

Año V

DICIEMBRE, 1929

Núm. 44

# BOLETIN AGRARIO

Organo oficial de la Cámara de la Propiedad Rústica de la provincia de Córdoba

(PUBLICACION MENSUAL GRATUITA)



REDACCIÓN: OFICINAS DE MENCIONADO ORGANISMO

Imprenta y Papelería LA PURITANA

García Lovera, número 10. - Córdoba



# “COVADONGA”

SOCIEDAD ANÓNIMA DE SEGUROS

Dirección General: Alcalá, número 25 - MADRID

Inscrita en la Comisaría general de Seguros (Ministerio del Trabajo) con las garantías económicas legales

Seguros contra Incendios para toda clase de riesgos, incluso COSECHAS

Subdirector para Córdoba y su provincia

D. Federico Algarra Ramírez, hijo y sucesor de D. Federico Algarra Plomer

OFICINAS: Calle Alfonso XIII, núm. 26

Nitrato de Potasa  
Nitrato de Sosa  
Carburo de Calcio  
Sosa cáustica  
Pez rubia

Polvos Cooper  
Sal fácil  
Miera  
Triaca  
Azufre

Sulfato de Cobre  
Sulfato de Hierro  
Sal en bolas  
Sebo en barras  
Pez negra

## ENRIQUE RODRIGUEZ YUSTE

SOBRINO SUCESOR DE PEDRO YUSTE

Droguería fundada el año 1860

Sánchez Peña, 1 (Plaza de las Cañas) Teléfono 14-27

Desinfectantes líquidos  
Zotal  
Sanitas  
Cloruro de Cal  
Alquitrán

Explosivos  
Cartuchería  
Balas  
Munición  
Tacos

Pinturas preparadas  
Aceite de Linaza  
Barnices y Esmaltes  
Brochas, pinceles, cepillos  
Productos Enológicos

Imprenta **LA PURITANA** Papelería

TALLERES:

García Lovera, núm. 10

CÓRDOBA

DESPACHO:

García Lovera, núm. 10

# BOLETIN AGRARIO

ORGANO OFICIAL DE LA CÁMARA DE LA PROPIEDAD RÚSTICA DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

Publicación mensual gratuita

DIRECTOR:  
D. Luis Merino del Castillo

Redacción: Oficinas de la Cámara

## SUMARIO

Un documento interesantísimo para los olivareros.—La riqueza olivarera. Sobre el manoseado problema de la exportación de aceite, por ANTONIO ZURITA.—Conclusiones aprobadas en el primer Congreso Nacional del Aceite de Oliva celebrado en Sevilla.—El problema del aceite. Impresiones del Congreso celebrado en Sevilla y soluciones posibles, por ANTONIO ZURITA.—Disposiciones oficiales.—Mercados.—Matadero.—Cámara Oficial de la Propiedad rústica de la provincia de Córdoba.

## UN DOCUMENTO INTERESANTÍSIMO PARA LOS OLIVAREROS

Los señores Ervaco, de Barcelona, corresponsales de Erwin, Wasey & C.º, nos han autorizado amablemente para insertar en este BOLETIN el estudio completísimo que han hecho de la situación del mercado de aceites en los Estados Unidos, en el que hallamos ciertos hechos fundamentales que necesitan una cuidadosa consideración para proteger este comercio tan importante para España.

Dichos señores han ofrecido su estudio, impreso en edición especial y limitada, a la Comisión de propaganda de nuestro aceite de oliva.

La información completa dice así:

### Seis extremos a considerar

1.º Consideramos que como medida de protección ha de emprenderse inmediatamente una campaña de propaganda del aceite de oliva español. Si esto no se hace se corre el riesgo de que España pierda casi totalmente este enorme mercado para el aceite, como lo ha perdido ya para las naranjas y los limones. Las razones en que basamos esta afirmación se especifican más adelante.

2.º Se ha de hallar el medio de proteger la pureza y calidad del aceite vendido como aceite virgen. No solamente se vende una gran proporción de aceites inferiores bajo el nombre de aceite de oliva de clase superior, sino que la adulteración con aceites de algodón y cacahuete se hace escandalosamente y en gran escala, principalmente (y sentimos decirlo) por personas de los países productores de aceite, especialmente italianos, que intervienen aquí en el negocio.

