casos sin saber por qué (14).

Cuando el agricultor desconfía de los intermediarios y, además, cuenta con medios para ello, coge un camión y va él mismo a vender sus frutos. Esto tiene la ventaja de que si en el primer mercado no le ofrecen un precio aceptable puede recorrer varios hasta conseguirlo; pero la busca de compradores suele convertirse también en un juego de azar, debido a la falta de información; y el aumento de gastos, más el daño de la mercancía que el prolongado transporte implica, a veces hace la operación ruinosa.

(12) "Il n'existe aucun service officiel qui fournisse des renseignements sur les prix, les mouvements des marchandises et les tendances du marché". *Organisation du marché des fruits et légumes en Espagne...* (ya cit.), pág. 39. Es cierto, y así se reconoce en el mismo lugar, que el Ayuntamiento de Madrid y los de otras ciudades importantes publican boletines con las cotizaciones alcanzadas por las diversas especies ofrecidas a la venta, pero, aparte de que éstos, y otros que difunden los asentadores, raramente llegan a los productores, no existe, por lo demás, información alguna acerca del movimiento de productos y de las tendencias del mercado.

(13) Es curiosa la opinión de Bandini, el cual considera, con infundado optimismo, que la falta de rápidas informaciones sobre la marcha de los mercados y de los precios es cosa de otros tiempos, no afectando ya a los agricultores, pues hoy, con el gran desarrollo de las comunicaciones (teléfono, prensa, radio, etc.), incluso en el campo, éstos se informan de precios y mercados continuamente (Obra cit.; pág. 365). Sin embargo, y por desgracia, aunque existan los medios técnicos, falta la organización perfecta que recoja, ordene y facilite las informaciones. Y esto no sólo en España, sino también, por lo menos hasta fecha reciente, en Italia; pues, según una fuente digna del mayor crédito, aunque el servicio de informes sobre los mercados extranjeros es particularmente eficiente, las informaciones comerciales "relatives au marché national sont encore très limitées, surtout en ce qui concerne les marchés de production. Les marchés de gros des centres de consommation publient chaque jour des bulletins officiels des prix, divulgués essentiellement dans les centres d'opération". *Organisation du marché des fruits et légumes en Europe* (ya cit.), pág. 170. O sea una situación muy parecida a la de nuestro país.

(14) Citaremos un ejemplo harto significativo. Un fruticultor se quejaba de que habiendo mandado a un asentador de Madrid unas remesas de fruta que le fueron liquidadas a un precio de más del doble del corriente en el mercado local, se animó y le hizo nuevas remesas, pero en éstas no sólo no realizó el gran negocio que esperaba, sino que llegó hasta tener que poner dinero encima. No se explicaba el porqué de este resultado tan contradictorio; no veía la lógica ni del fabuloso negocio primero ni del rotundo fracaso posterior. Hemos consultado las estadísticas del Ayuntamiento de Madrid sobre los géneros introducidos en el Mercado Central de Frutas y Verduras, y, con las facturas de nuestro fruticultor en la mano, resulta:

Que el día que alcanzó su fruta la máxima cotización entraron en el Mercado de Legazpi sólo 400 kilos de esa especie, ascendiendo a la cifra de 390.440 kilos el total de todas las especies de fruta llegadas al mismo. Que el día del fracaso rotundo entraron en el citado Mercado Central 93.920 kilos de la misma especie, de una cifra global de 461.640 kilos de fruta introducidos en él. Que al cosechar el mencionado fruticultor las variedades tardías de la misma especie de fruta, y escarmentado por el fracaso anterior, se abstuvo de enviarla a Madrid, colocándola en el mercado local, a pesar de las bajísimas cotizaciones de éste, saturado de mercancía. Que no hubiera hecho tal cosa de haber sabido que de dicha especie de fruta, cuya cifra máxima de entrada llegó hasta 229.570 kilos al día de las variedades tempranas, sólo entraron después en Legazpi cantidades comprendidas entre 160 kilos (cifra mínima del mes) y 11.100 kilos (cifra máxima), que fueron vendidas a buenos precios.

Este ejemplo nos demuestra la utilidad de la información y, en general, de todos los medios que contribuyen a crear el factor ideal de la transparencia del mercado.

Ventas
en origen
para la
exportación
y la
industrialización.

C) En la venta por el productor de los frutos destinados a la exportación en fresco, o después de una elaboración más o menos complicada, son menores las anomalías, pues los exportadores y fabricantes de conservas, o los intermediarios que abastecen a éstos, suelen realizar sus compras sobre el terreno, incluso antes de que maduren los frutos, instalándose también básculas de recepción en fábricas y almacenes, a las que, al precio fijado por el comprador, pueden llevar sus frutos los cosecheros. No obstante, en determinadas zonas los dueños de nuevos cultivos o plantaciones encuentran dificultades para entrar en el engranaje del mercado.

Mas las mayores anomalías se registran cuando se trata de frutos perecederos industrializables, pero no exportables (o de exportación limitada), y que a la vez son de ciclo largo (15). Respecto a ellos, la oferta es forzosamente rígida (por lo menos a largo plazo), y la demanda es también poco elástica, debido a las limitadas posibilidades de expansión del consumo. De esto se aprovechan los fabricantes o sus comisionistas, no sólo para seleccionar las ofertas según precios y calidades, sino para realizar arbitrariamente las limitadas compras previstas, sin atender siquiera a consideraciones de clientela. La consecuencia es que el agricultor que una vez realiza una buena venta y espera, confiado, que la operación se repita al año siguiente, queda defraudado a menudo, perdiendo los frutos cuya venta dejó de gestionar imprudentemente, porque el comprador carga esta nueva temporada en otra finca o en otra localidad, jugando o abusando así con su cuasimonopolio de demanda. Le queda el recurso al burlado fruticultor, podría objetarse, de mandarlos al mercado para su consumo en fresco, pero en la espera el fruto se pasó del punto de madurez comercial y ya tiene que resignarse a perder la cosecha.

Intermediarios.

D) Las hortalizas y frutas compradas en la finca para su consumo en fresco pasan por demasiados intermediarios antes de llegar al consumidor; por menor número de ellos las muy perecederas, pues el comprador se ha de apresurar a llevarlas a los

(15) Ejemplo típico es la ciruela, pues la existencia de producción nacional en la mayor parte de los países europeos sólo permite limitadísimas exportaciones en régimen de calendario. Véase CANO DENIA, Simón: "La agricultura española de exportación", en *Estudios sobre la unidad económica de Europa*, tomo VII, Madrid, 1958; pág. 216. También en Francia se plantean problemas a los productores y transformadores de ciruelas. Véase "L'organisation du marché du pruneau", *Bulletin d'Information du Ministère de l'Agriculture*, núm. 152. Paris, 7 septembre 1963; pág. JB 1.

centros de consumo, donde las vende en la lonja, valiéndose, por lo general de un asentador, bien directamente a los detallistas o bien a los almacenistas del ramo, que a su vez las distribuyen a fruterías y puestos del mercado, o a proveedores de hoteles, hospitales, colegios, etc.; y por más intermediarios aún cuando son de las que se conservan algún tiempo, pues éstas se guardan antes en almacenes o frigoríficos y después viene la distribución, con cuya dosificación se benefician los que las conservaron para especular. Si el cosechero remite los frutos por su cuenta a un asentador, a partir de éste el circuito distributivo es el mismo; y si los lleva él directamente a la lonja o mercado mayorista sucede igual, pues, por lo general, no podrá prescindir para su colocación de un asentador o comisionista (16).

También los frutos exportables o industrializables suelen pasar por las manos de acopiadores, corredores, almacenistas y otros intermediarios antes de llegar a los exportadores o fabricantes, que quieren ahorrarse la molestia de irlos a buscar a los lugares de producción cuando los agricultores no se deciden tampoco a llevarlos a sus almacenes o fábricas.

E) Como remate de toda la escala de intermediarios está el comercio al detalle. La mayor parte de las ventas al detalle se realizan en los mercados municipales o de abastos, edificios más o menos adecuados, nunca perfectamente idóneos, en cuyos pue-

Comercio
al detalle.

(16) Por lo que se refiere a Madrid, según nos dicen profesionales del ramo, existen en el Mercado Central de Legazpi dos clases de asentadores: los de la planta baja, o propiamente tales, y los del piso alto, llamados "kileros" porque deshacen los bultos para venderlos por kilos a aquellos detallistas que por su escasa potencia económica no pueden adquirir cajas o fardos completos. Los primeros venden a comision los frutos que les envían los agricultores, o actúan por cuenta propia, vendiendo los que ellos mismos adquirieron en la producción, pero lo hacen por bultos enteros. Y los segundos pueden también entenderse directamente con el productor, aunque a veces compran a los de abajo al por mayor y actúan como revendedores, ya que venden al por menor a pequeños detallistas o a los consumidores que lo desean.

Lo más general es que los detallistas acudan directamente a abastecerse al Mercado de Legazpi, no siendo frecuente que lo hagan, excepto respecto a algún fruto especial, como los plátanos, a través de almacenistas o distribuidores. Sin embargo, existen también mayoristas o almacenistas de frutas y hortalizas, los cuales, aunque pueden actuar como distribuidores, son principalmente proveedores de establecimientos y entidades oficiales y particulares. Son también muchos los colegios, comunidades religiosas, hoteles, etcétera, que hacen sus compras directamente en Legazpi; pero, especialmente respecto a la fruta selecta, los grandes hoteles o restaurantes, que atienden más a la calidad que al precio, tienen ya sus proveedores habituales que les proporcionan lo mejor que encuentran. En cuanto a cadenas para el abastecimiento de autoservicios y supermercados, o simplemente de uniones de detallistas, su organización es incipiente.

Por último, también se surten en el Mercado Central de Madrid gran número de reexpedidores que, aprovechándose de su situación estratégica, distribuyen después las frutas y verduras adquiridas, transportándolas a otros centros de consumo menos importantes. Algunos de estos reexpedidores son transportistas que llegan a Madrid con pescado del Norte y como carga de retorno llevan fruta del Sur y Levante a la mitad septentrional de España, la cual es distribuida a los consumidores a través de la cadena de intermediarios peculiar de cada mercado local.

Igualmente, son muchos y de diversa índole los intermediarios que participan en los distintos supuestos de distribución de las frutas y hortalizas vendidas en París. Véase LACHÈNE, R.: "Le problème des transports et les Halles de Paris", *Economie Rurale*, París, janvier-mars 1962; págs. 63 y 64.

tos se despachan productos alimenticios, principalmente frescos, y en mayor proporción, naturalmente, hortalizas y frutas. Otra gran parte de estos productos se ofrece al público en mercados o puestos al aire libre, en mostradores de tabla, carritos e incluso en montones colocados en el suelo (17). Además, en cantidad variable según poblaciones y comarcas, también se surten las amas de casa de vendedores ambulantes que pasean su mercancía por las calles, llevándola ellos mismos o utilizando diversos medios de transporte. Y una parte menor, aunque, por lo general, más selecta, se vende en tiendas de comestibles y verdulerías o fruterías. Son muy pocos todavía, pero se van extendiendo cada vez más los autoservicios y supermercados.

El principal defecto del comercio al por menor de frutas y hortalizas realizado según los métodos tradicionales es, evidentemente, el exagerado alargamiento del circuito y del ciclo de distribución, con perjuicio, en primer lugar, de la calidad y, además, con recargo excesivo de los costos. Otros defectos son la ausencia de normalización, que desorienta al comprador, y la mala presentación de las mercancías. El comercio ambulante y callejero tiene, además, todos los inconvenientes propios del sistema respecto a conservabilidad, higiene, etc., de los productos. Y en cuanto a los llamados supermercados por sus promotores y explotadores, no son siempre auténticos. Se abusa de esta palabra, empleándola para designar meros autoservicios en los que existe el aspecto externo de la moderna presentación, pero en los que falta el factor económico de la organización en cadena con la centralización de compras en la producción (18).

Comercio
de exportación.

F) Los principales inconvenientes del comercio español de exportación de frutas y hortalizas, que le impiden enfrentarse con éxito con el de otros países competidores, han sido siempre: su pulverización en manos de numerosas empresas, principalmente

(17) Este sistema de "zoco" o mercado oriental no es sólo defecto español, sino que subsiste también en otros países civilizados. Véase, con respecto a Italia, ORLANDO, Giuseppe: "Il problema della riduzione dei costi dal produttore al consumatore", *Agricoltura*, Roma, noviembre 1961; págs. 42 y 43. "Le bancherelle di piazza non hanno bisogno di commento per descrivere l'aspetto dell'inefficienza che caratterizza il mercato al dettaglio" (pág. 43).

Quizá no tan exagerados, véanse también otros ejemplos de mercados populares. En Inglaterra: *The Caribbean Market in S.W. 9*. "Yams, breadfruit, big red peppers and green bananas, black-eyed peas and sweet potatoes..." "titbits from the tropics piled high in the stalls", *Daily Express*, Londres, 19 de junio de 1961. En Rusia: "Mercadillo donde los campesinos venden los productos cosechados en su parcela individual". MILLER, Roberto: *La pianificazione dell'azienda agricola nell'Unione Sovietica*, Roma, 1959; pág. 142.

(18) Como dijo, no hace mucho, en unas declaraciones a los periodistas, el Comisario General de Abastecimientos y Transportes: "El verdadero espíritu del supermercado no ha entrado aún en nuestro país". Véase *Ya*, 3 de enero de 1963; pág. 10.

pequeñas o medianas, y la ausencia de organizaciones comerciales en destino. Consecuencia de ellos son la falta de información, con el desconocimiento de los gustos del consumidor y los envíos desordenados, en los que se descuida la normalización y la presentación de los frutos, habiéndose llegado a mandarlos, a pesar del control oficial, de baja calidad, faltos de madurez y hasta estropeados (19), así como no coincidentes con lo que hacen presumir los envases, marcas y etiquetas (20).

Hasta que el Decreto-Ley de 21 de julio de 1959 liberó el comercio exterior de frutas y hortalizas, las exportaciones han estado sujetas a licencias, y también han tenido lugar otras intervenciones oficiales (21).

G) Son actualmente muy pocos los transportes de frutas y hortalizas que se realizan con medios idóneos, siendo grandes las pérdidas ocasionadas por mermas, deterioros y extravíos, y sufriendo mucho la calidad y la presentación (22). Cuando es el dueño el que los transporta (sea el agricultor que los lleva él mismo a vender o el comprador que fué a buscarlos a la finca) tales males se atenúan, debido a su cuidado y vigilancia. Pero se acentúan en las remesas de los cosecheros a los asentadores; menos en las confiadas a transportistas particulares, y más en las hechas por ferrocarril, pues la impersonalización de la responsabilidad en

Transporte
y
almacenamiento.

(19) Véase GARCÍA GISBERT, Carlos: "Estudio sobre la producción y el comercio de los agrícos en España", *Moneda y Crédito*, Madrid, diciembre 1962. "El comercio exterior —dice— se ha desenvuelto en forma anárquica, pues sólo hace pocos años se han puesto en práctica, y no ciertamente en forma enérgica, disposiciones que tendiesen a garantizar la calidad de la fruta exportada" (pág. 65). Señala después las anomalías de la exportación naranjera (págs. 65, 66 y 91), y añade que con la exportación de fruta helada por exportadores poco escrupulosos sólo se consiguió el desprestigio de las naranjas de España y "que la seriedad de nuestro comercio quedara por los suelos" (págs. 111 y 112). También se ocupan de las imperfecciones del mercado exterior de la naranja DE TORRES, Manuel, y PARÍS EGUILAZ, Higinio: *La naranja en la economía española*, Madrid, 1950. Especialmente, págs. 91 y sigs.

(20) Por ejemplo: con relación al mercado inglés de tomates, ciertas informaciones se quejan de que en los tomates españoles las indicaciones de las etiquetas no concuerdan siempre con el diámetro o tamaño real, y de que el contenido de las remesas presenta pocas garantías. Véase *The Spanish Economic News Service* (Private Bulletin), de 6 de diciembre de 1960; pág. 3. También GARCÍA GISBERT, en el trabajo citado, refiriéndose a las naranjas de exportación, dice, después de rechazar como inadecuadas las marcas poco atractivas, de mal gusto y sin belleza, que tampoco debe colocarse mal género al amparo de una marca o envase atractivos (págs. 104 y 105).

(21) Bien de carácter general o bien en casos particulares. Véase *Organisation du marché des fruits et légumes en Espagne...*; pág. 49. Un caso particular de intervencionismo es el citado en una obra reciente respecto a los tomates: "El gran desarrollo adquirido últimamente por el tomate levantino ha creado dificultades a los canarios, por lo que en algunas campañas se ha prohibido la exportación del levantino en determinadas épocas en que el mercado de Londres estaba próximo a la saturación o ya totalmente saturado". TAMAMES, Ramón: *Estructura económica de España*, Madrid, 1960; pág. 78.

(22) Algo análogo ocurre también en Italia. No hace mucho una revista ha denunciado y acentuado las consecuencias perniciosas del inadecuado transporte de productos hortofrutícolas en "tórridos vagones de ferrocarril", verdaderos "hornos de cuatro ruedas". *Candido*, Roma, 23 agosto 1961. Igualmente son inadecuados los medios de transporte de la fruta en Portugal. Véase GREGORIO PINTO, J. A.: Trabajo cit.; pág. 19. Y sobre los deterioros y mermas de la cebolla en Egipto por falta de vagones de ferrocarril, véase ABBOTT, obra cit.; pág. 164.

cuanto al cuidado y custodia de las mercancías da lugar a un porcentaje elevado de pérdidas por sustracciones, golpes y retrasos.

El almacenamiento, muy cuidado ya por exportadores y fabricantes, sigue siendo desastroso en las lonjas o mercados centrales de frutas y verduras, donde, sobre todo en los meses de verano, se pierden o estropean grandes cantidades de estos productos (23). No son tampoco muy recomendables las condiciones de conservación en los establecimientos detallistas (24).

