

LA INFORMACION DE MERCADOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN LOS PAISES DE LA COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA Y LA NECESIDAD DE CREAR UNA ORGANIZACION SIMILAR EN ESPAÑA

Por

PEDRO CALDENTHEY ALBERT

Ingeniero Agrónomo

En la mayor parte de los países que han alcanzado un cierto desarrollo económico existen organismos, públicos o privados, que distribuyen informaciones sobre la situación de mercados de los productos agrarios.

Esta información está dirigida a los productores y a los comerciantes de productos agrarios. Los primeros pueden planificar la producción y la venta de sus productos, y los segundos pueden realizar sus transacciones con menor incertidumbre respecto a los ingresos que van a obtener. La disminución de la incertidumbre contribuye a aumentar la eficiencia de la producción y de la distribución de los productos agrarios.

Vamos a describir aquí la organización de la información comercial del sector hortofrutícola en los países de la Comunidad Económica Europea.

REPÚBLICA FEDERAL DE ALEMANIA.

La información comercial de mercados en Alemania la realiza una organización privada, la ZMP, siglas de «Zentrale Markt und Preisberichtsstelle der Deutschen Landwirtschaft G.m.b.H.», que

recoge y distribuye informaciones sobre mercados de los productos de la agricultura.

Posee varias divisiones, una de las cuales, la «Abt. Gemüse, Obst und Gartenbau», se ocupa de la información comercial de frutas y productos hortícolas.

La ZMP está constituida por cuatro miembros: la Asociación de Agricultores, la Unión de Cooperativas, la Cámara de Agricultura y la Organización que se ocupa de las exposiciones agrarias.

La ZMP se fundó en 1948 y empezó a funcionar en el año 1950; tiene establecidas seis oficinas, localizadas en Bonn, Hamburgo, Mainz, Munich, Stuttgart y Hannover. La primera que se creó fué Bonn, y posteriormente se fueron creando las restantes; actualmente, la oficina de Bonn es la central.

El país está dividido en seis zonas, cada una de las cuales está asignada a una de las oficinas; éstas recogen la información correspondiente a su zona y la transmiten por «telex» a la oficina central de Bonn, la cual la transmite a las otras oficinas. Solamente en algunos casos las oficinas regionales se comunican directamente.

Todas las oficinas, exceptuando la de Mainz, publican un boletín, titulado «MARKTBERICHT, Obst-Gemüse-Südfrüchte», que se distribuye entre los abonados. En Bonn se publica el boletín cuatro veces a la semana: lunes, martes, jueves y viernes; en él se dan informaciones para la zona correspondiente, Renania, y para todo el país. En Hamburgo se publica tres veces a la semana: lunes, miércoles y viernes. En las demás se publica una o dos veces por semana. El número de abonados varía según las oficinas; la de Bonn tiene unos 750 abonados, y la de Hamburgo, unos 850; las demás oficinas tienen un número menor.

Cada oficina regional tiene un consejo directivo, que está constituido por representantes de los organismos miembros de la región correspondiente. Desde el punto de vista financiero, las oficinas regionales son independientes; cada una de ellas tiene su presupuesto, con ingresos procedentes de los abonados y de los subsidios pagados por los organismos miembros y, en algún caso, por el Ministerio de Agricultura de los Gobiernos Regionales. Los consejos regionales son los que deciden la información que deben dar los boletines de cada región y aprueban cada año el presupuesto. En Bonn existe, además, un consejo central, del cual for-

man parte los presidentes de los consejos regionales y que decide los asuntos generales de todas las oficinas.

En la oficina central de Bonn el boletín se publica a las cinco de la tarde. Desde las ocho de la mañana se empiezan a recibir las informaciones procedentes de los distintos puntos de la región y las procedentes de las otras oficinas; al mismo tiempo que se reciben se van transmitiendo a las demás oficinas y al extranjero y se va preparando el boletín; a la una del mediodía se cierra la recepción de informaciones, y las que llegan después de esta hora se publicarán en el boletín posterior. Se prepara el boletín en la misma oficina y a las cinco de la tarde se procede a la distribución entre los abonados.