3.º Para obtener la confianza del público en su aceite sería un gran medio el obtener un certificado nacional del Gobierno español que garantizara la calidad y absoluta pureza del aceite. Esta garantía debería ser de tal naturaleza que imposibilitara toda adulteración. Más adelante se describen en esta memoria algunos de los métodos usados en la sofisticación de los aceites importados en América.

4.º Es necesario crear un mayor consumo de aceite por medio de una campaña educativa explicando sus variadas aplicaciones para cocer, preparar ensaladas, en medicina, etc.

5.º Los importadores deberían preparar conjuntamente un plan para fomentar el comercio y mejorar la distribución del aceite, puesto que por ahora no hay ningún importador de aceite que tenga realmente un plan de distribución y venta de aceite que abarque toda la nación.

6.º Después de terminada la campaña inicial para lanzar el negocio, los fondos podrían obtenerse cargando una pequeña cantidad fija sobre cada cajón o galón de aceite importado en los Estados Unidos. Este es el medio adoptado por todos los fabricantes americanos y es la manera fácil y lógica de asegurar en el futuro los fondos para la propaganda.

### Razones para la necesidad de propaganda

El que escribe recuerda que hace años casi todas las naranjas y limones que se consumían en los Estados Unidos procedían de España y de Italia. Hoy las importaciones de estos frutos han casi desaparecido, porque los productos de California y de Florida han obtenido una venta enorme gracias a una propaganda bien hecha.

La industria del aceite de oliva se halla actualmente casi en la misma situación, a causa de las potentes campañas de publicidad que han inducido al pueblo a usar aceites substitutivos como el Mazola Oil, Wesson Oils, etc., hechos de maíz, cacahuete, semilla de algodón, etc. La oportunidad para el aumento de venta de estos aceites se presentó cuando la guerra paralizó las importaciones de aceite de oliva de España y de Italia.

Hoy son pocas las familias americanas que usan aceite de oliva, y la mayor parte del aceite importado es consumido por la población de origen italiano, español y griego. Estas familias de origen sud-europeo se america-

nizan más y más cada año. La inmigración de estos países prácticamente ha cesado ahora, y a la segunda o tercera generación han perdido ya sus hábitos y características nacionales. Cada vez abandonan más las ideas y costumbres de su país de origen. A estas segunda y tercera generaciones de inmigrantes procedentes del Sur de Europa les gusta ya la cocina a la americana, esto es, sin usar aceite de oliva.

## Protejan la industria del aceite de oliva

Los peligros de esta situación son evidentes. A menos que se haga un esfuerzo decidido, la exportación del aceite de oliva a los Estados Unidos decaerá constantemente hasta llegar sólo a una cantidad despreciable.

Para proteger el mercado del aceite de oliva y para extenderlo, se requiere propaganda. Lo que nosotros nos proponemos hacer es crear una demanda de aceite legítimo de oliva, primero explicando sus muchas y excelentes cualidades, segundo sus cualidades higiénicas y tercero dando a conocer la manera deliciosa como puede usarse en guisados o ensaladas, dando recetas para platos nuevos para el pueblo americano, pero que serán probados en las cocinas americanas. Docenas de productos alimenticios se han convertido en grandes éxitos comerciales usando este procedimiento. Los libros de recetas enseñan a las mujeres variadas maneras de preparar nuevos platos y les proporcionan el medio de variar la monotonía del diario menú. En los Estados Unidos la mayor parte de las señoras deben cuidarse personalmente de la cocina a causa de la escasez y altos sueldos de las sirvientas.

La teoría de esta clase de libros de recetas es sencilla y lógica. Si una mujer usa un producto una vez a la semana conociendo únicamente una sola manera de usarlo y le enseñamos nuevas maneras de emplearlo, quizá lo usará el doble de veces o más aún, de manera que así dobla, triplica o cuadruplica sus compras de tal producto y aumenta así su consumo. Si una familia usara por término medio un galón (aproximadamente cuatro litros) de aceite cada año y lográramos que usara tres galones al año, triplicaríamos el consumo de aceite de los Estados Unidos. Para cada consumidor que nosotros creáramos lograríamos el mismo aumento.