Impuestos.

H) Por último, pueden considerarse anómalos también los impuestos locales (25) que siempre han gravado estos artículos en los lugares de consumo y hasta en los de tránsito y que han oscilado desde una cantidad insignificante en unos municipios, a una cifra de cierta trascendencia en otros, ya que, por recaer sobre la unidad de peso, sin atender al valor relativo del producto según su calidad, alcanzaba y aun rebasaba a veces el 50 por 100 del precio del mismo en la producción (26).

Anomalías.
en otros países.

I) No es menos anómala la situación en Francia, donde el mercado de frutas ha sido calificado como el más anárquico de los mercados nacionales de productos agrícolas (27). Lo mismo

(23) Un autor cifra en un 50 por 100 la pérdida de hortalizas y frutas por deficiencias en los medios de conservación. GOLDIS, F.: *Introducción a la doctrina de la técnica*, Madrid, 1948; pág. 239. En Francia se señala como porcentaje de frutos desechados el 25 por 100 con temperaturas normales, pero a veces las pérdidas llegan al 50 y al 70 por 100. GOISLARD: *Loc. cit.*

(24) "La plupart de ces entreprises, excessivement nombreuses, disposent de locaux insuffisants et mal adaptés qui rendent inutiles les efforts de sélection qualitative et de présentation des produits". *Organisation du marché des fruits et légumes en Espagne...*; página 45.

(25) La supresión de los arbitrios municipales a partir de 1.º de enero de 1963 ha acudido a remediar esta anomalía en España. Véase la Ley de 24 diciembre de 1962, que suprime los arbitrios o exacciones municipales sobre el uso y consumo. En el párrafo segundo del art. 1.º prohíbe la percepción de "gravámenes o arbitrios por tránsito a través de poblaciones" de los artículos de consumo que son desgravados en el párrafo primero.

Sin embargo, aunque de una cuantía insignificante, aún siguen cobrándose tasas municipales por prestaciones o servicios. Según nos dicen, en Madrid dos o tres céntimos por kilo; y de una ciudad provinciana tenemos a la vista recibos de 1 y de 5 pesetas, según el sitio ocupado en el mercado.

(26) Muy variables son también en el extranjero. En Portugal, por ejemplo, sólo representan las tasas de entrada en el mercado el 3,3 por 100 del coste de distribución de la fruta y verduras, y la tasa de inspección y almacenaje el 5,8 por 100 de dicho coste. En Bélgica están exentas las hortalizas frescas y sólo las frutas de importación están sujetas a un impuesto del 9 por 100. Véase *Organisation du marché des fruits et légumes en Europe*; págs. 283 y 63. Sin embargo, en otros países, antes de entrar en el mercado, "el primer gravamen sobre el producto del agricultor —dice ABBOTT— es una exacción o impuesto municipal". Obra cit.; pág. 96. Véase también lo que dice el citado autor sobre los males que representan para la comercialización los arbitrios municipales, gravámenes de tipo institucional sin contraprestación alguna, y otros recargos; y sobre la exageración de los mismos en los mercados de Oriente. *Idem*; páginas 95 y sigs.

(27) Mermas y descuentos anormales, multiplicación irracional de los mercados de primera expedición, falta de clasificación y acondicionamiento insuficiente, con llegada de las mercancías a su destino en mal estado; todo eso entraña grandes pérdidas, las cuales recaen a la vez sobre productores y consumidores. También es excesivo el número de intermediarios: en primer lugar hay un comprador que va reuniendo los géneros; después viene el transporte a las lonjas, a cargo de un mayorista o almacenista; en seguida la venta a los detallistas por los comisionistas o asentadores, con la intervención even-

ocurre en Italia, en cuyo mercado hortofrutícola se advierten, igualmente, muchos defectos (28). Y en Portugal (29). Así como, en mayor o menor grado, también se registran anomalías o defectos en la comercialización de las frutas y hortalizas en otros países de Europa (30) y de fuera de Europa (31).

tual de uno o de varios corredores, y, por fin, la venta a los consumidores por los detallistas. GOISLARD: Trabajo cit.; pág. 401.

En su conjunto, en Francia la producción de frutas y legumbres se vende difícilmente; las cosechas no son vendidas más que en parte; los gastos de mano de obra en la comercialización son elevados. Y ésta se hace mal: todos los puntos del territorio no son aprovisionados en la cuantía suficiente. Durante el Congreso de Hortelanos, los productores han insistido sobre uno de los grandes fallos del sistema actual de distribución de frutas y verduras: éste no "irriga" el conjunto del país. Cuando los productores bretones se ven obligados a destruir sus alcachofas, hay regiones enteras a las que no llega una sola alcachofa. Existe un hecho: mientras que los excedentes tienden a acumularse en algunos grandes centros, fuera de éstos el mismo producto es escaso y muy caro. *La Croix*, París, 3 de octubre de 1960.

(28) Estos, en síntesis, consisten "en la lentitud de las operaciones de compraventa por la deficiencia en la tipificación de los productos, lo que exige un atento examen de ellos en cada caso; en las defectuosas instalaciones de los mercados, que fuerzan a los mayoristas a acelerar las ventas de los productos perecederos, rebajando demasiado los precios; en la defectuosa distribución, por la cual la afluencia oscila con demasiada rapidez". A esto se añade "el excesivo número de detallistas, en contraste con una insuficiente absorción de los productos", y la ausencia de competencia por otros conductos. UGOURINI: Trabajo cit.; págs. 41 y sigs.

(29) En Portugal el mercado de estos productos ofrece, según un autor, entre otras, las siguientes características: inexistencia de una red eficaz de estaciones de embalaje; condiciones rudimentarias y anticuadas de los lugares de contratación; dimensión relativamente reducida del mercado, a causa de la inelasticidad de la demanda y lo reducido del consumo; pulverización de intermediarios de minúscula potencia económica y sin condiciones financieras y técnicas; embalajes de capacidad exagerada que no protegen los productos; baja productividad de la distribución; normalización cualitativa inexistente, y ausencia de industrias utilizadoras de la fruta como materia prima de aprovechamiento integral. GASCOIRO PRVRO: Obra cit.; pág. 19. El cual, aunque refiriéndose sólo a la fruta, dice textualmente: "Os mercados são do mais rudimentar e primitivo: acanhados, ao ar livre, sem armazens-frigoríficos, sem pavimentos adequados, sem qualquer equipamento de acondicionamento, manutenção e de venda (para escolhas, calibragens, embalagens, cargas e descargas, transportes dentro dos mercados, etc.). A fruta é exposta ás intempéries, á chuva, ao sol, ás poeiras, ao mosquedo, ás ratazanas, ao lixo, em canastrões amontoados uns sobre outros. Assim, a casa do consumidor, menos exigente na qualidade do que no preço chega fruta mióda, bichada, verde ou pisada, sem apresentação, e constituido uma mistura de variedades e calibres..." Idem; págs. 18 y 19. Por su parte, POPPE LOPES CAROSO subraya que en Portugal tiende a acentuarse la diferencia que normalmente existe entre la elasticidad-precio y la elasticidad-ingreso de la demanda de frutas y hortalizas y la de los demás productos agrícolas. Trabajo cit.; pág. 4.

(30) En la Gran Bretaña no son muchos los defectos de la comercialización de las frutas y hortalizas, pero pueden citarse algunos: los edificios destinados a mercados fueron en su mayor parte "construidos en un tiempo en el que no se preveía un volumen de negocios tan importante como el de hoy y en que se utilizaban vehículos de caballos". Como consecuencia de ello, es frecuente que se produzcan grandes atascamientos, a los cuales es difícil poner remedio por hallarse los mercados casi siempre incrustados en zonas edificadas sin posible ampliación. En cuanto a las ventas al detalle, también se practica el comercio ambulante y existen mercados emplazados al aire libre; siendo aún pocos, relativamente, los establecimientos que venden frutas y legumbres preembaladas. Véase *Organization du marché des fruits et légumes en Europe*; págs. 313 y 317.

En Grecia se citan como inconvenientes y defectos del mercado de productos hortícolas ciertas lagunas en las condiciones generales del transporte y aprovisionamiento, forma anticuada del comercio al por mayor que se caracteriza, sobre todo, por la existencia de un gran número de intermediarios y ventas al detalle realizadas en gran parte por vendedores ambulantes. Idem; págs. 151, 152 y 153.

En Yugoslavia destacan, entre otras deficiencias de la comercialización de las frutas y hortalizas: la ausencia de normalización; la falta de informaciones precisas, y el régimen de contingentes para la importación, la cual a veces queda limitada a las hortalizas y otras suele incluir ciertas frutas exóticas o de producción escasa, como los agrinos. En general, dicha comercialización parece estar muy desorganizada en las más importantes ciudades, llegando los productos irregularmente al mercado, lo que ocasiona atascos unos días y escasez otros, y da lugar, asimismo, al deterioro y depreciación de aquéllos y al desánimo de los agricultores, que dejan sin recolectar parte de sus cosechas de frutas y hortalizas. Véanse *Organisation du marché des fruits et légumes en Yougoslavie* (ya cit.), págs. 27 y 28; y ABBOTT: Obra cit.; pág. 268.

(31) Aunque reducidas hoy al mínimo, por los progresos de la comercialización y

Repercusión
de las
anomalías.

J) Las anomalías citadas repercuten en la regularidad del abastecimiento y en la cantidad, calidad y estado general de los productos que llegan a los consumidores, pero sobre todo en la formación de los precios (32). Parece anómalo que el consumidor pague por la fruta que va a comer cuatro o cinco veces más (y en la de calidad selecta hasta diez veces) de lo que el agricultor recibió por ella (33). Pero esta gran anomalía es la consecuencia

las intervenciones oficiales para evitarlas, también ha habido siempre anomalías en el mercado de frutas y verduras de los Estados Unidos, entre ellas: fluctuaciones irrazonables de la oferta, con aglomeración de productos en el mercado; pérdidas importantes a causa de la afluencia de productos inservibles o de baja calidad; falta de uniformidad en el embalaje y desigual presentación de los productos. Cfr. BARNETT y STINE: Obra cit.; página 378, y también 378.

(32) Unas haciéndolos desproporcionados y otras simplemente dificultando su formación. "Le manque de qualification des produits et l'absence d'informations précises rendent fréquemment difficile le calcul économique pour les parties contractantes". *Organisation du marché des fruits et légumes en Espagne...*; pág. 46.

Por lo que se refiere a Francia, en la formación de los precios en la producción, la ausencia de calificación en los productos y la falta de informaciones precisas "rendent souvent malaisé le calcul économique des parties en cause"; y en la venta al por mayor, el alejamiento de los contratantes, la falta de información y las fluctuaciones imprevistas de la demanda "rendent souvent difficile la formation d'un prix d'équilibre véritable et font courir aux expéditeurs des risques parfois considérables". *Organisation du marché des fruits et légumes en Europe*; págs. 126 y 127. Contribuye también desfavorablemente en este país a la formación del precio final la desorganización de los mercados al por mayor, especialmente el llamado "Halles centrales de París", del que se ha dicho: "Le paradoxe permanent que constituent les Halles de Paris a été maintes fois dénoncé: l'anachronisme le plus invraisemblable regne sur ce marché, au détriment de la qualité, de l'hygiène, provoquant d'énormes gaspillages de marchandises, un encombrement légendaire, des manutentions multiples et de plus en plus difficiles, enfin des pertes de temps considérables qui se repercutent sur le prix du produit". DROGAR: Obra cit.; pág. 50. Véase también sobre las "Halles de París" y las elevadas cotizaciones de este mercado, en perjuicio del consumidor: BARRÈRE, D.: "Les marchés d'intérêt national". *Fiches Rurales*, París, novembre 1961; págs. 27 y sigs.

Respecto a Italia, "le morcellement excessif des exploitations, l'esprit d'association peu marqué des producteurs, et le problème des débouchés", influyen desfavorablemente sobre el régimen de los precios en la producción; existen, además, factores de organización y de estructura técnica "tels que l'absence de véritables marchés de production qui limitent, dans une certaine mesure, le libre jeu de l'offre et de la demande au détriment l'une ou l'autre des parties contractantes suivant le système et l'époque de vente ou même le caractère commercial du produit et le mode paiement". También provoca con frecuencia desequilibrios en la formación de los precios la insuficiencia técnica y funcional de ciertos mercados al por mayor que "ne permet pas toujours le libre jeu de la concurrence". Por último, la formación de los precios al por menor "est influencée d'une manière défavorable par le volume restreint de produits que chaque détaillant est susceptible de vendre pendant la journée". De ello, resulta que los gastos de ejercicio y todos los otros costos tienen una fuerte incidencia sobre el precio real del producto y determinan un nivel de precios elevado en el consumo. *Organisation du marché des fruits et légumes en Europe*; págs. 179 y 181. Por otra parte, UGOLINI señala que el régimen desproporcionado de precios deriva "ante todo, del inadecuado mecanismo del mercado para garantizar el aumento de las rentas en la producción y el aumento del consumo, acompañado de la reducción de los costos de distribución". Trabajo cit.; página 43. Véase, igualmente, lo que dice este autor sobre la formación de dichos precios. Idem; págs. 41 y sigs.

También en Portugal los defectos del mercado influyen en los precios desfavorablemente. Los agricultores, carentes de organización, actúan de una forma dispersa y se ven "obligados a aceptar los precios que les son impuestos por el mayorista"; y en cuanto a los detallistas, su número excesivo les obliga a operar individualmente y en pequeñas cantidades, lo que recarga al máximo los precios de venta, en detrimento del consumidor y sin provecho para el productor". *Organisation du marché des fruits et légumes en Europe*; pág. 284.

(33) Esto ocurre, igualmente, en Francia. GOISLARD habla de "la indignación de un ama de casa si ella pudiera saber que los albaricoques del Rosellón, vendidos en los mercados parisienses hasta 120 francos el kilo, no han costado a los almacenistas más que diez o doce francos, o que los tomates vendidos ante sus propios ojos hasta a 360 francos, han sido comprados a razón de quince o veinte francos el kilo a los productores del Loiret". Loc. cit. "Si las zanahorias, por ejemplo, se venden en las Lonjas de París a 20 francos antiguas y entre los detallistas de la capital de 40 a 50 francos, éstas se pagan corrientemente, sobre la finca, al precio de cinco o seis francos el kilo". *La Croix*, fecha cit.

de otras muchas: a causa de los defectos de comercialización ya citados se pierde un porcentaje elevado, que a veces pasa de la mitad, de los productos que salieron de la finca (34), y esto, unido a que en el precio final hay que incluir los gastos de un transporte desordenado (35), los de almacenaje, los impuestos, comisiones y márgenes excesivos y sucesivos (36), más otras gratificaciones y gastos, explican que dicho precio llegue a ser tan exorbitante.

Cuando el agricultor vende los frutos sobre la finca las consecuencias de las anomalías las paga el consumidor. Pero cuando aquél los envía a un asentador, éste sólo le abona en cuenta el valor de los que resultan en limpio puestos en el mercado, importe que no cobra en el acto el agricultor, sino con más o menos retraso, según la diligencia del asentador. Esta última forma de comercialización ofrece, además, el inconveniente de la despreocupación de los asentadores respecto a la comprobación y subsiguiente reclamación de los frutos perdidos en el transporte. Para evitar todo esto es por lo que el agricultor se decide a veces a llevar él mismo sus frutos al mercado, con lo que, si también

Y, en mayor o menor grado, también en Italia. UGOLINI dice que el fenómeno más destacado en el mercado de productos hortofrutícolas "consiste nel distacco tra prezzi all'ingrosso e prezzi al dettaglio". Y añade, con referencia a una investigación publicada en 1948 sobre los costos de producción en nueve grandes mercados, que "si rilevano infatti incrementi dei prezzi al dettaglio rispetto ai prezzi all'origine oscillanti dal 20 al 46 % con una oscillazione prevalente dal 33 al 37 %". Estas observaciones, que confirman investigaciones posteriores del Ministerio de Agricultura y de otras entidades, "sono confermate" —sigue diciendo el mismo autor— da una serie di rilievi del Tradardi, secondo i quali le maggiorazioni di prezzo dalla produzione al consumo sono compresse, per il 63 %, tra il 50 e il 99 %". Trabajo cit.; pág. 43.

Y asimismo en otros países. En Bélgica se considera que, en general, el precio pagado por el consumidor representa el 200 por 100 del precio obtenido por el productor. *Organisation du marché des fruits et légumes en Europe*; pág. 63. En Turquía, entre el precio de coste en la producción y el precio de compra por el consumidor existe una diferencia del 130 al 150 por 100, en perjuicio de este último. *Organisation du marché des fruits et légumes en Espagne et en Turquie*; pág. 71.

(34) Véase nota 23. Y véase también una referencia a los informes y datos obtenidos en los Estados Unidos acerca de los daños y pérdidas en la comercialización y transporte de frutas y verduras. SHERRA, Harry: "A Basis for the Reconsideration of Wastes and Losses in Food Marketing", *Agricultural Economics Research*. Washington, april 1960; pág. 54.

(35) Cuyo coste llega a veces a ser superior al valor del producto en origen. Véase, sobre los defectos de las tarifas ferroviarias en Francia y los perjuicios que tales defectos ocasionan a la comercialización de los productos agrícolas, "Le problème des transports vu par les Chambres d'Agriculture de l'Ouest, Supplément au N.º 185. "Transport", N.º 20. Paris, 1 décembre 1959; pág. 5. Entre otras anomalías, se cita el siguiente caso concreto: "Une expédition de 7 tonnes de choux valant 35.000 fr. paye pour le transport jusqu'à Genève 105.000 fr. (72.000 fr. S.N.C.F. + 9.000 fr. wagon frigorifique + 24.000 fr. glace)".