El contenido del boletín publicado en la oficina de Bonn es el siguiente:

1) Tendencia general de los precios de cada uno de los principales productos en los mercados alemanes e informaciones generales de cada uno de los mercados. Esta información suele ocupar las dos primeras páginas.

2) Mercados en producción. Se indican para cada uno de los productos hortofrutícolas, variedades más importantes y distintos calibres, los precios percibidos por los agricultores. Estos precios son comunicados diariamente por las cooperativas a la oficina a cuya zona pertenecen; la comunicación se hace, en general, por medio de aparatos «telex»; en otros casos se hace por vía telefónica, registrándose la conferencia en cintas magnetofónicas con objeto de poder comprobar posteriormente si ha habido errores en la recepción. Los precios que se publican son precios en producción adicionados de los gastos correspondientes a la cooperativa, que suelen ser de un 5 a un 10 por 100.

Para cada uno de los productos, variedades y calibres se publica el precio mínimo, el precio máximo y, en muchos casos, el precio más cotizado en cada una de las cooperativas del país, y, además, las tendencias de la oferta y la demanda; éstas se expresan por medio de números que van del 1 al 5 y que expresan el grado de las mismas.

3) Mercados al por mayor. Se publican para cada producto, variedad y calibre los precios mínimo, máximo y más cotizado, así como también la tendencia de la oferta y la demanda en los 15 mercados al por mayor más importantes del país. La información de los mercados al por mayor se recoge por distintos

métodos; en algunos casos es la propia administración del mercado la que elabora los precios oficiales y la que los comunica a la ZMP; otras veces se ha contratado a algún empleado del mercado para que dé la información; otras, alguna cooperativa que tiene su sede en el mercado, y otras son los mismos empleados de la ZMP los que se encargan de recoger los precios. Los precios que se publican son los pagados por los minoristas a los mayoristas. La información de cada mercado se comunica por «telex» o por teléfono a la oficina a cuya zona pertenece; las conferencias telefónicas también se registran por medio de cintas magnetofónicas.

4) Información sobre los mercados de Bremen y Hamburgo de subasta de productos de importación. Se publican las cantidades vendidas y los precios percibidos por los importadores.

5) Informaciones generales referentes a producción, comercio exterior, etc., de Alemania y otros países.

6) Información de mercados de otros países. Existe un intercambio sistemático de informaciones con las organizaciones de Francia, Bélgica, Holanda, Italia y Grecia, que se realiza a través de Bonn por medio de aparatos «telex» y a la cual nos referiremos detenidamente más adelante. La recogida de informaciones de otros países se realiza por medio de agentes alemanes o por otros medios.

7) Previsiones sobre producciones, precios, exportaciones, etc., de Alemania y otros países. Se publica una vez a la semana.

8) Información especial para el mercado de la manzana de sidra. Se publica solamente los lunes durante el período septiembre-noviembre.

El contenido citado corresponde al boletín publicado en Bonn. El contenido de los boletines publicados en las otras oficinas varía según requiere el tipo de abonados. En general, es menor el volumen de las informaciones.

La tarifa de abono al boletín de Bonn es de 106 D.M. por año o de 11 D.M. por mes. Se hace observar que, además del boletín, también se dan informaciones por medio del «telex» a algunos periódicos, que luego las reproducen, o a particulares; para este tipo de información existen tarifas especiales.

Respecto al aspecto económico se dan a continuación algunos datos de la oficina de Bonn. Los gastos para el año 1963 alcanzan la suma de 260.000 D.M., de los cuales 145.000 D.M. corresponden

a gastos de personal y 115.000 D.M. a otros gastos; de éstos, el capítulo más importante es el correspondiente a Correos, que asciende a 55.000 D.M.; otros capítulos importantes son los correspondientes a «telex», teléfono, etc.