Si el 1 por 100 de los 125.000.000 de habitantes de los Estados Unidos comprase sólo un litro de aceite cada año, tendríamos un consumo por año de 1.250.000 litros de aceite, y si con la propaganda se logra que estas 1.250.000 personas doblen su consumo, tenemos ya 2.500.000 litros consumidos, mientras que si aumentamos el número de consumidores del 1 por 100 al 2 por 100, lo doblaríamos otra vez, llegando a los 5.000.000 de litros de aceite cada año.

A pesar de haber supuesto aumentos tan modestos, estos 5 millones de litros representarían ya un aumento de un 44 por 100 del total de aceite importado de España a los Estados Unidos en 1927.

Repetimos que estas cifras de aumentos son modestas para un país en que la gente cree en la propaganda porque sabe que es honrada, útil y eficaz. Hay productos

que se han lanzado al mercado y gracias a ella han obtenido una amplia distribución por todo el país.

Como una muestra de las posibilidades de la distribución de un aceite de oliva bien anunciado, he aquí algunos números interesantes sobre los posibles lugares de expendición de este producto:

Droguerías. . . . .	60.000
Colmados. . . . .	270.000
Almacenes generales. . . . .	132.000
Tiendas comestibles. . . . .	11.000
	<u>473.000</u>

Los almacenes de comestibles pueden dividirse así:  
En ciudades de más de 10.000 habitantes:

Colmados. . . . .	205 000
Almacenes generales. . . . .	1.000
Tiendas comestibles. . . . .	11.000

En poblaciones de menos de 10 000 habitantes:

Colmados. . . . .	65.000
Almacenes generales. . . . .	131.000

En las ciudades pequeñas los almacenes generales venden toda clase de artículos, comestibles, vestidos, zapatos, loza y porcelana, etc. De aquí la gran proporción de almacenes generales en ciudades de menos de 10 000 habitantes.

Esto da un total de 473.000 posibles expendedores de aceite. Si cada una de estas tiendas vendiese solamente una lata de medio litro a la semana, obtendríamos un total de 24.596.000 latas cada año, cuando se hubiera logrado una distribución general. Si la venta creciera a medio litro de aceite diario por tienda, llegaríamos a la cifra de 172.650.000 latas de medio litro por año. Esta cifra no es alta, pues teniendo presente los 125.000.000 de habitantes de los Estados Unidos, representa un consumo de 0.61 litros por cabeza cada año.

Con una propaganda lógica y bien organizada, estas posibilidades no son remotas. ¡Qué impulso formidable daría a la exportación de aceite español! Es precisamente por la enorme extensión de este mercado que es posible en los Estados Unidos la rápida creación de potentes fortunas a base de productos alimenticios.

## Razones para proteger este mercado

Hemos aludido ya antes a la necesidad de proteger el futuro mercado de este producto.

Hasta ahora el principal mercado para el aceite de oliva es la población de los Estados Unidos nacida en Italia. Según las estadísticas del Censo de población de los Estados Unidos, residían en ellos en 1920, 1.610.000 personas nacidas en Italia, que junto con las nacidas ya en América de padres italianos ascendían a un total de 3.337.000.

Los franceses son 153.000 y los españoles no llegan a esta cifra. El total de todos los nacidos en países del Sur de Europa es de dos millones.

El consumo anual de aceite por persona entre todos

los procedentes del sur de Europa disminuye constantemente.

He aquí unas cifras que revelan toda la gravedad de este hecho:

En 1900.	. . .	20	litros por persona
» 1910.	. . .	13'2	» » »
» 1920.	. . .	8'1	» » »
» 1927.	. . .	6'1	» » »

Sirva de comparación el hecho de que en España se calcula en unos 12 litros anuales el consumo por persona. Por consiguiente la población sud-europea de los Estados Unidos, que son los mayores consumidores de aceite de este país, han reducido a la mitad el que es un consumo normal en Europa.