(36) Muy semejante es lo que sucede en el mercado francés. Los márgenes que parecen abusivos son: el de los mayoristas oscila con relación al precio de producción entre un 8 y un 26 por 100, pero los detallistas venden alegremente a 300 francos el kilo de melocotones que ellos han pagado a 120 ó 130 en las "Halles de Paris". Los profesionales (almacenistas, comisionistas, mayoristas y detallistas) dicen que es preciso contar con el gran porcentaje de frutos desechados, y que hay que tener en cuenta igualmente los gastos de transporte, insistiendo especialmente en que las mercancías no llegan en buen estado, y esto explica lo que parece una inflación de los precios. GOISLARD: Loc. cit.: "... los márgenes comerciales permanecen intangibles. Así, todo detallista estima en 20-25 francos ligeros su margen mínimo en todo kilo de hortalizas, cualquiera que sea el precio. Yo tengo gastos generales que tengo que cubrir, dice aquél; a lo que los productores responden que ellos también los tienen. Pero estos últimos no tienen la posibilidad de incluirlos en sus precios de venta". *La Croix*, fecha cit.

carga con las pérdidas originadas por el desplazamiento de los frutos, disminuye, sin embargo, con su atención personal la cuantía de aquéllas.

Véanse los cuadros adjuntos, confeccionados con datos deducidos de informes verbales de profesionales del ramo, del examen de documentos y del estudio de la realidad. En ellos, y en cinco supuestos distintos, se descompone el precio final y se siguen las vicisitudes de 100 kilos de fruta adquiridos por los consumidores, consignando los gastos sucesivos y las pérdidas sufridas al recorrer el circuito, por la cantidad inicial salida de la finca, así como el aumento progresivo del coste unitario de la comercialización del producto.

CUADRO NÚM. 1

Albaricoques selectos enviados por el productor a un asentador de Madrid que los vendió a varios fruteros.

(Operación llegada a feliz término)

5 cajas a 26 kilos bruto, 22 neto = 130 kilos bruto, 110 neto origen;
104 neto detallistas a 10 pesetas, y 100 neto consumidores a 16 pesetas.

Conceptos	Pesetas	Total	Kilos	Total	Coste unitario
Acondicionamiento	5,00	5,00	+ 110	110	0,045
Transporte estación	10,00	15,00		110	0,136
Portes f. c. Madrid desde el Sur.	130,00	145,00		110	1,318
Descarga	5,00	150,00		110	1,363
Aforo Ayuntamiento	16,50	166,50		110	1,513
Camión retirar estación	15,00	181,50		110	1,650
Merzas ferrocarril			— 6	104	1,745
Comisión asentador	83,20	264,70		104	2,545
Fruticultor	775,30	1.040,00		104	10,000
Carga y transporte fruterías..	30,00	1.070,00		104	10,288
Merzas detallistas			— 4	100	10,700
Margen detallistas	530,00	1.600,00		100	16,000

CUADRO NÚM. 2

Albaricoques selectos enviados por el productor a un asentador de Madrid y vendidos por éste a un transportista reexpedidor, que los llevó a una playa del Norte, donde los adquirió un proveedor de hoteles.

(Operación con buen fin)

5 cajas a 26 kilos bruto, 22 neto = 130 kilos bruto, 110 neto origen;
105 neto reexpedidor a 10 pesetas; 102 neto proveedor a 16 pesetas,
100 neto consumidor a 20 pesetas.

Conceptos	Pesetas	Total	Kilos	Total	Coste unitario
Acondicionamiento	5,00	5,00	+ 110	110	0,045
Transporte estación	10,00	15,00		110	0,136
Portes f. c. Madrid desde el Sur.	130,00	145,00		110	1,318
Descarga	5,00	150,00		110	1,363
Aforo Ayuntamiento	16,50	166,50		110	1,513
Camión retirar estación	15,00	181,50		110	1,650
Merzas ferrocarril			— 5	105	1,728
Comisión asentador	84,00	265,50		105	2,528
Fruticultor	784,50	1.050,00		105	10,000
Carga y descarga	10,00	1.060,00		105	10,095
Tasas municipales destino	21,00	1.081,00		105	10,295
Merzas transporte al Norte ..			— 3	102	10,598
Comisión asentador destino ..	163,20	1.244,20		102	12,198
Margen transportista reexpedi- dor	387,80	1.632,00		102	16,000
Merzas proveedor hoteles			— 2	100	16,320
Gastos distribución	15,00	1.647,00		100	16,470
Margen proveedor hoteles	353,00	2.000,00		100	20,000

CUADRO NÚM. 3

Albaricoques enviados por el productor a un asentador de Legazpi y vendidos por éste a un intermediario de los llamados «kileros», que los distribuyó entre pequeños detallistas.

(Operación con mal fin)

8 cajas a 26,5 kilos bruto, 22,5 neto = 212 kilos bruto, 180 neto origen;
110 neto «kileros» a 3 pesetas; 108 neto pequeños detallistas a 4 pesetas;
100 neto consumidores a 7 pesetas.

Conceptos	Pesetas	Total	Kilos	Total	Coste unitario
Acondicionamiento	8,00	8,00	+ 180	180	0,044
Transporte estación	16,00	24,00		180	0,133
Portes f. c. Madrid desde el Sur.	190,80	214,80		180	1,193
Descarga	8,00	222,80		180	1,237
Aforo Ayuntamiento	27,00	249,80		180	1,387
Camión retirar estación	24,00	273,80		180	1,521
Merzas peso ferrocarril			— 10	170	1,610
Frutos estropeados			— 60	110	2,489
Comisión asentador	26,40	300,20		110	2,729
Fruticultor	29,80	330,00		110	3,000
Traslado puesto intermediario.	8,00	338,00		110	3,072
Merzas intermediario			— 2	108	3,129
Margen intermediario	94,00	432,00		108	4,000
Transporte pequeños detallistas	18,00	450,00		108	4,166
Merzas pequeños detallistas..			— 8	100	4,500
Margen pequeños detallistas ..	250,00	700,00		100	7,000

CUADRO NÚM. 4

Peras selectas compradas en la finca por un acopiador, adquiridas luego por un almacenista que las conservó y vendió en Navidad a varios fruteros.

(Operación normal)

7 cajas a 24 kilos bruto, 20 neto = 168 kilos bruto, 140 neto origen acopiador a 5 pesetas; 134 neto almacenista a 10 pesetas; 110 neto fruteros a 18 pesetas, y 100 neto consumidores a 24 pesetas.

Conceptos	Pesetas	Total	Kilos	Total	Coste unitario
Fruticultor	700,00	700,00	+ 140	140	5,000
Acondicionamiento	7,00	707,00		140	5,050
Portes camión	168,00	875,00		140	6,250
Descarga	7,00	882,00		140	6,300
Aforo Ayuntamiento	21,00	903,00		140	6,450
Mermas transporte			— 6	134	6,738
Comisión asentador	107,20	1.010,20		134	7,538
Margen acopiador	329,80	1.340,00		134	10,000
Carga y transporte almacén ..	35,00	1.375,00		134	10,261
Apile de las cajas	8,40	1.383,40		134	10,323
Alquiler cámara frigorífica ...	120,60	1.504,00		134	11,223
Desapile	8,40	1.512,40		134	11,286
Mermas y frutos estropeados..			— 24	110	13,749
Margen almacenista	467,60	1.980,00		110	18,000
Carga y transporte fruterías ..	30,00	2.010,00		110	18,272
Mermas detallistas			— 10	100	20,100
Margen detallistas	390,00	2.400,00		100	24,000

CUADRO NÚM. 5

Ciruelas claudias enviadas por el productor a un asentador de Madrid que las vendió a varios detallistas.

(Operación con mal fin)

10 cajas a 16 kilos bruto, 14 neto = 160 kilos bruto, 140 neto origen;
106 neto detallistas a 1,70 pesetas; 100 neto consumidores a 4 pesetas.

Conceptos	Pesetas	Total	Kilos	Total	Coste	Precio
Acondicionamiento .	5,00	5,00	+ 140	140	0,035	
Transporte estación.	15,00	20,00		140	0,142	
Portes f. c. Madrid desde el Sur	175,00	195,00		140	1,392	
Descarga	10,00	205,00		140	1,464	
Camión retirar estación	20,00	225,00		140	1,607	
Mermas			— 34	106	2,122	
Comisión asentador.	14,41	239,41		106	2,258	
Fruticultor	0,00	239,41		106	2,258	1,700
Carga y transporte detallistas	40,00	279,41		106	2,635	2,077
Mermas detallistas . .			— 6	100	2,794	2,202
Margen detallistas . .	179,80	459,21		100	4,592	4,000

Respecto a los cuatro ejemplos primeros hemos de advertir, en primer lugar, que son más bien normales que extraordinarios y, además, que son anteriores a 1.º de enero de 1963 y, por lo tanto, no se habían suprimido aún los arbitrios municipales. Tres de las operaciones consideradas llegaron a feliz término (cuadros números 1, 2 y 4), aunque no fuese muy exagerada la parte del precio final percibida por el agricultor; pero la otra (cuadro número 3) tuvo mal fin (frutos estropeados y baja cotización), obteniendo aquél sólo una parte irrisoria del precio pagado por los consumidores. El último cuadro (número 5) se refiere a un caso de comercialización desastrosa para el agricultor, quizá poco frecuente, pero de cuya realidad existe prueba documental. Es más reciente, no se incluyen ya los arbitrios municipales, aunque se aplica, por el contrario, una tarifa de transporte más elevada. En

este ejemplo no sólo no pagó nada el consumidor por la producción de la fruta, sino que ni siquiera satisfizo por completo el coste de la comercialización. El agricultor, en cambio, aportó el producto gratis y, además, tuvo que abonar parte de dicho coste. Por este motivo la columna que en los anteriores cuadros se refiere al coste unitario, en éste se descompone en dos: coste y precio; la diferencia entre el primero y el segundo concepto fué cargada al productor en vez de hacerlo al consumidor (37).

En fin, la situación del mercado español de frutas y hortalizas puede resumirse así: precios bajos y ventas irregulares en la producción; distribución desordenada, con el consiguiente aumento de costos y pérdida de grandes cantidades de frutos, así como el desmerecimiento en la calidad de los que no perecen totalmente; en el comercio al detalle, de una parte, falta de correlación entre precios y calidades (38), y de otra, grandes oscilaciones de aquéllos, con exorbitantes diferencias y falta de paralelismo entre los que paga el consumidor y los que recibe el productor. Una peculiaridad de este mercado cuando los frutos se destinan a la exportación es que las cotizaciones dependen del exterior y son determinadas bien por la abundancia de la demanda o bien por

(37) Véase también cómo se descompone y distribuye en Francia el precio final de uno de los frutos del grupo que ahora estudiamos, en el cuadro que reproducimos a continuación y que inserta DE FARCY, Henri: "La part des transports dans le coût de commercialisation des produits agricoles", *Economie Rurale*, Paris, janvier-mars 1962; pág. 31:

"Frais de commercialisation d'abricots vendus sur le marché de Perpignan, expédiés sur les Halles de Paris et vendus par un magasin de détail parisien.

Prix en NF pour 100 kg.	
Prix payé au producteur	30
Conditionnement	15
Marge de l'expéditeur	5
Transport sur Paris	8
Transport de Bercy aux Halles, déchargement	3,50
Marge du mandataire	5
Transport des Halles au magasin de détail	5
Marge du détaillant	35

PRIX AU DÉTAIL 105-110"

Este cuadro, que es obra de las organizaciones profesionales, según dice el autor mencionado, aunque puede ser discutido, como todos los que pretenden definir una "situación tipo", presenta, sin embargo, grados de magnitud admisibles. Idem, id.; pág. 29.

Véase, además, con respecto a Inglaterra: "Salad Hours. How vegetables are distributed and who makes the profit - if any", *The Economist*, London, 2 november 1957; págs. 382 y 383. En este artículo se descompone también el precio final, aunque no se inserta ningún cuadro, subrayándose el coste elevado de la distribución de las hortalizas, que es la causa de los elevados precios que paga el consumidor y de los márgenes también elevados de los detallistas. El corresponsal especial de la revista viaja con una lechuga desde la finca, pasando por el mercado londinense de Covent Garden, hasta que ésta es adquirida por un ama de casa; anotando los diversos precios pagados y los incidentes de la comercialización. Esto hace recordar la conocida historia, que circula en Alemania, de una col por la que el productor del Schleswig-Holstein recibió 12 "pfennig" y que cuatro semanas después adquirió un ama de casa de Munich, pagando por ella 80 "pfennig", con lo que su precio se había elevado en un 666 por 100 después de haber recorrido Alemania de noroeste a sudoeste. Véase WOLFF, R.: *Les méthodes utilisées en Europe pour la commercialisation des fruits et légumes; principes, résultats et propositions*. Bruxelles, 1960; pág. 11.

(38) Debido a varias causas, entre ellas la falta de normalización, pero sobre todo a la arbitrariedad de los márgenes comerciales que se fija a sí propio cada vendedor.

la competencia de otros países productores; y cuando los frutos son adquiridos por la industria conservera la peculiaridad es que, una vez elaborados, los precios de mayoristas y detallistas suelen ser predeterminados y muy estables. En ambos casos, por lo tanto, las consecuencias de un mercado anómalo recaen sobre el exportador o fabricante, razón por la cual éstos han de cubrir ese riesgo realizando con grandes márgenes sus compras (39).

Consumo
y producción.

K) Fuera del ciclo estrictamente comercial o distributivo, señalaremos como anomalía la no acomodación del consumo en fresco de frutas y hortalizas al calendario de producción de estos productos, y también la falta de un consumo supletorio de los excedentes que los absorba mediante su industrialización u otros aprovechamientos secundarios (40).

E igualmente pueden señalarse anomalías en la producción de tales frutos, distintas según se trate del cultivo de hortalizas o de plantaciones arbóreas. El primero no se localiza siempre en las proximidades de los centros de consumo (41), y esto da lugar a múltiples daños, que origina el transporte con medios inadecuados y frecuentemente a largas distancias. Otro defecto de la producción española de hortalizas es la coincidencia en las fechas de recolección de varias de las zonas productoras, lo que origina la superabundancia de ciertos frutos en los mercados, con el desplome de precios (42). Esto es causa, en parte, de grandes oscilaciones en las superficies sembradas de algunos productos, lo que da lugar, alternativamente, a cosechas excedentarias o a otras

(39) El folleto, varias veces citado, de la A. E. P. señala el hecho anómalo de que las empresas conserveras españolas sólo alcanzan a transformar en los años de mayor actividad el 25 por 100 de su capacidad total de producción. Añade que el principal problema que se plantea a estas industrias es el del aprovisionamiento de materias primas, o sea frutas y hortalizas aptas para la transformación, ya que no pueden proporcionarse éstas en condiciones competitivas con el comercio de productos frescos, para el cual se trata de "productos acabados", mientras que la transformación añade al coste inicial el del proceso industrial, que comprende gastos generales, gastos de venta y amortizaciones. Sin contar con un porcentaje determinado de la producción en condiciones rentables, no pueden alcanzar las industrias su pleno desarrollo y se han de contentar con absorber los productos no aptos para su venta en fresco. *Organisation du marché des fruits et légumes en Espagne...*; págs. 51 y 52.

(40) No se olvide lo que decimos en la nota anterior acerca de los encontrados intereses de los conserveros y el comercio de productos frescos.

También en Italia ha sido señalada por UCOLINI la ausencia de una salida alternativa de las cantidades de productos hortofrutícolas excedentes de la demanda. Trabajo cit.; página 38.

(41) También sucede así en otros países. En Yugoslavia, dice ARSOTT, se observó recientemente que los campesinos próximos a las grandes ciudades producen maíz y otros granos en vez de hortalizas y demás frutos perecederos, que era preciso traer de sitios más alejados para satisfacer al consumidor. Obra cit.; pág. 51.

(42) En otros países la anomalía nace de la dificultad de cubrir con la producción nacional los períodos de enlace de las estaciones, como sucede en Austria con el tomate. En dicho país el desajuste entre el calendario de producción del tomate nacional y la demanda, atendida sólo con el de importación, origina un desequilibrio en el mercado, en beneficio de los importadores y en perjuicio de los consumidores, con alzas exageradas de las cotizaciones. Véase BAUMGARTNER, Paul: "Der Österreichische Tomatenmarkt". *Die Bodenkultur*. Wien, august 1961; págs. 39 y sigs.

que no bastan para atender a las exigencias de una demanda normal. En cuanto a las plantaciones arbóreas, éstas, salvo las de agrrios y algunas otras especies existentes, principalmente, en la región levantina, hasta hace poco no se han realizado en España con miras comerciales. La producción frutera procede todavía en gran parte de árboles dispersos, siendo muy pocas veces considerada como producción principal de las fincas. Sus defectos más importantes son, de una parte, la multiplicidad y falta de selección de las variedades cultivadas (43), y de otra, la desproporción existente entre las cantidades cosechadas de cada especie y sus posibilidades de exportación o de colocación en el mercado interior.

L) Existen en este grupo mercados peculiares, como el de la patata, en el que, por tratarse de un producto básico en la alimentación de las clases modestas, la elasticidad-ingreso de la demanda es distinta a la de las hortalizas propiamente dichas (44). Sus crisis periódicas se deben a las alternativas: exceso de ofertaciones ruinosas-retraimiento del cultivo-subida de precios-incremento del cultivo-cotizaciones ruinosas; lo que encierra la cuestión en un círculo vicioso. Además, la meteorología, el calendario y otros factores, hacen aún más complejo el problema (45).

Graves crisis en la comercialización de la patata tienen lugar también, a veces, en algún otro país (46).

Mercados
peculiares
y afines.