Los ingresos procedentes de los abonados y de las informaciones facilitadas a la Prensa y a otros particulares suman unos 60.000 D.M. El Ministerio de Agricultura del Gobierno Central concede una subvención de 65.000 D.M. para pagar los gastos resultantes del intercambio de información con otros países; la Unión Nacional de Cooperativas paga unos 80.000 D.M., y los 55.000 D.M. restantes los pagan los demás miembros.

Los gastos totales correspondientes a las oficinas regionales son, aproximadamente, los siguientes:

Hamburgo	90.000 D.M.
Stuttgart	45.000 >
Hannover	45.000 >
Mainz	40.000 >
Munich	35.000 >

Los gastos totales de toda la división de frutas y hortalizas de la ZMP asciende, pues, a algo más de medio millón de D.M. para todo el país.

HOLANDA.

En Holanda la información de mercados de frutas y hortalizas la lleva una organización semioficial llamada «Productschap voor Groenten en Fruit». Las funciones de esta organización consisten en regular la producción, el comercio y la transformación de las frutas y las hortalizas; está formada por representantes de productores, exportadores, importadores, comerciantes, industriales y uniones obreras, y tiene un consejo directivo formado por 16 personas elegidas por votación, excepto el presidente, que es nombrado por el Ministerio de Agricultura.

Las frutas y hortalizas se venden en su casi totalidad en los *veiling*, organizaciones cooperativas que organizan subastas a la baja, en donde los comerciantes compran directamente a los productores. En los *veiling* existe, pues, un conocimiento exacto de los precios cotizados y de las cantidades vendidas. Los *veiling*

están agrupados en una organización nacional llamada «Centraal Bureau van de Tuinbouwveilingen in Nederland», la cual publica diariamente un boletín en el cual figuran las cantidades vendidas y los precios cotizados en todos los *veiling* del país para todos los productos, calibres y calidades. Esta información empezó en octubre de 1954 y se reparte gratuitamente a todos los *veiling*s y, por medio de abonos, a otras personas u organismos interesados.

En diciembre de 1954 la «Productschap voor Groenten en Fruit» empezó a publicar un boletín en el cual se ofrece la información de mercados de frutas y hortalizas, pero no se da la correspondiente a los *veiling*s, para evitar una repetición con el boletín de la organización central de éstos. Se publica un boletín único para todo el país, que se manda a todos los *veiling*s, exportadores, importadores, mayoristas, detallistas, etc., que pagan una cuota única para el mantenimiento de la «Productschap». Al principio de la publicación el boletín se mandó a todos los que eran miembros de la organización; seis meses más tarde se hizo una encuesta para ver el interés que tenía este boletín, y como consecuencia de la misma se redujo el número de personas a las cuales se mandaba. Actualmente se manda a unos 650 personas u organismos.

El boletín se publica cinco veces por semana, de lunes a viernes, en La Haya, en donde está la oficina central de la «Productschap».

El contenido del boletín está basado principalmente en la información de los mercados extranjeros de frutas y hortalizas, puesto que Holanda es un país exportador de estos productos. La información consiste en precios y cantidades; también se informa sobre las exportaciones de otros países y sobre política comercial, abertura y cierre de fronteras, aranceles de importación, etc., de Holanda y otros países, incluidos los del bloque oriental.

La información procedente de Francia, Bélgica, Alemania e Italia se obtiene de las organizaciones de información de mercados de estos países; la información procedente de los demás países se obtiene de fuentes diversas, entre ellas de un boletín que publica diariamente en Londres la Agencia Reuter y en el cual vienen informaciones sobre el tiempo, la situación general de la producción y el mercado, las exportaciones, etc.

BÉLGICA.

La información de mercados de frutas y hortalizas la realiza en Bélgica un organismo paraestatal, el ONDAH (Office National des Debouchés Agricoles et Horticoles).