Este consumo que disminuye, se reducirá aún más en cuanto la nueva generación de hijos de europeos nacidos en América se vaya americanizando más y más en sus gustos y costumbres.

Este es un hecho bien establecido y significativo que nuestra investigación ha puesto de relieve.

Hemos querido investigar detalladamente las razones de esta disminución del consumo de aceite. Concentrando nuestras investigaciones en la población italiana, por ser los mayores consumidores de aceite, hemos preguntado a 250 mujeres americanas casadas, hijas de padres italianos, si usaban aún aceite de oliva. El 87 por 100 de ellas contestó que de mucho no usaban tanto aceite como sus padres. Las razones dadas fueron varias;

1. El alto precio del aceite de oliva comparado con los aceites vegetales americanos.

2. Preferencia por los aceites dulces y sin sabor para las ensaladas, sobre los de sabor fuerte.

3. Mayor facilidad de uso y mayor economía de los aceites vegetales y grasa animal para la cocina.

4. Un gradual apartamiento de los gustos y maneras de guisar de sus padres y adaptación a la cocina americana.

5. Mala calidad de los aceites de oliva que se hallan en el mercado norte americano (debido probablemente al empleo de clases baratas o sofisticadas).

6. Preferencia por los esposos americanos de mujeres italianas y de esposas americanas de hombres italianos, a favor de la cocina americana.

Es inevitable que si este mercado para el aceite de oliva se contrae cada día más, el aceite de oliva importado de Europa perderá importancia, a menos que se tome decididamente una posición para salvar este mercado para el aceite español.

El consumo de aceite de oliva como producto farmacéutico ha aumentado algo porque los médicos lo recomiendan para distintos usos y aplicaciones.

El aumento que se nota en las importaciones es debido a los aceites de calidad inferior (grasas para jabones) usadas en gran escala en la fabricación de jabones y otros preparados para la toilette, pero estos aceites se venden con un margen de beneficio tan reducido que no vale la pena de entretenerse en ellos, aunque sean la causa del aumento en las importaciones.

## Posición del aceite de cliva en el mercado

a) En relación a los otros aceites vegetales.

Los comerciantes a quienes hemos consultado, no se muestran muy preocupados por la competencia que puedan hacer al aceite de oliva otros aceites vegetales, como los de semilla de algodón o de cacahuete, que se expenden bajo los nombres de Wesson y Mazola y se producen en los Estados Unidos, si bien reconocen que estos aceites representan negocios importantísimos por el desarrollo que su consumo ha alcanzado durante los últimos años, especialmente desde la guerra cuando era difícil obtener aceite de oliva de Europa. Estos aceites vegetales han substituído al de oliva en muchas aplicaciones como el freír, aliñar ensaladas o preparar salsas, especialmente la mayonnaise. Esto es lo que ha sucedido en casi todos los grandes hoteles, conservándose sólo fieles al aceite de oliva aquellos que tienen como «chef» de cocina un italiano o quizá algún francés.

El precio puede influir, pues estos aceites se venden por menos de dos dólares el galón (unos 4 litros), pero la impresión general es que en este caso el precio no es un factor decisivo si se puede asegurar la calidad.

b) El aceite español en relación al italiano.

Los importadores y distribuidores de aceites en América están al corriente de las diferencias de calidad entre el aceite español y el italiano, así como acerca de la exportación de aceite español a Italia para la producción de las mezclas que son luego reexportadas como aceite italiano.

Mr. Lampert y Mr. Jentoft, directores de la importante casa Austin-Nichols de comestibles al por mayor, reconocen la superioridad del aceite español, y, después de haberlos probado todos, están de acuerdo en que el español es el que puede obtener más ventas, pues el italiano es de color más obscuro y de calidad inferior.

Sin embargo los italianos tienen fama de saber preparar bien el aceite y obtener buenas clases con sus mezclas. Por otra parte los italianos, los mayores consumidores de aceite de los Estados Unidos como repetidamente se ha dicho, prefieren comprar aceite que lleve la etiqueta «importado de Lucca, Italia», u otra parecida.

## Los peligros de la adulteración

Comerciantes e importadores sin escrúpulos están arruinando esta industria con sus sofisticaciones al por mayor.