(43) Véase lo que dice GARCÍA GISBERT respecto a los agrrios. Trabajo cit.; págs. 66 y 91. Del excesivo número de variedades de las especies hortofrutícolas se quejan también los italianos "che spesso non consente il formarsi di disponibilità omogenee sufficienti per rendersi evidente sul mercato, per alimentare una propria domanda, per dar vita ad un proprio prezzo". ALBERTARIO, Paolo: "La tutela dei prodotti agricoli italiani sui mercati nazionali ed internazionali", *Agricoltura*, Roma, noviembre 1961; pág. 30.

(44) Mientras las frutas y hortalizas pertenecen a la categoría de los llamados por los economistas productos alimenticios "protectores", cuyo consumo aumenta a medida que crecen los ingresos, las patatas figuran entre los productos alimenticios "productores de energía", cuyo consumo, por el contrario, disminuye en el mismo caso. Véase PAI-KANG CHANG: *Agricultura e Industrialización*, México, 1951; pág. 48. Y COHEN, R. L.: *Economía de la Agricultura*. Traducción de Manuel Mesa, 2.ª edición, México, 1946; pág. 119. Sin embargo, la curva de elasticidad-ingreso de las patatas respecto al consumo es irregular. Según datos que inserta un autor español, referidos a Norteamérica, al aumentar los ingresos desciende regularmente y progresivamente el consumo de cereales y legumbres secas y aumentan, por el contrario, también de un modo regular y progresivo, el de los productos llamados "protectores", destacándose entre todos el de frutas y verduras. Pero el consumo de patatas, primero asciende bruscamente y luego desciende de un modo lento. ZORRILLA, Angel: *Introducción a la Economía Agraria Española*, Parte I, "Productos de mercado interior", Madrid, 1960; págs. 155 y 156.

(45) Véase lo que dice TAMAMES: Obra cit.; págs. 76 y 77. Y confróntese también ZORRILLA, Angel: "Agricultura, actualmente de mercado interior, y ganadería", en *Estudios sobre la unidad económica de Europa*, tomo VII (ya cit.); págs. 133 y sigs.

(46) Recuérdese lo sucedido en Portugal. Aunque más bien el problema en la nación vecina es de exceso de producción, los errores cometidos en la comercialización, agravados por la insuficiencia de medios de transporte para la rápida y perfecta distribución de un producto tan deteriorable y perecedero, dieron lugar a un grave conflicto durante la campaña de 1958. Se perjudicó el fruto, y se quejaron a un tiempo labradores, almacenistas, intermediarios y consumidores. Véase el documentado estudio "Crise no mercado da batata", publicado en *Diário Ilustrado*, Lisboa, 2 de marzo de 1958, y números siguientes de los días 3, 4, 5 y 6 del mismo mes y año. Y también "Os problemas da produção, comercialização e escoamento da batata", *Diário da Manhã*, Lisboa, 7 de marzo de 1958.

Y hay, además, mercados afines al de frutas y hortalizas, como el de las flores, que, aunque tiene cierta autonomía, es de características análogas al de aquél. Sus principales anomalías son la distribución irregular y los precios desproporcionados (47). En cuanto a la producción, se señalan deficiencias en la calidad y selección de variedades, así como en la protección de los cultivos contra los accidentes meteorológicos, que ponen en peligro la continuidad del comercio con el extranjero (48).

Animales
y productos
pecuarios
percederos.
Ganados,
carne y pieles.

III. A) Después del complicado y anárquico mercado de frutas y hortalizas, examinaremos el de animales y productos pecuarios percederos. No se registran anomalías de importancia en el mercado de ganado para vida, salvo algunas irregularidades en las curvas de oferta y demanda, debidas a la escasez de piensos que se produce en ocasiones y que es seguida de importaciones de éstos mal calculadas. Por el contrario, existen muchas anomalías en el mercado de animales para carne, siendo las más destacadas el abastecimiento imperfecto y los precios generalmente inasequibles para un gran sector del consumo. Es imperfecto el abastecimiento de este mercado, no sólo porque los consumidores no encuentran siempre carne de la especie y calidad que desean, sino, especialmente, por la irregularidad de los arribos de reses a los mataderos, ya que unas veces son insuficientes y en ciertas épocas son excesivos. Esto último se viene repitiendo con el ganado lanar, pues en las épocas de abundancia de corderos se producen grandes aglomeraciones de éstos, lo que provoca la caída de los precios, además de otros males: propagación de enfermedades, pérdidas de peso y de vidas, etc., originadas por el forzoso alojamiento de las reses en locales reducidos e inadecuados mientras esperan que les llegue su turno para el sacrificio. Pero aún se registra con este motivo otra anomalía mayor: la de que las bajas cotizaciones del ganado en la producción apenas tienen re-

Véase, respecto a los Estados Unidos, en la obra citada de BENEDICT y STINE: *Troubles in the Postwar Years* (pág. 424), donde se exponen las dificultades surgidas en el mercado de la patata durante los primeros años de la posguerra.

También en Colombia constituye uno de los principales problemas de su economía agrícola el de la conservación de la patata para su mejor distribución entre las fechas de la recolección y las más alejadas de ésta. Véase "La Papa Sobrante", *Carta Agraria*, Bogotá, 1.ª quincena marzo 1963; pág. 3.

(47) El mercado nacional de flores "se halla en una situación de desorientación y desorganización total, debido, sin duda, a que ni siquiera en las grandes poblaciones existe un Mercado Central para las flores que regularía automáticamente su distribución y evitaría el desequilibrio entre el coste de las flores al consumidor y el precio obtenido por el agricultor". Sindicato Nacional de Frutos y Productos Hortícolas: *Memoria. Año 1958*. Madrid, 1959; pág. 177.

(48) Véase *Idem*; págs. 172 y 173. Y también "Nuestra floricultura y su comercialización". A B C. Madrid, 5 de abril de 1963.

percusión en los precios de la carne, los cuales siguen siendo tan altos que no dan lugar a un aumento compensatorio de la demanda.

Respecto al consumo de carne en España (49) debe subrayarse la discordancia entre el consumo real y el probablemente deseado por la población, la cual, debido a la casi perfecta elasticidad de sustitución de otras proteínas, como el pescado, desvía hacia éstas la demanda. Otra particularidad del mercado de la carne es la importancia del autoconsumo entre la población rural, principalmente de la de cerdo, y, en una escala mucho más pequeña, de la de ganado lanar, cabrío y vacuno. Esto sólo tiene el defecto de las dificultades que implica en lo relativo a control sanitario, estadísticas, etc.

En cuanto a la producción de carne (50), ésta peca por exceso y por defecto. Lo primero, porque los precios altos deciden a veces a los ganaderos a enviar al sacrificio animales demasiado jóvenes o hembras, con perjuicio, a la larga, de la producción total, o a hacerlo con otros aptos para la producción lechera, con la consiguiente disminución de ésta. Y lo segundo, porque no se aprovechan todas las posibilidades de incremento de la ganadería para disponer de suficiente carne de calidad a precios convenientes. Merece señalarse también como anomalía el sacrificio para carne de ganado equino de desecho (51), al amparo de la elasticidad de sustitución de dicho producto existente en ciertos sectores del consumo (aunque sea nula en otros), con respecto a la carne de las otras especies tradicionalmente sacrificadas en España (52).

Pero más graves son, quizá, las anomalías que se registran en el mercado de la carne en otros países, tanto europeos (53) como

(49) Véase LACAL GARCÍA, M.: "El consumo de carne en España es actualmente de 21 kilogramos por habitante y año", *Revista Sindical de Estadística*, Madrid, abril-junio 1960. Según datos más recientes, el consumo *per capita* ascendió en 1961 a 23,1 kilos de carne nacional, sin incluir congelada, etc. Ministerio de Agricultura: *Anuario estadístico de la producción ganadera*. Madrid, 1963.

(50) Véase el cuadro estadístico que lleva por epígrafe "Sacrificio de ganado y producción de carne, por especies, de 1939 a 1959". Ministerio de Agricultura: *Resumen estadístico de la producción y valor de la carne. 1960*. Publicaciones del Servicio de Estadística. Madrid, 1961; págs. 40 y 41.

(51) Sin embargo, el sacrificio de ganado de esta especie, que alcanzó el máximo en 1957, descendió después ligeramente, continuando el descenso en 1960, según la estadística citada. Véase *Idem*; págs. 5, 40 y 41, especialmente.

(52) Más extendido está el consumo de esta carne en Francia, donde la principal anomalía consiste en la dificultad de abastecimiento para atender una demanda creciente. Véase "Viande de cheval", *Bulletin d'Information du Ministère de l'Agriculture*, núm. 73, París, 18 novembre 1961; pág. A6.

(53) En Francia, quizá lo más criticado hayan sido los precios, que acusan escandalosas diferencias entre la producción y el consumo; y también el exceso de intermediarios y sus beneficios abusivos, pero existen, igualmente, otras complicaciones y dificultades. Véase, sobre pasadas complicaciones, Rouy. Henri: "Le marché de la viande",

en alguno americano tradicionalmente abastecedor del viejo mundo (54). Pero esto no sucede sólo en los países de economía liberal o más o menos dirigida, sino, igualmente, en los de economía socialista, pues en la Unión Soviética se señalan también deficiencias tanto en la producción como en la distribución de la carne (55).

Salvo en algunos mataderos que cuentan con instalaciones apropiadas para la conservación de las pieles, y, en general, en los de los grandes centros de consumo, donde, por tratarse de importantes cantidades, cabe el trato directo con los industriales del ramo, la comercialización defectuosa de este producto origina enormes pérdidas, en primer lugar por el menoscabo sufrido en poder de los tenedores, que esperan a veces demasiado tiempo la llegada de los acopiadores, y en segundo término por el encarecimiento que supone la intervención de éstos. También se quejan los adquirentes de las pieles de los daños ocasionados a éstas, tanto por el modo inadecuado de dar muerte a las reses, como por el uso para estimular al ganado de puyas o aguijadas (56).

Leche
y productos
lácteos.

B) La situación del mercado de la leche en España es muy desigual, pues aunque en los lugares donde ya han sido organizadas las centrales lecheras no exista otra anomalía que la del empeño de algunos productores en seguir realizando sus ventas

Terres de France, París, diciembre 1955; págs. 19 y sigs. Y sobre otras dificultades más recientes, por ejemplo, los periódicos *L'Aurore*, París, 2 de octubre de 1959; *Combat*, París, 4 de octubre de 1959; *Le Figaro*, París, 17 de agosto de 1961. Y respecto a la carne de caballo, *Combat*, París, 13 de octubre de 1959.

Tampoco en Inglaterra marcha bien el mercado de la carne. Véanse las peticiones de protección y reglamentación hechas por los productores en *The Times*, Londres, 22 y 24 de enero de 1962.

(54) Aludimos a la República Argentina, donde las perspectivas de exportación de carne han llegado a ser francamente desfavorables, saturándose, en cambio, el mercado interior con sacrificios indebidos, incluso de madres de cría. Además, la calidad ha descendido mucho. Véase *New York Times*, Nueva York, 14 de junio de 1962.

(55) En 1957 decía un conocido diario moscovita, en grandes titulares, con palabras del discurso de Jruschhev a los trabajadores y técnicos agrícolas reunidos en Leningrado: "V BLLIYAYSCHIE GODŪ DOGNATH SOEDINENNUIE SCHATŪ AMIERIKI PO PROIŽVODSTVU MĪASA..." [Por carecer en la imprenta de caracteres cirílicos, escribimos las palabras rusas en caracteres latinos, señalando con una tilde aquellas letras cuya pronunciación no es exactamente igual a la castellana]. O sea, señalaba como meta la de "EN LOS PROXIMOS AÑOS ALCANZAR A LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA EN LA PRODUCCION DE CARNE..." Cfr. *Izvestia*, Moscú, 24 de mayo de 1957. Sin embargo, algunos años después confesaban los dirigentes soviéticos que no sólo el plan de producción de carne no había sido alcanzado, sino que existían dificultades para el abastecimiento de tal producto, lo mismo en Moscú que en otras ciudades. Y en el discurso inaugural de la reunión anual del Comité Central del Partido Comunista confesó Jruschhev que la causa "no es tanto la ineficiencia de los sistemas de distribución cuanto, sencillamente, el hecho de que no hay carne suficiente". Véase *Boletín de Información Extranjera del Instituto de Estudios Agro-Sociales*, Madrid, enero-febrero 1962, pág. 74; marzo-abril 1962, págs. 23 y 25; septiembre-octubre 1962, pág. 41.

(56) A propósito del mercado de pieles, conviene subrayar la paradójica situación planteada en cuanto al fomento del ganado cabrío, hoy reducido a unas pocas comarcas donde existen pastos inaccesibles a otras especies de ganado, pero de cuyas pieles existe gran demanda, aunque de su carne pueda prescindirse por la marcada elasticidad de sustitución entre ella y la de otras especies.

al margen de la ordenación prevista, sin embargo en muchos otros sitios, incluidos importantes centros de consumo como Madrid, el mercado continúa siendo anárquico. Sus principales defectos son: la inseguridad del productor de poder dar salida a la totalidad de un artículo tan perecedero como éste; el acopio y la distribución defectuosos; la falta de garantías en cuanto a la pureza y estado sanitario del producto, y los precios no convenientes, desiguales para el consumidor y poco remuneradores para el productor.

El consumo de leche no se ajusta tampoco al ideal, pues debido quizá a que se considera por muchas personas como un alimento más propio para enfermos que para sanos (57), no alcanza el mismo la cifra conveniente para la salud de los españoles (58), sobre todo para el buen desarrollo de los niños, siendo también irregular por tal motivo. Los excedentes, cuando no se pierden, son dados a la crías (59), por no estar organizada debidamente la industrialización de aquéllos. La producción, además de la falta de expansión en la medida deseable y posible, adolece de otro mal, si bien éste es parcial: el de la existencia de vaquerías en el centro de las grandes ciudades, en las que los animales viven condenados a estabulación perpetua y propensos a adquirir la

(57) O que es sólo una bebida para niños, y a otros prejuicios. Véase *El mercado lechero en Madrid*. Consejo Económico Sindical. Gabinete Técnico. Cuaderno núm. 1. Madrid, noviembre 1960; pág. 8.

Esto ocurre, igualmente, en la Argentina. Véase *Boletín para la Prensa y la Radio*. F. A. O. México, 30 julio 1960. También en el Perú una superstición limita el consumo de carne y leche por las futuras madres, al suponer que producen dolores articulares. Véase también loc cit.

(58) Esta fué en 1958 de 71,5 litros por habitante y año, muy baja comparada con la de otros países de Europa. Aunque superior a la de Italia, 52,2; no alcanza la de Francia, 100,2 en 1958 y 90 en 1959; o la de Alemania Occidental, 121; ni mucho menos la de Inglaterra, 153; u Holanda, 175; distando bastante de las máximas europeas de Suecia, 222, y Finlandia, 270; y aun de la de los Estados Unidos, 160. Cfr. *Industrias derivadas de la ganadería. Industrias lácteas*. I Congreso Sindical. Documentación Técnica. Cuaderno núm. 8. Madrid, 1961; pág. 14. Y *Bulletin d'Informations CEA*. Brougg, juillet-août 1960; pág. 11.

Según otra estadística posterior: "En 1961 la leche para consumo directo humano representa 65,56 litros por habitante". *Anuario estadístico de la producción ganadera*. Ministerio de Agricultura. Madrid, 1963; pág. XVIII.

(59) España es uno de los países que dedica a la crianza un porcentaje más elevado de leche. "De acuerdo con el I Congreso Nacional Ganadero, este porcentaje no debería ser superior al 10 por 100, pero en el momento actual se encuentra muy alejado del mismo, a pesar de haberse reducido desde un 26 a un 24 por 100. Aun así, esta cifra es muy superior a la mayoría de los países europeos y, desde luego, distanciadísima del 3 por 100... cantidad dedicada a la alimentación de crías del total de producción de los Estados Unidos". *El mercado lechero en Madrid*; pág. 23. Cfr. el folleto citado en la nota anterior, *Industrias derivadas de la ganadería. Industrias lácteas*; pág. 8. Otra estadística posterior acusa una disminución de la leche consumida por las crías en 1960 con relación a 1959. Véase Ministerio de Agricultura: *Resumen estadístico de la producción, destino y valor de la leche. 1960*. Publicaciones del Servicio de Estadística. Madrid, 1961; págs. 5 y 6. Y, según los últimos datos estadísticos, para consumo de las crías se destina el 25 por 100 de la leche de vaca, el 56 por 100 de la de oveja y el 21 por 100 de la de cabra. *Anuario estadístico de la producción ganadera*; pág. XVII.

Sin embargo, aunque está en relación con el precio de la carne, también es muy elevada la cifra que alcanza en Francia la leche consumida por los animales, la cual es apartada previamente por los granjeros, que venden sólo el excedente. Cfr. KILLING, J.: *L'organisation laitière française*. "Terres de France", núm. XII. Paris, décembre 1955; pág. 9.

tuberculosis y otras enfermedades; con lo que, además de otros inconvenientes de tal sistema de organización ganadera, la leche obtenida no puede ser buena, constituyendo un peligro para la salud de los que la consumen.

La existencia de anomalías y dificultades es también la característica del mercado lechero en otros países europeos (60) y no europeos (61).

La distribución y venta de los productos lácteos, fruto de la industrialización de la leche, que aleja el peligro comercial de su perecibilidad, no ofrece sensibles anomalías. El consumo de aquéllos, si se exceptúa el queso, está poco extendido en España (62), pero todos son susceptibles de una mayor expansión. En cuanto a su producción, es y seguirá siendo desordenada mientras no se integre y acople en una perfecta ordenación lechera (63).