El ONDAH publica en Bruselas un boletín en dos idiomas, francés y flamenco, que se llama «Bulletin Belge des Marchés, Fruits et Légumes», «Belgisch Bulletin der Markten Fruit en Groenten». Este boletín se publica tres veces por semana: lunes, miércoles y viernes, que son los días de mayor actividad comercial en este país.

El contenido del boletín es el siguiente:

1) Información sobre comercio exterior de Bélgica y de otros países. En esta parte se ofrecen datos sobre exportaciones e importaciones de distintos países, aranceles de aduanas, fronteras abiertas y cerradas.

2) Precios en el extranjero. Se da la información correspondiente a los principales mercados de Alemania, Francia y Holanda. Para los productos más importantes y para las distintas calidades se dan los precios mínimo, máximo y más cotizado, el origen de los productos, y las tendencias de la oferta y la demanda (éstas se dan por medio de números que varían de 1 a 5). Las fuentes de esta información son las organizaciones de información de mercados de los citados países. También se publican informaciones de Inglaterra y otros países, pero éstas son más incompletas.

3) Reproducción de artículos e informaciones de otras publicaciones y revistas nacionales y extranjeras que tengan interés para los comerciantes y productores de frutas y hortalizas.

4) Mercados belgas. Se publican los precios cotizados en el mercado al por mayor de Bruselas, que es el único del país, y los precios de los productos de importación, pero la mayor parte de la información corresponde a los mercados en producción. En Bélgica, un 22 por 100, aproximadamente, de las frutas y hortalizas se vende en *veiling*, organizaciones cooperativas análogas a las holandesas, y el resto en otros mercados en producción. Para los mercados más importantes y para cada producto se publica la calidad, precios mínimo, máximo y más cotizado, unidad y tendencias de la oferta y la demanda; estas últimas de forma aná-

loga a como se hace en Alemania y Holanda. La información de los mercados belgas la mandan unos corresponsales que se han establecido en cada uno de los mercados y que suelen ser, en general, personas que trabajan en los mismos. Estos corresponsales tienen unos impresos en los cuales anotan las informaciones de cada producto y luego las transmiten por teléfono, registrándose la conversación en discos. Todos los jueves mandan por correo, en unos impresos especiales, unas líneas muy escuetas que indican las previsiones para el mercado de la semana próxima; estas previsiones de todos los mercados se agrupan en la oficina central por productos y calidades y se publican en el boletín del viernes. En el boletín de los lunes, por otra parte, se publica el resumen de la semana anterior, también en unas líneas para cada producto; este resumen también lo hacen los corresponsales de cada mercado, una vez a la semana, en unos impresos especiales, y lo mandan por correo.

A estos corresponsales se les paga por medio de una tarifa por precio comunicado y una tarifa por cada información sobre el resumen de la semana transcurrida y sobre la previsión para la semana siguiente.

La recepción de noticias se cierra a las cuatro de la tarde; las que llegan más tarde se publican en el siguiente boletín. A partir de las cuatro se transmite la información a otros países.

El boletín se termina, aproximadamente, a las cinco, y a esta hora se procede a la distribución del mismo por medio de los servicios de Correos. El número de abonados es de unos 350 para todo el país, y en su mayor parte son exportadores e importadores.

Las tarifas de abono al boletín son de 600 francos belgas al año para Bélgica y 1.000 F.B. anuales para el extranjero. También se pueden hacer abonos por seis meses o por tres meses; los ingresos procedentes de los abonos no bastan para pagar todos los gastos, así que el Gobierno belga da una subvención anual de unos 2,5 millones de francos belgas.

Se hace observar que aunque este boletín sea publicado por el ONDAH, tiene que seguir las instrucciones del Ministerio de Agricultura.

FRANCIA.