(60) En Francia, durante el último medio siglo la producción lechera ha atravesado varias crisis agudas: dos de excedentes, o más bien de desequilibrio en beneficio de los consumidores, en 1922-1923 y 1932-1934, y una de escasez, en 1940-1947. En los períodos de excedentes los consumidores sólo deseaban que siguiera la baja, y los productores reclamaban protecciones, subvenciones y reglamentaciones, haciendo responsables de todo a los intermediarios. En el período de escasez se cambiaron los papeles entre productores y consumidores, pero, igualmente, se culpaba a los intermediarios de todos los males. A fines de 1949 volvieron a equilibrarse la producción y el consumo; sin embargo, aunque en ciertas zonas el mercado se regularizó, en otras siguieron las anomalías en cuanto a la producción, la distribución intermitente y el descenso de la calidad de la leche. Idem *id.*; págs. 15 y 17.

En el mercado lechero inglés existen también problemas, especialmente de producción y precios. Véase el comentario de un gran diario: "Producer uncertainties on milk prospects", *The Times*, Londres, 1.º de mayo de 1961, y los números del mismo periódico de 8 de mayo de 1961 y 22 de enero de 1962. Igualmente hay dificultades lecheras en Suiza. Véase *Le Paysan Suisse*, Brugg, junio 1960; y también diciembre.

Y como ejemplo de organización distributiva defectuosa en una gran ciudad, véase una crítica del abastecimiento de leche en Roma, donde se hace una propaganda inadecuada para favorecer el consumo, mientras que la empresa municipalizada encargada del suministro empeora la calidad del producto y con sus abandonos hace que no se encuentre en estado fresco. *Cárido*, Roma, 24 settembre 1961.

(61) En Méjico se señalan el desajuste entre la oferta y la demanda, la adulteración y las escasas garantías sanitarias. FLORES, Edmundo: *Tratado de Economía Agrícola*, Méjico, 1961; págs. 223 y 231. Cfr. con lo dicho por AMADOR ALONSO, Celia: "Abastecimiento de leche fresca en la ciudad de Méjico", *Revista de Economía*, Méjico, febrero 1956; págs. 36 y sigs.

En los Estados Unidos también plantea problemas la comercialización de la leche; como, por ejemplo, los relacionados con la influencia en la fijación del precio medio, de las distancias desiguales que han de recorrer los abastecedores de los grandes centros de consumo; y también los derivados del obstáculo que constituyen los precios altos de la leche de primera calidad para el establecimiento de un precio objetivo. Véase BABB, Emerson M.: "Intermarket Milk Price Relationship and Implications", *Journal of Farm Economics*, Menasha (Wisconsin), december 1962; págs. 1567 y sigs.

(62) Véase, sobre el consumo de derivados lácteos en España y en otros países, *El mercado lechero en Madrid*; págs. 59, 57 y 58.

(63) Una curiosa repercusión del progreso técnico, que a veces sustituye una materia prima por otra más conveniente, con el consiguiente trastorno en el mercado de ambas, registra en Francia KEILLING respecto a los productos lácteos. La salida principal de las leches descremadas era la caseína, destinada a fabricar materias plásticas; pero al reemplazar esta industria la caseína por los derivados de la celulosa y por los productos de síntesis, la caseína ha perdido una parte muy importante de su clientela, dando lugar a la afluencia de las leches descremadas a las industrias quesera y de leche en polvo. Además, con frecuencia, la leche ya no se descrema, transformándose en queso, lo que reduce la producción de mantequilla. Y, por otra parte, la industria quesera se ha orientado hacia los quesos de venta rápida, de lo que resulta una reducción de las existencias de productos lácteos y una oferta excesiva de quesos de pasta blanda, con otros trastornos y dificultades en el mercado. Véase trabajo cit.; págs. 12 y 13.

También existen en Inglaterra dificultades con los productos lácteos. Véase *The Times*, Londres, 1.º de mayo de 1961, ya cit.

C) Respecto al mercado de animales de corral y caza, quizá puedan señalarse como anomalías el imperfecto abastecimiento, la falta de generalización de los métodos modernos de presentación y venta de estos artículos, cuyo uso se limita a la venta de pollos congelados en los autoservicios y asados en los bares, y la escasa producción de conejos, que podrían suministrar una carne barata en todas las épocas (64).

Animales
de corral.
caza y huevos.

En cuanto al mercado de los productos derivados, de una parte es muy escasa la cría de conejos cuyo pelo es susceptible de aprovechamiento industrial, existiendo desorientación en algunos de los que se dedican a ella acerca de la colocación de este producto; y, por otra parte, a la comercialización de las pieles es aplicable cuanto dijimos al tratar de los subproductos ganaderos.

Han sido defectos tradicionales del mercado de huevos en España la necesidad de recurrir a las importaciones para cubrir las mínimas exigencias del consumo (65), las grandes oscilaciones de precios (66) a causa de la influencia del calendario en la producción, y el coste elevado de los servicios de distribución (67). Pero, excepto esta última, en la actualidad tales anomalías sólo subsisten en parte. En cuanto al consumo, aunque es difícil calcular la cifra exacta de consumo medio por habitante y año, ésta «no cabe duda de que resulta baja en comparación con los países centroeuropeos» (68). Algunas dificultades se registran también en otros países (69).

IV. A) Para examinar las anomalías del mercado de productos industrializables en su totalidad, o en su mayor parte, haremos con ellos dos grupos, incluyendo en uno los más perece-

Productos
industrializables.
Clases.

(64) En Italia, y con referencia exclusiva al mercado avícola, se ha puesto de relieve como defecto más evidente del mismo la existencia de "una stridente rottura fra commercio all'ingrosso e commercio al minuto di questa derrata, con una facile possibilità di guadagno estemporaneo da parte del rivenditore al dettaglio e non certamente a vantaggio della produzione e del consumatore". TASSINARI, Attilio: "Consumo, mercati ed economia nel commercio dei prodotti avicoli. *Agricoltura*, Roma, agosto 1960; pág. 42.

Una curiosa anomalía, en relación con el abastecimiento de carne de ave, ha sido denunciada en la Unión Soviética, donde se han adoptado medidas contra los criadores de aves en las ciudades, acusados de comprar pan con exceso y darlo a los animales. Véase *Le Monde*, París, 2 de octubre de 1962.

(65) Véase, acerca de España como país importador, Orozco (Fernando), Sobrino (Francisco) y Paz (Antonio): "Estudio sobre las posibilidades de mercado de la producción española de huevos", *Moneda y Crédito*, Madrid, diciembre 1962; págs. 140 y sigs.

(66) Los autores citados en la nota anterior hablan de faltas de previsión que trajeron consigo en algún momento "la fuerte caída de los precios al productor". Idem; pág. 149.

(67) Idem id.; pág. 167.

(68) Idem id.; págs. 142 y 143. Otro autor da la cifra de 70 por persona y señala la fuerte elasticidad positiva de la demanda. ZORRILLA, Angel: Estudio cit.; pág. 140.

(69) De las perturbaciones del mercado de huevos en los Estados Unidos durante los años de guerra y posguerra hablan BENEDICT y STINE: Obra cit.; págs. XXXI y sigs. Véase también "Characteristics of the Market". Idem; págs. 259 y sigs. Asimismo, en Francia se han registrado oscilaciones en el mercado huevero, que motivaron la adopción de medidas oficiales para su regulación. Véase, por ejemplo, *Bulletin d'Information du Ministère de l'Agriculture*, 20 février 1960; págs. A0 a A1.

deros, como la remolacha azucarera, el tabaco y el lúpulo, y en otro los textiles de origen vegetal o animal que, por lo general, se conservan mucho tiempo sin alterarse.

Perecederos.

B) Los productos industrializables se caracterizan por la concentración de la demanda. Esta concentración llega a veces al monopolio, como en el tabaco (70). Respecto a este producto existen, además, dificultades de absorción por nuestro mercado interior del tabaco de producción nacional, que son debidas a la deficiente calidad de gran parte del mismo (71).

En cuanto a la remolacha azucarera, aunque, según TAMAMES, las empresas adquirentes del producto «constituyen, cada una en su demarcación, un monopolio de demanda, lo que les proporciona una situación privilegiada ante la oferta atomizada de los cultivadores» (72), nosotros sabemos que en ciertas zonas han venido actuando a la vez dos empresas azucareras, disputándose los contratos de cultivo con los agricultores de cada localidad (73). Claro es que al fijar el Gobierno los precios y aprobarse oficialmente hasta un modelo de contrato, la competencia en este caso ha tenido que limitarse a aquellas medidas, al margen del contrato, con las que las azucareras perjudican a los cultivadores cuando actúan monopolísticamente (74), como son el retraso o la interrupción en la recepción de la remolacha, el pago también retrasado a veces exageradamente, y los descuentos abusivos con pretexto del barro adherido a la raíz u otras causas. Al competir dos o más empresas, la eliminación de estas anomalías ha solido

(70) El tabaco está intervenido en su cultivo, preparación, elaboración y distribución. En sus dos primeras fases por el Servicio Nacional del Cultivo y Fermentación del Tabaco, y en las otras dos por el Monopolio de Tabacos, a través de la Tabacalera. Anualmente, una Orden del Ministerio de Agricultura regula la campaña del tabaco. En ella se establecen los tipos de tabaco cuyo cultivo se autoriza y las superficies para cada uno de ellos, así como sus precios. TAMAMES: Obra cit.; pág. 139. Acerca de los excesos de dicho intervencionismo, véase la dura crítica de una revista, la cual subraya, entre otras cosas, que, según dice la Orden de 6 de febrero de 1963, los "Jefes de Zona podrán destruir cualquier plantación que no arroje una cosecha probable de 25 kilogramos", *sin hablar para nada de indemnización o recursos previos o de que sea oída el interesado*. "El cultivo del tabaco", *Balace* (Revista de Política Económica), Madrid, 1 de marzo de 1963; pág. 4.

(71) Cfr. GONZÁLEZ PAZ, José: "El cultivo del tabaco en España", *De Economía*, Madrid, noviembre-diciembre 1957; pág. 637. No obstante, el mismo autor señala como contraste el desequilibrio existente entre la producción y el consumo, que obliga a importar tabaco ya elaborado. *Idem*; pág. 636.

(72) Obra cit.; pág. 127.

(73) Sin embargo, últimamente, también estas empresas se concertaron en perjuicio de los agricultores, repartiéndose las zonas de contratación y no dejando a aquéllos otra alternativa que la sumisión incondicional o la abstención de sembrar remolacha.

(74) Como afirma TAMAMES, en la industria azucarera existen claros indicios monopolísticos. Las empresas "están agrupadas en la Asociación de Fabricantes de Azúcar, órgano al margen de la organización sindical...", pueden negarse a tomar la producción por encima de la contratada, o bien no realizar rápidamente la recogida de la efectivamente contratada; asimismo, realizan otra serie de prácticas típicamente monopolísticas". *Loc. cit.*

ser el arma utilizada para atraerse a la clientela, además de esmerarse en la entrega y calidad de semillas y abonos, así como en la concesión de anticipos y de ser más tolerantes en la interpretación de las cláusulas contractuales.

Existe, sin embargo, otro hecho más anómalo y perjudicial para los agricultores en la comercialización de la remolacha azucarera: éste es que mientras los precios del azúcar han experimentado un incremento constante durante los últimos años, los de la remolacha no han seguido el mismo ritmo (75). O sea que los consumidores pagan más caro el azúcar, principalmente, en beneficio de las empresas azucareras, sin que los agricultores incrementen correlativamente sus ingresos de un modo proporcional, lo que contribuye a aumentar la disparidad existente entre la renta industrial y la agrícola. Pero aún hay más, y es que los rendimientos en azúcar y, por consiguiente, el valor intrínseco de la remolacha han venido aumentando progresivamente, y al no haberse reflejado este fenómeno en los precios pagados al productor (76), el beneficio íntegro del mismo ha ido a parar a la industria azucarera (77).

En cuanto a consumo y producción, la existencia de grandes excedentes de azúcar en el mundo hace necesario limitar su producción a las necesidades del consumo nacional. Sin embargo, ha habido de todo: cosechas deficitarias y cosechas excedentarias de remolacha, con consumo de azúcar racionado y con exportaciones a veces desastrosas desde el punto de vista económico.

Las mismas o parecidas anomalías se registran también en otros países, en beneficio de los industriales azucareros y en perjuicio del interés particular de las empresas agrícolas (78).

En general, es aplicable a la comercialización de la caña de azúcar con destino a la industria todo lo que hemos dicho respecto a la remolacha (79).

El otro producto destinado a la industria que hemos incluido

(75) Se han mantenido, dice TAMAMES, "prácticamente congelados". Idem.

(76) Otro indicio de monopolio, afirma también el ya mencionado economista, "lo constituye el hecho de que el precio de la remolacha, en la realidad, parece que no se fija en escala, según riqueza, del modo riguroso que sería de desear". Idem.

(77) Esto es un claro ejemplo que nos explica por qué la renta de la industria es superior y aumenta más rápidamente que la de la agricultura.

(78) Véase, con respecto a Italia, Moruzzi, Luigi: "Profili della vendita di prodotti agricoli con prezzo a riferimento e contratti di integrazione verticale", *Rivista di Diritto Agrario*, Milano, luglio-settembre 1961; págs. 394 y 395, nota 4. Y con respecto a Francia, *France Soir*, París, 2 y 8 de octubre de 1959, y *La Croix*, París, 13 de octubre de 1959.

(79) Véase TAMAMES, el cual subraya, entre otras cosas, que tanto el cultivo de la remolacha como el de la caña se contratan con la correspondiente empresa azucarera, la cual "no está obligada a recibir la remolacha y caña producidas en superficies distintas a las especificadas en los contratos", que los precios los fija el Gobierno para cada zona, etc. Obra cit.; págs. 124 y sigs.

en el mismo grupo que el tabaco y la remolacha es el lúpulo; de mucha menos importancia que aquéllos, ya que su volumen de producción es escaso, y tanto el consumo actual como sus posibilidades de expansión son también muy limitadas. Su mercado, ahora más normalizado, ha pasado por momentos difíciles, debido casi exclusivamente a una sola anomalía: el desabastecimiento, originado por la dificultad de importarlo de los países tradicionalmente productores. Después se logró el equilibrio entre la demanda y la oferta, fomentando la producción nacional, aunque con la limitación y monopolización de cultivo y demanda (80).

Textiles.

C) Pasando a los productos textiles, observamos que, a pesar de su menor percibibilidad, lo cual, teóricamente al menos, permite una mayor resistencia para su ventajosa comercialización por agricultores y ganaderos, sin embargo no se realiza ésta sin graves anomalías.

Empezaremos por estudiar las del mercado del algodón. En él, sin embargo, hay que distinguir dos épocas: la anterior y la posterior al Decreto de 10 de febrero de 1962 sobre ordenación de la producción algodonera. No es que consideremos como defecto la intervención oficial en la organización del mercado del algodón (81), pero sí se aparta de lo que debe ser un mercado ideal la adopción de un régimen de carácter monopsonico, con los inconvenientes que éste implica para los vendedores (82). Y de esta naturaleza era el existente en España hasta el Decreto citado. En efecto, los cultivadores estaban obligados a entregar a la entidad concesionaria de su zona y ésta a adquirir la totalidad de su cosecha de algodón bruto (83); y aunque los precios fuesen fijados oficialmente, las empresas concesionarias, como dice TAMAMES, actuaban «en sus respectivas zonas como monopolios de demanda», gozando, «por tanto, de una posición muy ventajosa frente a los cultivadores» (84). Basándose en dicha posición privilegiada, pa-

(80) Véase la regulación e intervención oficial de este cultivo en la Orden de 10 de noviembre de 1937 y en las varias disposiciones dictadas a partir de ella.

Véase, sobre el auge del cultivo del lúpulo, *Agricultura* (Revista agropecuaria), Madrid, agosto 1959; pág. 435.

(81) Anualmente el Gobierno fija las normas que han de regir en la campaña del algodón nacional y, asimismo, determina los precios.

(82) Véase BARRE, Raymond, y MARCHAL, André: *Economie Politique*. Tome premier. Troisième édition. Paris, 1959; págs. 534 y sigs.

(83) Existían nueve empresas concesionarias, con 27 factorías dedicadas al aprovechamiento del producto del algodonero, todas ellas localizadas en las mismas áreas del cultivo. La mayoría de ellas estaban «constituidas por empresas textiles de Cataluña y por terratenientes de las zonas respectivas». TAMAMES: Obra cit.; pág. 133.

(84) Loc. cit. Esta posición se fortalecía «aún más, en términos generales —añade el mismo autor—, por las fuertes conexiones existentes entre las concesionarias y por su participación en el Consejo de Administración del Instituto de Fibras Textiles, que es el órgano en el que se preparan todas las disposiciones oficiales sobre el algodón nacional». Idem.

rece ser que las mencionadas empresas no cumplían plenamente sus obligaciones: la calidad de la semilla no era siempre la adecuada, el asesoramiento técnico era insuficiente, se producían demoras abusivas en la recepción del producto y tampoco era inmediato el pago del algodón entregado (85).

Pero lo peor del caso era que el comprador único no era, como ocurre con la remolacha, el consumidor del producto, sino un mero intermediario, ya que las entidades concesionarias, también a precios oficiales, ponían a disposición del Instituto de Fomento de la Producción de Fibras Textiles la totalidad de la fibra producida, y el Instituto la cedía a su vez al Centro Algodonero Nacional, que bajo la supervisión oficial la distribuía entre las empresas textiles consumidoras (86). Como se ve, se creó, quizá innecesariamente, una cadena de intermediarios; y se habla de beneficios extraordinarios y de una grave y anómala disparidad de precios, en ciertos momentos, entre la producción y el consumo (87).

La situación descrita ha cambiado a partir del citado Decreto de 1962, aunque sólo en parte (88). Pero, a pesar de que la nueva regulación concede mayor amplitud a la iniciativa privada, haciendo posible la competencia que ya empieza a existir «entre las habituales empresas (antiguas concesionarias), las cooperativas y las nuevas entidades desmotadoras» (89), también siguen existiendo anomalías, pues los agricultores se quejan no sólo de los precios, sino de cosas más graves: clasificaciones arbitrarias, descuentos, negativa a adquirir el algodón contratado, etc. (90).

También se registran y se han registrado anomalías en el mercado algodonerero de otros países: bajos precios, oscilaciones de éstos, intervencionismo, etc. (91).

(85) De esto último se quejaron los cultivadores de algodón en la VI Asamblea de Hermandades de Agricultores y Ganaderos, celebrada en 1957. Véase, también, TAMAMES: *Idem*; págs. 133 y 134.

(86) *Idem id.*; pág. 134.

(87) "El desmotado, con ser una operación industrial relativamente fácil, dió a las concesionarias, durante varios años, el derecho de venta de una parte de la producción de fibra a los industriales a precios que oscilaban, en época de dificultades de importación, entre 80 y 90 pesetas, mientras que el algodón en bruto al agricultor se le pagaba entre 7,70 y 17 pesetas; por tanto, el margen de beneficio de las concesionarias durante los años en que estuvo vigente la libertad de venta, debió ser extraordinariamente alto". *Idem id.*; pág. 133.

(88) Ya que subsisten las empresas concesionarias, cuya concesión no ha caducado. Véase la Disposición Transitoria Primera del Decreto.

(89) Véase *Campo* (Suplemento Semanal). Sevilla, 6 de abril de 1963; pág. 2.

(90) Véase *Idem*, núms. de 3 de noviembre de 1962, págs. 1 y 2; 22 de diciembre de 1962, pág. 2; 2 de febrero de 1963, pág. 2, y, especialmente, el de 9 de febrero de 1963, en el que se dice: "es intolerable que, estando aún mucho algodón en el campo, los contratantes (Entidades, Cooperativas, etc.) se nieguen a admitir más algodón, que tienen comprado y obligación de recibir, que se pretenda decir que todo son desechos y que lo que costó coger cinco pesetas, cuando menos, sólo de mano de obra, lo abonen a seis pesetas y como quien hace un favor" (pág. 1).

(91) Véase, por ejemplo, respecto al algodón norteamericano, BENEDICT y STINE: *Obra citada*; págs. XXI y sigs., 3, 33 y 41 y sigs.

Respecto a otras fibras textiles, como el lino, el cáñamo, etc., más que anomalías de comercialización, cabe señalar deficiencias de producción. Esta, muy importante en otros tiempos, después de un fuerte retroceso, tiende a recuperarse. Pero, sobre todo, la demanda de fibras bastas nacionales se ve muy afectada por las importaciones de otras extranjeras, como el yute, ya que entre ellas existe una estrecha relación de sustituibilidad.

Una de dichas fibras, el esparto, es quizá el producto cuyo mercado ha experimentado más desconcertantes cambios durante los últimos veinte años (92). Después de la guerra civil la demanda, tanto la de esparto largo para usos textiles como la de esparto corto o papelerero, fué exageradísima (93), enriqueciéndose lo mismo los propietarios de espartizales, que los negociantes, intermediarios entre aquéllos y la industria, debido no sólo al alto nivel de precios alcanzado, sino también a la rapidez de las alzas en las cotizaciones. Pero después la demanda cayó verticalmente, llegando a ser nula y perdiéndose las cosechas sin recoger en el monte, con graves consecuencias para la economía de las comarcas productoras (94). Más recientemente, una reactivación accidental del mercado (95) se vió amenazada por importaciones inoportunas y poco meditadas, no ya de productos sustitutos, sino de esparto procedente de Marruecos y Argelia (96). Y también, últimamente, las importaciones de pasta de madera han contribuido a la falta de demanda de esparto papelerero. Agrava la situación del mercado del esparto el hecho de haberse fomentado la producción de esta fibra sin tener la seguridad de su posible colocación en el futuro (97).

(92) Antes, además de su destino tradicional: confección de sogas, espuestas, capachos para la extracción de aceite, etc., había llegado a ser importante el volumen de su exportación al Reino Unido. Esto originó un aumento de la renta de las zonas semiáridas del Sureste de la Península, donde se produce esta fibra, remediando también el paro estacional de los trabajadores del campo, hasta que dicha exportación decayó por la competencia de otros productos sustitutos.

(93) Llegaron a hacer antesala los compradores en el domicilio de los propietarios o arrendatarios, pugnando por la adquisición de las cosechas.

(94) Las consecuencias perniciosas del desequilibrio del mercado espartero han afectado tanto a los particulares como a los municipios. En cuanto a éstos, la venta del esparto cosechado en los montes de su patrimonio llegó en algunos a producir una suma que excedía en mucho de la cifra de sus presupuestos habituales, haciendo innecesaria la tributación de los vecinos. Luego cesó la demanda, se declararon las subastas desiertas y se trastornaron totalmente los presupuestos y las haciendas locales. Por lo que se refiere a los particulares, el desequilibrio repercutió en la contratación y tasación de fincas. En la primera, porque en la época de prosperidad, ante una oferta casi nula, existían multitud de compradores dispuestos a adquirir espartizales a cualquier precio, ya que eran fincas de gran productividad, además de ser su explotación cómoda y barata; ocurriendo lo contrario cuando la depresión del mercado del esparto mermó o anuló la productividad. Y respecto a la tasación, realizada, por lo normal, mediante la capitalización de la renta, la gran subida de ésta y luego su descenso a cero en algunos casos, dió lugar a grandes injusticias en las particiones hereditarias.

(95) Debida, al parecer, a una mala cosecha de yute en el Pakistán.

(96) Véase *A B C* de 12 de mayo y 17 de junio de 1961.

De los productos textiles de origen animal merece especial consideración, por lo que se refiere a sus anomalías, el mercado lanero (98). La desligazón entre los productores de lana y los industriales ha hecho surgir los intermediarios (99), que, naturalmente, encarecen el producto y que podrían suprimirse o limitarse en una mejor ordenación. Los conocimientos comerciales y técnicos que requiere la compra (conocimientos *a priori* de los rindos (100) y de las cantidades de primeras, segundas, etc., que poseen las partidas en sucio) ha hecho posible —dice un autor— la hegemonía de un grupo de cinco empresas bien conocidas en el mercados. A éstos y a otros «comerciantes transformadores» les ha sido frecuentemente atribuída la creación del espíritu de especulación y lucro excesivo reinante en el mercado; su actuación presenta indudables síntomas monopolísticos, como son los precios comunes que fijan, relativamente bajos para la compra de la lana sucia y altos para la venta de los hilados (101). Pero quienesquiera que sean los culpables, las anomalías del mercado existen, habiendo sido registradas y denunciadas por la prensa diaria (102).

No sólo ocurren anomalías en el mercado español de la lana, sino que también se señalan en otros países, como los Estados Unidos, por ejemplo (103).

En cuanto a la seda, no han sido ni son muy importantes las

(97) Durante el período de prosperidad se defendió y estimuló la extensión de los espartizales por medio de la siembra y cultivo de atochas, plantas que hasta entonces sólo habían nacido y crecido espontáneamente.

(98) El mercado de la lana nacional presenta características interesantes, tanto del lado de la oferta: ganaderos, como de la demanda: comerciantes e industriales. Por el lado de la oferta, el problema clave es la abundancia de ganaderos poseedores de pequeñas partidas, ya que nuestra cabaña ovina está fraccionada en pequeños rebaños, con la desventaja del excesivo número de clases de lana. Del lado de la demanda, el destinatario final de la lana es el industrial textil, que, en general, desconoce el mercado lanero en origen y carece de la experiencia precisa para distinguir en sucio cuáles son las lanas apropiadas para sus fabricaciones. TAMAMES: Obra cit.: pág. 158.

(99) Entre éstos están los agentes comerciales laneros, que en su mayoría compran la lana a comisión y por cuenta de los industriales; pero tienen mayor importancia los denominados «comerciantes transformadores», que son industriales que poseen lavaderos, peineje e hilatura, con suministro propio de materia prima. Idem: Loc. cit.

(100) La lana recién esquilada se presenta muy sucia, con impurezas cuyo peso varía de un 20 a un 80 por 100 del peso del vellón. Después de lavada y desmótada se obtiene la fibra prácticamente limpia. «La proporción de lana limpia obtenida de la sucia se denomina *rindo*». Idem; pág. 153.

(101) Idem; pág. 158.

(102) El ABC de 15 de febrero de 1961 hablaba de los innominados «promotores de las alzas y de las bajas artificiales de los precios; de los planeadores de las fases de compra o de paralización; de los que por misteriosos impulsos eligen un momento dado para lanzarse por esos campos de Dios» a sembrar la mala semilla de la desorientación. Y el 30 de junio siguiente, bajo el título *Anomalías en el mercado lanero*, se ocupaba del *alborotado* mercado de la lana en Extremadura, denunciando el hecho de que tras fomentar unilateralmente un alza de precios, superior a los que en realidad podían esperar los criadores, la pujante corriente compradora experimentó de una manera súbita un fuerte movimiento de retracción, ofreciendo precios muy inferiores, que la posesión rechazaba después de haber regido dos o tres semanas los anteriores.

(103) Además de grandes fluctuaciones de precios, se registran en dicho país otras perturbaciones, debidas a la importación de lana extranjera. Véase BENEDICT y STINE: Obra cit.; págs. 329 y sigs.

Productos
forestales
y espontáneos.

anomalías (104) en el mercado propiamente dicho de este producto; pero sí existen posibilidades no aprovechadas de expansión de su producción y consumo, con el consiguiente aumento de la renta familiar en los hogares campesinos de ciertas zonas.

V. Haremos un grupo, para el estudio de las posibles anomalías de su comercialización, con los productos forestales y los espontáneos, industrializables en su mayor parte y, en general, poco perecederos. Luego subdistinguiremos los mercados de la madera, de leñas y carbón vegetal, del corcho, de la resina y derivados, de plantas aromáticas y medicinales y de plantas de otra índole.

Siendo su producción deficitaria, la estabilidad o inestabilidad del mercado español de la madera está en relación con la facilidad o dificultad de las importaciones. La falta de importaciones fortalece la posición de la oferta, mientras que la abundancia de éstas beneficia, naturalmente, a la demanda (105). Otra anomalía en este sector la constituyen las cortas abusivas (106), que, además de dificultar las previsiones y cálculos sobre la producción, perturban la regularidad de la oferta (107).

En cuanto al mercado de leñas y carbones, siempre influido por la abundancia o escasez de otros sucedáneos, se halla actualmente ante un porvenir incierto a causa de la progresiva sustitución de estos productos por combustibles más económicos.

En el mercado del corcho se señalan como principales anomalías una deficiente organización de las ventas, frente a la más perfecta de las poderosas entidades compradoras, extranjeras en gran parte, y, además, la extraordinaria variabilidad de los precios en el mercado internacional (108).

Respecto al mercado de la resina y derivados existe desorientación en cuanto a su evolución futura, debido a «la resistencia

(104) Mencionaremos como tales la existencia de empresas concesionarias y cupos obligatorios de entrega de capullo, en desacuerdo con lo que debiera ocurrir en un mercado ideal.

(105) Además, es un problema la determinación de los tipos de madera que deben importarse, ya que "es preciso tener en cuenta la existencia de una industria nacional de serrería con capacidad muy superior a nuestras necesidades de elaboración". *Producción forestal*, I Congreso Sindical. Documentación Técnica. Cuaderno núm. 4. Madrid, 1961; pág. 45.

(106) Véase sobre el volumen y efectos de las cortas clandestinas: Idem; pág. 30. El fenómeno de las cortas clandestinas no es privativo de España. Véase lo que dice un autor mejicano sobre la producción ilegal de madera en su país, en el que, igualmente, es frecuente el contrabando de la misma, dando lugar ambos fenómenos a estadísticas anómalas. FLORES, Edmundo: *Obra cit.*; págs. 250 y sigs.

(107) Sobre las múltiples y complejas causas que influyen en la elasticidad de la demanda y de la oferta de productos forestales, es de interés lo que expone el economista citado en la nota anterior. *Obra igualmente cit.*; págs. 244 y sigs.

(108) Véase *Producción forestal* (ya cit.); págs. 57 y 58. Las súbitas bajas han hecho que los propietarios de alcornoques no estimaran conveniente su cultivo, procediendo a la tala completa o a la sustitución paulatina de los mismos. Idem; pág. 58.

de muchos propietarios a poner en resinación nuevas masas»; a causa de la gran demanda de madera y su elevado precio, y de la inestabilidad, por otra parte, del mercado de productos resinosos. Gran parte de la producción española se destina a la exportación, pero ésta encuentra dificultades porque nuestros precios son superiores a los de otros países productores y por la competencia, también, de otros disolventes sustitutivos del aguarrás (109).

Aparte del esparto, del que ya nos ocupamos al referirnos a las fibras textiles, otra producción espontánea de los montes que tiene cierta importancia es la de plantas aromáticas y medicinales (110). Su mercado, especialmente el de plantas aromáticas, pasa a veces por crisis graves. Cuando los aceites esenciales dejan de exportarse por cualquier causa, el negocio de destilación se paraliza y las cosechas, sin recoger, se quedan en el monte. Todo ello con las consecuencias antieconómicas de pérdida de la renta de la tierra, pérdida de jornales e inmovilización de capitales por almacenistas y destiladores (111).

Otro producto espontáneo de índole distinta es la alcaparra, exportable en gran parte (112). Su comercialización tiene también su pequeño problema: los escasos beneficios de los recolectores y pequeños manipuladores, en beneficio de los almacenistas y exportadores. Espontáneas (113) y comestibles son, igualmente, las setas, cuyo mercado, de escasa importancia económica, necesita una mejor ordenación desde el punto de vista sanitario, ya que, sobre todo, su venta callejera y en lugares sin control expone a graves peligros a los consumidores.

VI. A) El mercado de granos, por ser básicos los cereales y legumbres secas en la alimentación humana y en la del ganado, así como por la extensión de su cultivo, adaptable en sus diversas especies y variedades a todos los climas y sistemas de cultivo, incluso a los terrenos más pobres y a las formas de agricultura más rudimentarias, puede considerarse como el primero y más importante de los mercados agrícolas. De aquí las repercusiones

Granos.
Generalidades.

(109) Cfr. Idem; pág. 64.

(110) Algunas, como la menta piperita, son ya objeto de cultivo, pero entonces su problema comercial es análogo al de las demás plantas industrializables.

(111) A veces por falta de salida se acumulan los productos correspondientes a varias campañas, cuyo valor total, dado el elevado precio unitario, representa sumas importantísimas.

(112) Se produce en las islas Baleares y en el Sureste de la Península, saliendo, principalmente, la peninsular por el puerto de Aguilas.

(113) Salvo el champiñón, de comercialización equiparable a la de las hortalizas selectas.

que forzosamente han de tener sus anomalías en la economía agrícola, principalmente, pero también en la del país en general.

Trigo. B) El principal de los granos es el trigo (114). Aunque en la actualidad hayan desaparecido casi totalmente los inconvenientes de su comercialización, sin embargo conviene recordar que, a pesar de la escasa perecibilidad de este producto, su mercado en España se caracterizó tradicionalmente por las dificultades que para su colocación a precio satisfactorio y en la fecha deseada siempre encontraron los pequeños labradores no dotados de resistencia económica. Una atropellada oferta durante las semanas siguientes a la recolección hacía caer a niveles muy bajos las cotizaciones. De ello se aprovechaban los que, disponiendo de dinero y lugares de almacenamiento, se dedicaban al lucrativo oficio de acaparadores. Sólo tenían que esperar «a que hubiera vendido Juan Pobre» (115), como decían, con frase gráfica, los campesinos, pues entonces, normalizada la oferta, subían los precios y el negocio era seguro. Pero a veces no paraba ahí su ambición, y mediante una premeditada retracción de la oferta provocaban artificialmente la escasez y carestía del producto, elevando a límites abusivos su cotización. Por otra parte, la circunstancia de que, por tratarse de una producción deficitaria, hubiese que acudir con frecuencia a las importaciones, provocó en alguna ocasión grandes perturbaciones (116), pues realizadas aquéllas sólo para remediar una situación de escasez, originaron, sin embargo, la existencia de excedentes, con la consiguiente depreciación del trigo y el derrumbamiento de la economía rural (117).

Tal era la situación, respecto al trigo, al estallar la guerra civil (118). Con ésta surgieron dos mercados trigueros de signo

(114) "El trigo es el producto agrícola de máxima importancia mundial, española y continental. En algunos países de Europa ciertas clases de ganadería le superan, mas aun en estos casos la política económica cuida y protege de particularísima manera aquel cultivo". ZORRILLA: Obra cit.; pág. 210.

(115) O sea los que, careciendo de dinero, se veían obligados a deshacerse rápidamente de su cosecha, al precio que fuera, para poder pagar la recolección y otras deudas.

(116) "Las importaciones del cereal provocaron hondas repercusiones en el período 1932-35, ya que al calcularse en una cuantía superior a las necesidades, por lo inexacto de las declaraciones de los agricultores, y al coincidir su arribo a los puertos españoles con la recolección, ocasionaron fuertes caídas en los precios, que originaron a su vez una sensible reducción del poder adquisitivo de nuestros agricultores y con ello los consiguientes efectos depresivos apreciables en todos los sectores de nuestra economía". TAMAMES: Obra cit.; pág. 67.

El ejemplo de lo ocurrido entonces demuestra el peligro de las estadísticas cuando éstas no son exactas, y la dificultad de que lo sean cuando han de basarse en datos suministrados por los campesinos, recelosos siempre de que se realicen con fines fiscales.

(117) Se llegó al extremo de que los agricultores, que no tenían dinero pero tenían trigo, ofrecieran éste a los peones agrícolas en pago de sus jornales, siendo rechazado por ellos despreciativamente.