La información comercial de mercados de frutas y hortalizas la realiza en Francia el «Service des Nouvelles du Marché», que depende del «Institut Technique des Marchés des Produits Agricoles», del Ministerio de Agricultura.

Este Servicio de información de mercados posee ocho oficinas, localizadas en las siguientes ciudades: París, Lyon, Bordeaux, Avignon, Perpignan, Angers, Marseille y Saint Pol de Leon. Cada una de ellas tiene asignada una zona del país y se encarga de recoger las informaciones de los principales mercados, de producción o al por mayor, de la zona correspondiente. La recogida de estas informaciones se hace por medio de agentes o corresponsales que diariamente las comunican a la oficina regional; la comunicación se hace por medio del «telex» o por teléfono, registrándose, en este caso, la conferencia en discos.

Las oficinas regionales se intercambian diariamente, por medio del «telex», las informaciones de su zona; el intercambio es directo, o sea sin pasar por la oficina central de París.

El intercambio de informaciones con las respectivas organizaciones de Alemania, Holanda y Bélgica se hace a través de la oficina de París, la cual recibe las informaciones de estos países y las retransmite por «telex» a las oficinas regionales. Las informaciones de Inglaterra las reciben por medio de un empleado de los servicios franceses de comercio exterior en Londres, que envía periódicamente algunos datos sobre mercados. Informaciones de otros países se reciben de diversas formas, más o menos sistemáticas; por ejemplo, la oficina de Perpignan tiene un corresponsal en Valencia que envía informaciones sobre los mercados del Levante español.

Todas las oficinas, exceptuando las de Marseille y S. Pol de Leon, publican todos los días, excepto los domingos, un boletín, llamado «Bulletin des Nouvelles du Marché des Fruits et Légumes», que se distribuye a los abonados de cada zona.

El contenido de los boletines varía según la oficina, pues son distintos los abonados de cada uno de ellos y distintas, por tanto, las informaciones útiles a los mismos. Hay unas informaciones de interés nacional, que se publican en todos los boletines, y otras de interés regional o local, que solamente se publican en el boletín de la región correspondiente.

De una forma general, el contenido de los distintos boletines se puede resumir en las siguientes partes:

1) Fisonomía del día de las regiones de producción de Francia. Se indican las características del tiempo en las principales regiones de producción y las características generales de las ofertas, demandas y precios de los productos más importantes.

2) Mercados de producción. Se indican los precios mínimo, máximo y más cotizado de las distintas frutas y hortalizas en los principales mercados de producción, así como también las cantidades vendidas. No se indica la calidad porque en la fase de producción estos productos no están normalizados. En algunos casos también se indica la variación respecto al día anterior.

3) Mercados de recepción. Información sobre los principales mercados al por mayor; esta información comprende algunas características generales del mercado en general y las tendencias particulares de algún producto. A continuación, y para cada producto, se indica el tonelaje, la región o país de procedencia, la calidad, los precios mínimo, máximo y más cotizado y la variación respecto al día anterior. Para el mercado al por mayor de París se dan dos series de cotizaciones: una, oficial, dada por una comisión constituida por mayoristas, productores, detallistas, etcétera, que actúan en el mercado y que se reúnen diariamente cuando ya se han realizado casi todas las transacciones; la otra serie es la dada por dos agentes del S. N. M., que circulan por el mercado y se enteran, aproximadamente, de los precios cotizados. En todos los restantes mercados al por mayor no existen cotizaciones oficiales, por lo que las únicas que se publican son las del S. N. M.

4) Información sobre los productos sometidos al procedimiento de los precios mínimos a la importación. Esta información se copia de los avisos aparecidos diariamente en el Diario Oficial.

5) Volumen de productos hortofrutícolas transportados dentro de Francia por medio del ferrocarril, con indicación de la fecha, la procedencia y el destino.

6) Volumen de importaciones y exportaciones de Francia con otros países, o de otros países entre sí.

7) Volumen de mercancías en tránsito a través de Francia, con indicación de fecha, procedencia y destino.