(118) Para un conocimiento más detallado de la situación anómala del mercado del trigo antes de la guerra, véase LARRAZ, José: *El ordenamiento del mercado triguero en España*. Madrid, 1935.

contrario en cada una de las dos zonas en que quedó dividido el país. Excedentario en la zona nacional, donde quedaron las principales regiones productoras; y gravemente deficitario en la otra, en la que había que hacer frente al consumo de grandes núcleos de población y de aglomeraciones industriales con una escasa producción triguera.

Pero, prescindiendo de las anomalías propias de una economía de guerra, nos referiremos a las que sobrevinieron al llegar la paz. Entonces, reunificado el mercado, por causas de todos conocidas vino a ser deficitario, con la agravante de que era difícil, y en algunos momentos imposible, acudir a importaciones complementarias. Se hizo necesario el racionamiento del pan y la harina; y el deseo de los consumidores de mejorar sus raciones, unido a la ambición de lucro de los desaprensivos, dió lugar a la existencia de dos mercados: uno el oficial, de rígida ordenación, y otro el negro, basado en la torpe conjunción de la especulación y el riesgo, fuente de abusos y anomalías sin fin.

La regulación del primero tendía a proteger al consumidor en un período de desabastecimiento contra la posible especulación de los productores, siendo sus características: la existencia de un organismo oficial comprador con oferta forzosa en la producción, y demanda del consumo limitada por cupos o raciones, más precios fijos señalados oficialmente. Quizá lo más imperfecto, por la dificultad de su armonización con la realidad, fuese el establecimiento de cupos forzosos de entrega, pues si teóricamente la cosecha debía ser intervenida en su totalidad, no existía una razón para la exclusión del exceso sobre el cupo; exceso que, silenciado por el agricultor en sus declaraciones, iba, naturalmente, a abastecer el mercado negro. Pero peor eran las consecuencias en el supuesto (admitimos que muy poco frecuente, pero posible) de que el cupo forzoso a entregar fuese superior a la cosecha, pues entonces, «constreñido por la ley», el productor deficitario no tenía otra solución que comprar en el mercado extraoficial el trigo que le faltaba para el cupo. El mercado negro del trigo y sus derivados, más que de abastecimientos del exterior (119), vivía a expensas de aquella parte de la producción nacional que escapaba a la ordenación oficial; y ante una demanda insatisfecha, inelástica a las elevaciones de precios, éstos llegaron a ser fabulosos, subiendo

(119) A través del contrabando, como ocurre generalmente con otros mercados ilícitos.

más cada vez que arreciaba la persecución de las autoridades, pues los llamados «estraperlistas» se resarcían del importe de sus pérdidas por multas y decomisos recargando los precios de oferta.

El mercado negro decayó y llegó casi a desaparecer cuando la demanda fué cumplidamente satisfecha en el mercado oficial, descendiendo en aquél los precios hasta situarse al mismo nivel e incluso aún más bajos que los oficiales. Actualmente, puede decirse que apenas presenta inconvenientes la comercialización del trigo, excepto los derivados de la exclusiva de compra y distribución atribuida al Servicio Nacional del Trigo, ya que, como observa un economista, esto origina «un encarecimiento del pan en algunos casos, pues la obligada venta y compra del cereal a través de él origina unos gastos de transporte, carga y descarga que podrían ser aminorados si los fabricantes de harina pudieran comprar directamente en origen» (120). En fin, para ser considerado como ideal, al mercado del trigo todavía le falta el requisito de que puedan realizar todas sus transacciones en un plano de igualdad cuantos compradores y vendedores lo deseen, y en parte, también, el de la comodidad (121).

En el mercado mundial triguero, así como en el de varios países en particular, se señalan también defectos (122).

Cereales diversos
y
legumbres secas.

C) Lo dicho respecto al mercado del trigo en España es aplicable al de cereales panificables en general (123) y también al

(120) TAMAMES: Obra cit.; pág. 69.

(121) Muchos agricultores rehuyen aún llevar su trigo al Servicio por miedo a embotellamientos y entorpecimientos burocráticos, aunque éstos dependen de la mayor o menor idoneidad de los funcionarios y ya casi han desaparecido. Siempre, no obstante, queda la incomodidad del transporte, y por ello prefieren valerse del "intermediario", que acude a domicilio a llevarse el grano y pagarlo en el acto, sin otra complicación.

(122) La situación del mercado mundial del trigo y de los cereales secundarios se caracteriza por un constante desequilibrio entre la producción y el consumo. MORR, G. C.: "Situazione del mercato del grano e cereali minori e loro consumo, con particolare riguardo alla politica granaria in Olanda e Francia", *Rivista di Economia Agraria*, III Fascicolo. Milano, 1962; págs. 140 y sigs.

En la Argentina se han señalado como defectos: la falta de clasificación del cereal por tipos; antes de la Ley Nacional de Granos, y aun después, el exceso de intermediarios; y, sobre todo, como dice un ilustre agrarista de aquel país, que "frente a compradores unidos no tenemos vendedores unidos". HORNE: Obra cit.; págs. 11 y 12. En los Estados Unidos, cuando el Gobierno no interviene, los precios son determinados más por las condiciones del mercado exterior que por la oferta y la demanda domésticas. BENEDICT y STINE: Obra cit.; pág. 97. En este país las dificultades del mercado nacen, sobre todo, del exceso de oferta en situaciones normales. Idem id.; págs. 98 y sigs.

(123) El mercado del centeno en los Estados Unidos, según también BENEDICT y STINE, ofrece estas notas características: fluctuación de las exportaciones, excedentes y pérdidas. Idem; págs. 137 y 138. En Méjico, durante los años 1959 y 60, al entrar en el mercado la gran cosecha de maíz de 1958 y querer vender todos los agricultores a los precios de sostenimiento fracasó la regulación del mercado, ya que al no tener la entidad compradora ni almacenes ni dinero suficientes, restringió sus compras, limitándolas al grano ofrecido por los clientes de los Bancos Nacionales. El resto de los productores tuvieron que soportar el derrumbamiento de los precios de garantía en un 50 por 100, vendiendo sus existencias a traficantes. Véase FERNÁNDEZ y FERNÁNDEZ, Ramón, y ACOSTA, Ricardo: *Política Agrícola*. México, 1961; pág. 225. Y acerca de otras anomalías en el mercado de granos, especialmente del maíz. Idem id.; págs. 202 y sigs.

de los destinados a la alimentación del ganado. Aunque en el de estos últimos y en el de legumbres secas (que siguió parecidas vicisitudes) la intervención cesó pronto, y la venta forzosa al precio oficial se convirtió en entrega voluntaria al S. N. del T. a un precio de sostenimiento. El de legumbres ofrece la curiosa anomalía de que aun antes de declararse su comercio libre algunas de éstas (primero las habas, luego los garbanzos) llegaron a cotizarse en el mercado negro a un precio inferior al oficial de recepción por el Servicio Nacional. Esto y la habitual inexactitud de las declaraciones de cosecha dió lugar a un nuevo «estraperlo». Los especuladores se dedicaron a comprar las existencias a los que no las tenían declaradas, y en connivencia con los que habían exagerado su declaración las entregaban al Servicio, realizando un buen negocio (124).

D) Un mercado especial es el del arroz, cereal destinado al consumo humano, pero no panificable. El organismo encargado de su comercialización no ha sido exclusivamente el Servicio Nacional del Trigo, como ha ocurrido con los demás cereales, pues aunque éste haya intervenido a veces (125), también lo han hecho la Federación Sindical de Agricultores Arroceros (126), la Comisaría de Abastecimientos y Transportes (127) y la Cooperativa Nacional del Arroz (128). Las anomalías del mercado arrocero, como dice el preámbulo del Decreto de 21 de abril de 1960 (129), son la consecuencia de la «formación anual de un volumen excedente sobre la capacidad de consumo del país, que provoca un desequilibrio y afecta a la estabilidad de los precios del agricultor sin una paralela repercusión en beneficio del consumidor, a causa de diversos movimientos de especulación, con efectos negativos sobre agricultores y consumidores» (130).

Arroz.

(124) O sea que, aunque fuese por culpa de ellos mismos, no pudo cumplir su misión, el mencionado Servicio, respecto a los que no habían declarado su cosecha.

(125) Véanse Ordenes de 22 de septiembre de 1941, 12 de septiembre de 1942 y otras.

(126) Según Ordenes de 12 de septiembre de 1942 (antes cit.). 10 de agosto de 1950 y otras. Y el Decreto de 21 de abril de 1960.

(127) Según Ordenes de 12 de septiembre de 1940, 4 de agosto de 1945, 30 de agosto de 1946 y otras.

(128) Según Ordenes de 30 de agosto de 1946, 10 de agosto de 1950 y otras.

(129) Que reguló las funciones de la Federación Sindical.

(130) Parecida era la situación del mercado del arroz en Italia antes de la creación del "Ente Nazionale Risi" en 1931, siendo el problema central el exceso de producción respecto al consumo interior, además de la dificultad cada vez mayor de colocar los excedentes en el exterior. Sin embargo, la actuación de este organismo ha ocasionado un aumento del precio del arroz cáscara para los industriales, una disminución del precio recibido por los agricultores y una pérdida de renta para la colectividad. Por otra parte, también se subraya actualmente la anomalía de que se mantenga una política demasiado onerosa de fomento de las exportaciones, sin aprovechar las posibilidades existentes de expansión del consumo nacional. Véase SCARPA, Giorgio: "Problemi della risicoltura in Italia", *Rivista di Economia Agraria*, I Fascículo, Milano, 1961; págs. 114 y sigs.

Problema también de exceso de producción es el del mercado del arroz en los Estados Unidos, agravado por una demanda variable, incluso en el mercado interior. BENEDICT y STINE: Obra cit.; pág. 138. MEHREN, G. L., y THURCZY, Nicholas: *The Market for*

Frutos secos
y desecados.

VII. Otros productos también fáciles de conservar son los que forman el grupo que tradicionalmente se conoce con el nombre de «frutos secos»: almendra, avellana, castaña, nuez, etc.; y los que se denominan «frutos desecados»: higos secos, pasas, orejones, etc. (131). Su mercado, que normalmente se caracteriza por la existencia de una larga cadena de intermediarios cuyos márgenes comerciales encarecen el producto y agravan el fenómeno de la disparidad de precios entre la producción y el consumo, presenta también la anomalía del frecuente acaparamiento. De las ventajas derivadas de la conservabilidad de estos frutos se aprovechan, en efecto, no los agricultores, muchos de los cuales carecen de resistencia económica, sino sucesivos acopiadores y almacenistas sin otra misión concreta, en el proceso económico, que la de especular. Un inconveniente más de este mercado es el de la inseguridad de la demanda, ya que, por ser productos predominantemente exportables, ésta depende en gran parte de la situación del mercado exterior.

Productos
mixtos.
Concepto y
características.

VIII. A) Examinaremos, en último lugar, las anomalías de dos mercados de productos agrícolas que pueden llamarse mixtos, ya que, aun partiendo de frutos muy perecederos, la transformación de éstos en un producto de fácil conservación hace que cambien las características de su comercialización. Nos referimos a la uva y el vino, y a la aceituna y el aceite. Desde los tiempos más remotos, viticultores y olivicultores, mediante una elaboración más o menos rudimentaria, han venido transformando, respectivamente, su producto primario, sumamente perecedero, en otro producto que conservado en determinadas condiciones no sólo no se perjudica con el transcurso del tiempo, sino que incluso mejora de calidad con él.

Uva y vino.

B) La uva, como es sabido, puede consumirse en fresco, transformarse en pasa o ser destinada a la vinificación. La uva de mesa se comercializa con todas las dificultades e inconvenientes de las demás frutas frescas (132); las pasas van incluídas, como ya hemos

United States Rice: Domestic, y The Market for United States Rice: Foreign. California Agricultural Experiment Station, Reports 162 y 163. March 1954.

(131) "También se comprenden, generalmente, entre los frutos secos el cacahuete, la garrofa y el dátil". TAMAMES: Obra cit.; pág. 100. Véase, además, MEDINA, Luis: *Los frutos secos*. Madrid, 1957; págs. 25 y sigs.

(132) Una parte muy considerable se destina a la exportación, especialmente la de Almería, que lucha con la fuerte competencia de variedades extranjeras: italianas, búlgaras y griegas, y también las de otros países europeos que venden a bajos precios. Aunque, por su gran resistencia, la uva almeriense venía siendo hasta ahora preferida, la calidad de la misma ha bajado como consecuencia del abonado intensivo con nitrógenos y de los riegos abundantes a que se han sometido los parrales en los últimos años. Esto ha hecho que en parte se desacredite tan destacado producto de la exportación española. Véase Sindicato Nacional de Frutos y Productos Hortícolas: *Memoria, Año 1958*. (ya cit.); pág. 139.

dicho, entre los frutos desecados; y respecto a la uva destinada a la vinificación podríamos repetir lo dicho acerca de las frutas y hortalizas industrializables.

Queda el mercado del vino y demás derivados, cuyas anomalías repercuten, naturalmente, en las posibilidades y condiciones de adquisición del producto primario por los industriales (133). A pesar de la prolongada conservabilidad del vino, el problema de su mercado, lo mismo en España que en los demás países de gran producción, es de excedentes (134), ya que todos los tenedores de caldos no poseen la resistencia económica suficiente para aguardar a que surjan cosechas deficitarias que les permitan colocar sus existencias.

He aquí las características del mercado del vino en España, según dos destacados economistas actuales: para uno, la oferta es rígida y la demanda elástica, sobre todo la exterior (135); y para otro, además de comportarse la demanda como totalmente elástica, existe en este mercado una inestabilidad catastrófica, pues basta una pequeña fluctuación en las cosechas para que caigan o suban los precios de un modo desmesurado, la especulación es fortísima y el encarecimiento, debido a los intermediarios, muy grande (136). Un fenómeno de la vida actual ha venido a agravar la crisis del vino: la sustitución de éste por otras bebidas (137).

También es anómalo el desenvolvimiento del mercado del vino en Francia y en Italia (138).

(133) Llegando a originar la pérdida de la uva en poder de los cosecheros cuando no la compran los industriales y aquéllos no tienen medios propios de elaboración ni pueden transformarla en vino a maquila o en aparcería.

(134) En España, antes de la guerra, ya hubo necesidad de promulgar el llamado Estatuto del Vino (8 de septiembre de 1932) para hacer frente a ese problema. Después las circunstancias cambiaron el signo del mercado, durante algún tiempo, con una producción inferior a la demanda; pero de nuevo el exceso de producción ha motivado la intervención oficial.

Conocidos son también los problemas de la producción excedentaria francesa. Véase, con referencia a la campaña 1960-61, *Bulletin d'Information du Ministère de l'Agriculture*, núm. 17, París, 3 septiembre 1960; págs. A0 a A2. Y aún en un país como la Argentina, donde el cultivo de la vid se ha extendido en fecha relativamente reciente, se ha llegado hasta "arrojar vino a las acequias". HORNS: Obra cit.; pág. 12.

(135) TAMAMES: Obra cit.; pág. 107.

(136) SÁENZ DE BURUAGA, Gonzalo: "La exportación de vinos de Rioja. La crisis del vino", *Información Comercial Española* (Revista mensual), Madrid, noviembre 1961; pág. 226. Subraya también este autor la ocultación enorme de las cifras verdaderas de producción y el hecho paradójico de que, por no ser los precios suficientemente asequibles al consumidor, el consumo de este producto no alcanza la cifra que debiera.

(137) "El vino común se presenta como un bien sustitutivo", e incluso "inferior, frente a la competencia devastadora de las cervezas, las colas, los zumos de frutas y otras bebidas". Idem id.; págs. 225 y 226.

(138) En Francia este mercado ha experimentado, igual que en España, "fluctuaciones nada justificadas y verdaderamente incomprensibles por la rapidez con que se han sucedido"; lo cual ha motivado la adopción de medidas que impiden que el vinícola pueda ser considerado como un mercado ideal, libre y equilibrado. Véase *Agricultura* (Revista agropecuaria), Madrid, septiembre 1959; pág. 528. Y en Italia, el Ministro de Agricultura, Rumor, en un discurso pronunciado el 14 de julio de 1960, habló también de malestar crónico en el mercado vitivinícola. Véase *Agricultura*, Roma, agosto 1960; pág. 13.

Aceituna
y aceite.

C) Características análogas al de la uva y el vino ofrece la comercialización de la aceituna y el aceite, aunque existe una importante diferencia respecto al consumo de ambos productos finales, que influye en la irregular o regular evolución de su mercado. Así, mientras no hay posibilidades razonables de extender el consumo del vino ni en el interior ni en el exterior y colocar sus excedentes, el consumo del aceite de oliva, por el contrario, está ampliamente asegurado, resultando ya la producción insuficiente para atender la demanda interior y exterior (139).

La aceituna de verdeo y, en general, para aderezar, buena parte de la cual se destina a la exportación, sigue en su comercialización las mismas vicisitudes que los demás productos industrializables o exportables, no registrándose en su mercado otras anomalías que las ya reseñadas al referirnos a tales productos. Con la destinada a la molturación, los cosecheros que no tienen almazara propia hacen una de estas dos cosas: o bien la muelen a maquila, o bien la venden a industriales elaboradores. Si optan por esta última solución, su caso es el de los dueños de uva u otros productos industrializables.