8) Información de precios en los mercados extranjeros más interesantes y precios en frontera.

Cada oficina tiene un cierto número de abonados, a los cuales se envía el boletín diariamente. Como la mayor parte de las oficinas se encuentran instaladas en el mercado de la ciudad correspondiente, el reparto se hace a mano la misma tarde de su publicación para los abonados establecidos en el mismo mercado; para los restantes se suele hacer por correo, en cuyo caso lo reciben al día siguiente.

Además del boletín completo, existe en algunas oficinas un boletín reducido que comprende menos informaciones y cuya tarifa de abono al mismo es más limitada.

El abono varía según se haya hecho el contrato para uno, tres, seis, nueve o doce meses. Para el boletín completo el abono para un mes es de 15 francos; para tres meses, de 36 francos; para seis meses, de 70 francos; para nueve meses, de 100 francos, y para doce meses, de 126 francos.

En la oficina de Lyon existe, además, un boletín semanal, que sale los viernes y que ofrece la información del día, un resumen de la información de los restantes días de la semana y otras noticias generales nacionales e internacionales.

También existen abonados que reciben algunas informaciones directamente por «telex»; en este caso se abona una tarifa de acuerdo con las informaciones requeridas.

El aspecto financiero del «Service des Nouvelles du Marché» está centralizado en París, en donde se reciben todos los ingresos procedentes de los abonados. Estos ingresos no son suficientes para pagar todos los gastos del servicio, que necesita una subvención del Ministerio. Recibe, además, algunas subvenciones de ciertas organizaciones profesionales.

El número total de abonados varía según las épocas del año. Entre todos los boletines se puede considerar un número medio aproximado de 1.500 abonados en todo el país. En esta cifra no están incluidos los abonados por «telex».

INTERCAMBIO DE INFORMACIONES ENTRE PAÍSES.

En el año 1954 la Agencia Europea de Productividad inició unas gestiones para mejorar la información de mercados en los países miembros de la O. E. C. D. Un punto importante de esta mejora de información de mercados fué la creación de un inter-

cambio entre las distintas organizaciones nacionales, intercambio que empezó en enero de 1955 entre los siguientes países: Francia, Bélgica, Holanda, Alemania e Italia. Al principio se adhirió también Suiza a este intercambio de informaciones, pero poco después se separó, quedando únicamente los países que más tarde constituirían el Mercado Común.

Para evitar los inconvenientes de las diferencias de idioma se elaboró un código internacional, que ha sido publicado por la O. E. C. D.

El código comprende los siguientes puntos:

Países: Cada país se indica por medio de tres letras mayúsculas.

Regiones: Cada región se indica por medio de dos letras mayúsculas que se colocan a continuación de las correspondientes al país.

Productos: Cada producto hortofrutícola y variedad se indica por medio de un número de cuatro cifras.

Tendencia de la oferta: Se indica por medio de una escala de cinco números.

Tendencia de la demanda: *Idem id.*

Tiempo: Se indican sus características por medio de tres letras.

Las otras informaciones, como temperatura, lluvia, precios, etc., se indican por medio de sus números respectivos.

El intercambio entre los citados países se efectúa diariamente por medio de «telex» y entre las capitales respectivas.

A partir de 1961 también enlazó Grecia, pero, por el momento, sus informaciones son limitadas, ya que este país no posee una organización nacional de información de mercados. Italia tampoco posee una organización, pero el organismo que se encarga de este intercambio es el «Istituto di Commercio Estero», que comunica datos referentes a los envíos diarios de productos hortofrutícolas hacia el extranjero y datos sobre los precios del mercado al por mayor de Milán.

Los demás países miembros de la O. E. C. D. no están enlazados de una forma sistemática con esta red europea de información por medio de «telex». Algunos países, como el Reino Unido y los países escandinavos, tienen una red interior que sólo en algunos casos realizan intercambios con los países del M. E. C.

Las informaciones que se transmiten entre los países son las que decide cada uno de ellos, y los gastos de este intercambio corren a cargo de cada organización.

Se hace observar que la O. E. C. D., al iniciar esta colaboración, ha insistido en que las informaciones tienen que ser totalmente objetivas.

CONVENIENCIA DE CREAR EN ESPAÑA UNA ORGANIZACIÓN DE INFORMACIÓN COMERCIAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS.

La situación actual en España se caracteriza por la inexistencia de una organización que se ocupe, de una forma sistemática, de la reunión y distribución completas de las informaciones sobre los mercados nacionales y extranjeros.

Refiriéndonos al sector hortofrutícola, hay algunos mercados que publican de una forma regular las cotizaciones realizadas en el mismo, e igualmente existen distintas publicaciones, privadas o públicas, que informan sobre la situación en algunos mercados. En el caso de los exportadores, algunos de ellos tienen corresponsales en distintos mercados extranjeros que suelen informarles sobre la situación de los mismos. Todas estas informaciones pecan de esporádicas o de incompletas, además de presentarse muy diseminadas; los datos correspondientes a algunas fases de la distribución, sobre todo la fase en producción, son desconocidos e igualmente los datos correspondientes a los mercados de muchas regiones y países.

De ello se deduce la conveniencia de crear en nuestro país una organización similar a la existente en los países citados. Esta organización debería dedicarse, en un principio, a la información comercial de frutas y hortalizas, para extenderse en el futuro, cuando se poseyera más experiencia, a los demás productos de la agricultura. Tendrían que instalarse varias oficinas regionales en los puntos de mayor interés en la producción y comercio de productos hortofrutícolas y que tendrían asignada una zona determinada del territorio nacional. Su misión consistiría en recoger la información de los mercados sitios en la zona correspondiente y transmitirla a las restantes oficinas; el intercambio entre las oficinas regionales se haría por medio del «telex», y la comunicación de cada oficina regional con los corresponsales establecidos en los centros comerciales de la zona respectiva, por medio de «telex» o de teléfono.

Para la información de los mercados extranjeros se tendría

que organizar el intercambio sistemático con la red europea de «telex» citada en los puntos anteriores, puesto que los países miembros de esta red son mercados importantes para nuestros productos hortofrutícolas de exportación. Este intercambio se realizaría por la oficina de Madrid, la cual se encargaría de distribuir la información a las otras oficinas. Para los mercados de otros países importantes para nuestro comercio de exportación y que no están enlazados con la red europea de «telex» habría que organizar, de la forma más conveniente para cada caso, la recogida de datos y la transmisión de los mismos a la oficina de Madrid.

Respecto a la distribución al público de la información recogida, la forma más adecuada sería la publicación de un boletín en cada una de las oficinas, en el que se darían las informaciones interesantes para los productores y comerciantes de la región correspondiente, sin perjuicio, naturalmente, de la posible difusión por otros medios, como radio, teléfono, prensa, etc.

La distribución del boletín sería contra el pago de un abono, e igualmente las informaciones que se dieran por los otros medios, pero seguramente estos ingresos no serían suficientes para pagar todos los gastos que llevaría consigo esta organización, por lo cual tendría que recibir una importante subvención por parte del Estado.

El organismo más adecuado para organizar la información comercial de frutas y hortalizas es, sin duda, el Ministerio de Agricultura. Para ello tendría que crearse un servicio especialmente dedicado a ella, con la central en Madrid y que dependería de alguna de las dependencias relacionadas con la producción y comercialización de productos agrícolas y ganaderos, puesto que si bien en un principio se ocuparía del sector hortofrutícola, en el futuro, como se ha dicho anteriormente, tendría que extenderse de una forma gradual a los demás sectores.

RESUMEN

La información de mercados de productos agrarios es un elemento importante para una mayor eficiencia de la producción y comercialización de aquéllos. El autor describe la organización de la información de mercados de frutas y hortalizas en los países de la Comunidad Económica Europea.