En cuanto a las anomalías del mercado del aceite hay que distinguir varios periodos. En el anterior a la guerra influían en las cotizaciones no sólo la abundancia de la cosecha y las perspectivas de exportación, sino también la época en que se realizaban las transacciones, pues a causa de la necesidad de dinero de los cosecheros pobres para atender a los gastos de recolección, transporte, etc., de la cosecha, al comienzo de cada campaña la enorme oferta hacía descender los precios, que se recuperaban y subían al máximo cuando, al final de la campaña, regulaban la oferta los tenedores de aceite económicamente fuertes. Tal evolución del mercado originaba el acaparamiento por especuladores deseosos de aprovecharse de ella. Cambió la situación durante el período de racionamiento, en el que coexistieron un mercado oficial totalmente dirigido y un mercado negro o de «estraperlo». Respecto a ambos mercados puede repetirse lo dicho sobre los del trigo y los productos afines del mismo período.

Hoy, aunque más normalizada la situación, también se producen de vez en cuando anomalías en el mercado del aceite de oliva, a causa de la especulación (140). Además existen las deri-

(139) Salvo, naturalmente, situaciones transitorias, originadas por cosechas abundantes o paralización accidental de las exportaciones.

(140) No hace mucho el Comisario General de Abastecimientos y Transportes, en unas declaraciones al periódico *Ya*, se refería a las alzas desordenadas e injustificadas de

vadas del hecho de que para poder realizar exportaciones (141), sin desatender la demanda del mercado interior, ha habido que satisfacer ésta con sucedáneos, recurriendo a otros aceites vegetales, incluso fomentando su producción (142), pero más especialmente realizando importaciones de aceite de soja (143).

En fin, la situación del mercado mundial de grasas se caracteriza por la expansión de las vegetales, en detrimento de las de origen animal; el aumento de la producción, y los cambios operados en los países productores y exportadores (144). En cuanto a las ventas del aceite de oliva en los diversos países, éstas están en relación con las peculiaridades de cada uno de ellos respecto a la producción y consumo de esta grasa. Así, por ejemplo, Italia, país productor más importante después de España, tiene problemas distintos (145) a los de Argentina (146) o Australia (147).

precios en el mercado del aceite de oliva y a las restricciones de su exportación. Véase el número de dicho diario correspondiente al 30 de mayo de 1963. Y poco después, ante las pantallas de Televisión Española, denunciaba el Ministro de Comercio la actuación especulativa en dicho mercado de determinados grupos o sectores. Una publicación oficial resume así las nefastas consecuencias que dichas maquinaciones especulativas han tenido para el país: "1. Se ha perdido parte del mercado nacional para el aceite de oliva, al haber tenido que acostumbrar al consumidor español a otros aceites (especialmente cacahuete). 2. Se ha perdido una importante cantidad de divisas, por lo que se habría exportado si no hubiera habido acaparamiento. 3. Se ha perdido también otra cantidad de divisas por los aceites que ha sido necesario importar. 4. Se ha sacrificado al consumidor español al pago de precios desorbitados, en beneficio de los especuladores". "El aceite de oliva. Política del Gobierno y especulación". *Información Comercial Española* (Boletín Semanal), Madrid, 20 junio 1963; pág. 3046. Véase también, sobre los últimos hechos anómalos en el mercado del aceite, *El Español*, Madrid, 22 junio 1963.

(141) Tampoco todo en la exportación olivarera (aceituna y aceite) es perfecto, pues, refiriéndose a ella, señala TAMAMES como defectos principales los de la presentación y distribución del producto, ya que los envíos, en su mayor parte, se realizan a granel, en barricas y en latas de gran tamaño, siendo en los puntos de destino donde la mercancía se envasa para su venta. Obra cit.; pág. 121.

(142) Quizá esto sea la mayor anomalía en la tierra del aceite de oliva. Son varias las disposiciones que dictan normas para fomentar la producción de grasas vegetales. Con carácter general, el art. 6.º del Decreto de 23 de noviembre de 1956 dispone que sea fomentada por el Ministerio de Agricultura la producción de plantas oleaginosas. Y desarrollando este precepto, la Orden de 8 de enero de 1957 contiene otras normas para el fomento del cultivo de la soja y el cacahuete. En cuanto al girasol, mucho antes ya trató de impulsar su cultivo la Orden de 13 de enero de 1942. Esta última semilla, sin embargo, apenas se ha sembrado en España hasta el último año agrícola, en que le hemos visto en extensiones de cierta importancia en diversas provincias, especialmente entre los olivares de Jaén. El reciente impulso de dicho cultivo se registra y comenta en los medios agrícolas. Véase, por ejemplo, *Campo* (Suplemento Semanal), Sevilla, 20 de abril de 1963; págs. 2 y 3. Además, están siendo favorecidas oficialmente las importaciones de aceite de girasol: el Decreto de 21 de febrero de 1963, prorrogado por los del 5 de junio y 10 de agosto del mismo año, dispuso la suspensión parcial de la aplicación de los derechos establecidos en el Arancel de Aduanas a la importación del aceite citado.

Véase también, sobre la creciente atención que se presta en Francia al girasol, "La double chance économique du tournesol", *Bulletin d'Information du Ministère de l'Agriculture*, núm. 139, Paris, 4 mai 1963; pág. V C 6.

(143) También ha sido liberalizada en fecha reciente la importación de semillas de soja (Resolución de 9 de octubre de 1962), autorizándose, además, la libre comercialización de los aceites procedentes de la molturación de estas semillas (Circular de 25 de abril de 1963).

(144) Retraimiento de China y otros países asiáticos, y la evolución de los Estados Unidos, que de importadores de aceites vegetales han pasado a ser exportadores de aceite de soja. Véase MANGHISI, Tommaso: "Il mercato degli olii vegetali", *L'Italia Agricola*, Roma, luglio 1961; págs. 711 a 720.

(145) Véase, sobre la situación productiva y los problemas del aceite de oliva en Italia el trabajo antes citado de MANGHISI; págs. 720 y sigs. Se habla de fraudes, y es grande la propaganda de otros aceites vegetales (pág. 720); y, como subraya dicho autor, una artificiosa y provocada restricción del consumo de aceite de oliva en Italia podría repercutir desfavorablemente en el mercado dentro y fuera del país (pág. 721).

RESUMEN

Anomalías son los defectos corregibles del mercado, no los debidos a «características del producto o de su cultivo».

El mercado de *frutas y hortalizas* es el más anómalo de los mercados agrarios. La situación de éste puede resumirse así: precios bajos y ventas irregulares en la producción; distribución desordenada, con el consiguiente aumento de costos y pérdida de frutos, así como el desmerecimiento en la calidad de los que no perecen totalmente; en el comercio al detalle, de una parte falta de correlación entre precios y calidades y de otra grandes oscilaciones de aquéllos, con exorbitantes diferencias y falta de paralelismo entre los que paga el consumidor y los que percibe el productor; y en el comercio de exportación los principales inconvenientes han sido siempre: su pulverización en manos de numerosas empresas y la ausencia de organizaciones comerciales en destino. En cuanto al consumo, debe destacarse la falta de una salida supletoria de los excedentes. Y en cuanto a la producción, la multiplicidad y falta de selección de las variedades cultivadas.

En el mercado de *ganados, carne y pieles*, las anomalías más destacadas son el imperfecto abastecimiento y la escasa repercusión de las bajas cotizaciones del ganado en los precios de la carne, originando grandes pérdidas, por otra parte, la defectuosa comercialización de las pieles. En el de la *leche y productos lácteos* los principales defectos son el acopio y la distribución defectuosa, y los precios irregulares en cuanto al producto primario, y la producción desordenada en cuanto a los derivados. En el de *animales de corral, caza y huevos*, sus irregularidades se reducen al imperfecto abastecimiento, coste elevado de la distribución y oscilaciones de los precios.

De los *productos industrializables perecederos* destaca la remolacha azucarera. Las empresas, cuando actúan monopsónicamente, perjudican a los agricultores: retrasando o interrumpiendo la recepción del producto, retrasando también el pago y haciendo descuentos abusivos. En los *textiles* las anomalías del mercado algodonero, derivadas también de la existencia de un comprador único, han desaparecido en parte con la nueva regulación, pero todavía los agricultores se quejan de clasificaciones arbitrarias, descuentos, etc. Es examinado también el mercado espartero, que ha experimentado desconcertantes cambios durante los últimos veinte años. Y de los textiles de origen animal se subrayan las anomalías del mercado lanero, que derivan principalmente de la actuación de intermediarios y comerciantes transformadores.

En el mercado de los *productos forestales y espontáneos* destacan la variabilidad de los precios del corcho en el mercado internacional y la deficiente organización de las ventas de este producto, así como las graves crisis porque pasa a veces el de plantas aromáticas.

El más importante de los mercados agrícolas es el de *granos*. Y de éstos, es el principal el *trigo*; por lo que, aunque actualmente hayan desaparecido casi totalmente los inconvenientes de su comercialización, se hace un estudio detallado de las diversas vicisitudes porque pasó su mercado hasta 1936, durante la guerra española y después de la guerra. Tradicionalmente se caracterizó por la dificultad de colocarlo a precio satisfactorio y en la fecha deseada, que siempre encontraron los pequeños

(146) En la República Argentina el "aceite de oliva debe soportar la creciente competencia de los aceites de semilla", sin posible descenso de los costos por la dificultad de mecanizar. FLOREAL MÁRSICO, Dante: "Origen y desarrollo de la olivicultura argentina", *Boletín de Oleicultura Internacional*, Madrid, enero-febrero 1961; págs. 15 y sig.

(147) Aquí la característica del mercado es la falta de demanda, por la orientación del consumo hacia otras grasas. Antes de la Segunda Guerra Mundial las nueve décimas partes del aceite de oliva consumido procedían de importaciones de España, Italia y Francia. Después, a causa de restricciones oficiales se redujo la competencia y aumentó la cosecha local. Véase HUDSON T. HARTMANN: "Cultivo del olivo en Australia", *Rev. cit.*, julio-agosto 1962; pág. 4. Aunque últimamente se ha visto la producción local amenazada por importaciones de aceite español a bajo precio. Véase *Rev. cit.*, mayo-junio 1962; pág. 75.

labradores. De excedentario se transformó en deficitario al acabar la guerra, con las graves anomalías de rígida ordenación por una parte, y mercado negro por otra. Hoy ha vuelto a normalizarse en España. Respecto al mercado del arroz, se han denunciado en él «movimientos de especulación con efectos negativos sobre agricultores y consumidores».

En el mercado de *frutos secos y desecados* se subraya la existencia de numerosos intermediarios.

Acaba el estudio con el examen del mercado de los que llama *productos mixtos*: la uva es o una fruta más o un producto industrializable, con los inconvenientes ya señalados para su comercialización; el mercado del vino se caracteriza por una «inestabilidad catastrófica». La comercialización de la aceituna es idéntica a la de los productos industrializables o exportables; y en cuanto al mercado del aceite se distinguen en él varios periodos, pero en todos ellos existió el acaparamiento por especuladores. Aún hoy subsisten las anomalías y subsiste la especulación.

R É S U M É

Les anomalies sont les défauts du marché qu'on peut corriger et non pas ceux dus à des «caractéristiques du produit ou de sa culture».

Le marché des *fruits* et des *légumes* est le plus anormal des marchés agraires. Sa situation peut se résumer ainsi: à la production, des prix bas et des ventes irrégulières; une distribution désordonnée amenant l'augmentation des prix de revient, la perte d'un bon nombre de fruits et la diminution de la qualité de ceux qui ne périssent pas complètement; dans le commerce au détail, d'une part, un manque de corrélation entre les prix et les qualités et, de l'autre, de grandes oscillations des premiers, avec des différences exorbitantes et un manque de parallélisme entre les prix que paie le consommateur et ceux que perçoit le producteur. Dans le commerce d'exportation, les principaux inconvénients ont toujours été son éparpillement dans les mains de nombreuses entreprises et l'absence d'organisations commerciales dans la destination. Pour la consommation, il faut souligner l'absence d'un débouché supplétoire pour les excédents. Et quant à la production, la multiplicité et le manque de sélection des variétés cultivées.

Pour le marché du *bétail*, de la *viande* et des *peaux*, les anomalies les plus marquantes sont le ravitaillement insuffisant, la faible répercussion des cours bas du bétail sur le prix de la viande, ce qui entraîne de grandes pertes et, d'autre part, la commercialisation défectueuse des peaux. Pour le marché du *lait* et des *produits laitiers*, les principaux défauts sont le ramassage, la distribution défectueuse et les prix irréguliers en ce qui concerne le produit primaire, la production désordonnée en ce qui concerne les dérivés.

Pour le marché des *volailles*, du *gibier* et des *œufs*, les irrégularités se réduisent au ravitaillement imparfait, au prix élevé de la distribution et aux oscillations des prix.

Parmi les produits industrialisables périssables, il faut détacher la betterave sucrière. Quand les entreprises agissent comme monopsonistes, elles portent préjudice aux agriculteurs: en retardant ou en interrompant la réception du produit, en retardant également le paiement et en faisant des décomptes abusifs. Pour les *textiles*, les anomalies du marché du coton dérivant de l'existence d'un acheteur unique ont disparu en partie avec le nouveau règlement, mais les agriculteurs se plaignent encore de classifications arbitraires, de décomptes, etc. On a étudié également le marché de la sparte qui a connu des changements déconcertants au cours des vingt dernières années. Pour les textiles d'origine animale, on souligne les anomalies du marché lainier qui proviennent principalement de l'action des intermédiaires et des transformateurs commerciaux.

Pour le marché des *produits forestiers et spontanés*, on souligne la variabilité des prix du liège sur le marché international, l'organisation défi-

ciente des ventes de ce produit ainsi que les graves crises par lesquelles passe parfois le marché des plantes aromatiques.

Le plus important des marchés agricoles est celui des *céréales*. La principale de celles-ci est le *blé*; c'est pourquoi, bien qu'actuellement les inconvénients de sa commercialisation aient presque complètement disparu, on fait une étude détaillée des vicissitudes par lesquelles est passé son marché depuis 1936, pendant la guerre espagnole et après la guerre. Il s'est caractérisé traditionnellement par la difficulté que les petits cultivateurs ont toujours rencontrée de placer le blé à un prix satisfaisant et à la date désirée. D'excédentaire le marché devint déficitaire à la fin de la guerre, avec les graves anomalies d'un règlement rigide d'une part et du marché noir de l'autre. Aujourd'hui il est redevenu normal en Espagne. En ce qui concerne le marché du riz, on y a dénoncé des «mouvements de spéculation ayant des effets négatifs sur les agriculteurs et sur les consommateurs».

Pour le marché des *fruits secs* et des *fruits desséchés*, on souligne l'existence de nombreux intermédiaires.

L'étude se termine par l'examen du marché de ce qu'on appelle les *produits mixtes*: le *raisin* est soit un fruit de plus soit un produit industrialisable, avec les inconvénients qu'on a déjà signalé pour sa commercialisation; le marché du vin est caractérisé par une «instabilité catastrophique». La commercialisation de l'olive est identique à celle des produits industrialisables ou exportables. Quant au marché de l'huile, on y distingue diverses périodes mais l'accaparement par les spéculateurs a constamment sévi. Aujourd'hui encore, les anomalies subsistent, la spéculation aussi.

SUMMARY

Anomalies are defects of the market which can be corrected, not defects due to the characteristics of the product or of its cultivation.

The fruit and vegetable market is the most anomalous of the agricultural markets. Its situation can be thus summarized: low prices and irregular selling of the production; disorganized distribution, with consequent increase in costs and loss of fruit, as well as lower quality of fruit not totally lost; in retail trade, on the one hand the lack of correlation between price and quality, and on the other hand large price fluctuations with exorbitant differences and a lack of any parallel relation between what the consumer pays and what the producer receives. In the business of export, the chief inconveniences have always been: its fragmentation in the hands of numerous enterprises and the absence of commercial organization at the destination. As for consumption, there must be pointed out the lack of supplementary issue of surplus. And in production, the multiplicity and lack of selectivity in the varieties cultivated.

In the livestock market—meat and hides—the most prominent anomalies are inadequate feeding, and the small effect of the low cost of livestock raising on meat prices, occasioning extensive losses, and also the defective commercialization of hides. In the market for milk and milk products, the principal defects are defective supply and distribution, irregular prices for the primary product, and disorganized production of secondary products. In the market for barnyard animals—fowl and eggs—the irregularities can be reduced to imperfect feeding, high distribution costs, and price fluctuations.

Among the industrializable perishable products, the sugar beet is especially important. Enterprises acting unilaterally do harm to the farmers, delaying or interrupting reception of the product, also delaying payment and making unfair discounts. In textiles, the anomalies of the cotton market due to the existence of a single buyer have partly disappeared with the new regulations, but the farmers still complain of arbitrary classifications, discounts, etc. The straw market is also examined, which has experienced unsettling changes in the last twenty years. And in textiles

of animal origin, the anomalies of the wood market are underlined, deriving principally from the activity of intermediaries and commercial middlemen.

In the market for forest and field products, there stand out the variability of cork prices in the international market and the deficient organization of sales of this product, as well as the serious crises through which the market for aromatic plants passes at times.

The most important agricultural market is the grain market. Wheat is the principal grain, and for that reason, although at present the inconveniences of its commercialization have almost totally disappeared, a detailed study is made of the various vicissitudes through which the market passed before 1936, during the war, and after the war. The market was traditionally characterized by the difficulty always encountered by the small farmers of disposing of wheat at a satisfactory price and at the time desired. The market changed from abundant to insufficient at the end of the war, with the serious anomalies of rigid control on one hand and the black market on the other. Today the situation has returned to normal in Spain. As for the rice market, there have been denounced in it the «speculative movements with negative effects on farmers and consumers».

In the market for dry and dried fruits, there is pointed out the existence of many middlemen.

The study ends with an examination of the market of what are called mixed products. The grape can be either a fruit, or an industrializable product, with the previously indicated difficulties in its commercialization; the wine market is characterized by a «catastrophic instability». The commercialization of olives is the same as that of industrializable or exportable products; and in the olive oil market various periods can be distinguished, but in all of them there existed market cornering by speculators. Even today the anomalies continue, and speculation continues.