En la República Federal de Alemania esta información la lleva a cabo una organización privada, la Z. M. P., que tiene seis oficinas, cinco de las cuales publican boletines varias veces a la semana. En Holanda, la asociación de «veilling» publica diariamente un boletín con las informaciones

correspondientes a los mismos, mientras que la asociación de productores y comerciantes de frutas y hortalizas publica otro boletín diario que complementa el anterior. En Bélgica, un organismo paraestatal, el ONDAH, es el que se encarga de esta información, publicando un boletín tres veces por semana. En Francia, el «Servicio de Información de Mercados», dependiente del Ministerio de Agricultura, posee ocho oficinas, seis de las cuales publican boletines diarios. La transmisión de las informaciones de los mercados a las oficinas, o entre éstas, se realiza por medio de aparatos telex. Existe un intercambio de informaciones entre los citados países también por medio del telex. Aparte de los boletines citados, en todos los países se ofrecen informaciones por otros medios, como radio, prensa, etc.

Se indica, por último, la conveniencia de establecer una organización similar en nuestro país a base de varias oficinas localizadas en los centros hortofrutícolas más interesantes y que, a través de la oficina central, enlazaría con la red europea.

R É S U M É

L'information sur les marchés des produits agricoles est un élément important pour obtenir une plus grande efficacité de la production et de la commercialisation de ces produits. L'auteur décrit l'organisation de l'information sur les marchés des fruits et des légumes dans les pays de la Communauté Economique et Européenne.

Dans la République Fédérale d'Allemagne, cette information est menée à bien par une organisation privée, la Z.M.P., qui a six bureaux dont cinq publient des bulletins plusieurs fois par semaine. En Hollande, l'association du «veilling» publie quotidiennement un bulletin avec des informations correspondantes sur ces produits tandis que l'association des producteurs et des commerçants en fruits et en légumes publie un autre bulletin quotidien qui complète le précédent. En Belgique, c'est un organisme officieux, l'ONDAH, qui est chargé de cette information. Il publie un bulletin trois fois par semaine. En France, le Service d'Information des Marchés, dépendant du Ministère de l'Agriculture possède huit bureaux, dont six publient des bulletins quotidiens. La transmission des informations sur les marchés aux bureaux ou entre ceux-ci est faite par des appareils télex. Il existe également un échange d'informations par télex entre les pays mentionnés ci-dessus. En dehors des bulletins indiqués, on donne dans tous ces pays des informations par d'autres moyens, comme la radio, la presse, etc.

L'auteur indique, enfin, l'intérêt d'établir dans notre pays une organisation analogue reposant sur le fonctionnement de plusieurs bureaux situés dans les centres hortofruticoles les plus intéressants qui, par l'intermédiaire du bureau central, seraient reliés au réseau européen.

S U M M A R Y

Market information is an important element in greater efficiency in the production and merchandising of farm products. The author describes the organization of market information on fruits and vegetables in the countries of the European Economic Community.

In the Federal Republic of Germany this information is handled by a private organization, the Z.M.P., which has six offices, five of which publish bulletins several times a week. In Holland, the «veilling» association publishes a daily bulletin with information on its own activities, while the organization of producers and merchants of fruits and vegetables publishes another daily bulletin which complements the former. In Belgium, a national organization, the ONDAH, is responsible for this information, and publishes a bulletin three times a week. In France, the «Market Information Service», part of the Ministry of Agriculture, has eight

offices, six of which publish daily bulletins. The transmission of market information to the offices or between the offices is done by Telex. In addition to the bulletins mentioned, information is furnished in all the countries through other media, such as the radio, the newspapers, etc.

There is indicated in conclusion the utility of establishing a similar organization in our country, with various offices located in the most interesting fruit and vegetable centers, which would be connected through the central office with the European network.