Debido a que por los aranceles de los Estados Unidos resulta más económico importar aceite en barriles y envasarlo luego en América, una gran cantidad de aceite que se vende como aceite virgen de oliva, tiene este sólo como base, habiéndosele añadido después del 50 por 100 al 75 por 100 de aceite de maíz, semilla de algodón o cacahuete. Se calcula que a lo menos la mitad del aceite importado en barriles es luego sofisticado de esta manera.

Algunos llegan incluso a adulterar el aceite importado en envases de hojadelata soldados. Cortan una es

trecha hendidura en el ángulo del envase donde la tapa está soldada y por allí se hace salir parte del aceite. Luego otro aceite—de otra procedencia o de calidad inferior—es inyectado a presión dentro del envase a través de la hendidura hasta volver a llenar el envase. Sueldan entonces el agujero, la soldadura es afinada con papel de lija y recubierto todo de polvo. Luego este envase que contiene quizá sólo un 50 por 100 de aceite de oliva es vendido con la etiqueta de «aceite puro de oliva» que le pusieron los exportadores.

Estos falsificadores de aceites convierten así cada 1.000 galones de buen aceite en 2 000 o más de malo. El aceite adulterado les cuesta por término medio

1.000 galones de aceite puro	4 500 dólares
1.000 » » » de	
semilla de algodón. . .	1.900 »
	<u>6.400 »</u>

Los 2.000 galones los venden a 5,50 dólares, obteniendo un total en la venta de 11.000 dólares. No es un mal negocio—pero es una práctica que arruina este comercio.

Casi todos los importadores de aceite tienen su marca propia, además de poseer las originales importadas—y así pueden decir con toda razón que su marca propia es de tan buena calidad como las importadas. Todo es la misma mezcla—1.000 envases con la etiqueta original del exportador y 1.000 más con la suya propia.

## Un certificado protegido por el Gobierno

Si se decide crear un certificado del Gobierno español garantizando la procedencia y la pureza del aceite español, debería hacerse un gran esfuerzo por parte del Gobierno para perseguir sin compasión todos los casos de sofisticación que cayeran bajo las leyes de los Estados Unidos que protegen la pureza de los alimentos. La única manera de luchar contra el descrédito que estos traficantes sin escrúpulos han echado sobre el aceite importado en los Estados Unidos, es a base de una gran seriedad y de mantener a toda costa la garantía real de este certificado oficial.

Si se decide importar el aceite en barriles y envasarlo en América, esto debería hacerse bajo la inspección del Gobierno de manera que su certificado fuera una legítima garantía de pureza y calidad. El saber que el Gobierno español vigila para proteger su certificado y la pureza del aceite español, sería un gran estímulo para las ventas y para que los consumidores pusieran confianza en el aceite de oliva protegido por el Gobierno.

## Marcas corrientes en el mercado americano

Muy pocas marcas de aceite de oliva son conocidas extensamente en los Estados Unidos. Quizá la más conocida es el «Pompeian Olive Oil» que es la de un producto distribuido por una compañía americana. Habían

hecho algo de propaganda en tiempos pasados, pero la suspendieron durante la guerra y desde entonces han hecho muy poca fuera de los periódicos comerciales.

Ofrecen, según ellos, un aceite virgen puro de oliva, pero aunque el nombre «Pompeian» parece indicar un aceite de origen italiano, lo cierto es que lo han comprado en los mejores mercados y su aceite es producto de la mezcla de otros. Su calidad es buena en general.

La red de colmados «Atlantic & Pacific» tienen una marca propia llamada «Enrico Virgin Olive Oil». Se vende como si fuera italiano, pero probablemente es una mezcla. Se le ha tratado para darle una calidad uniforme y para disminuir su pesadez original. El director del departamento dice que es «refinado» pero el aceite virgen bueno no es necesario que lo sea. Esta marca aparece a veces en la propaganda de los almacenes A & P. pero su publicidad no es general.

Austin Nichols pretende que posee una amplia distribución de su aceite «Sunbeam», sólo inferior al «Re Umberto» de Strohmeier-Orpe. Ambas marcas poseen una distribución bastante general en los estados del Este.

Casi todos los establecimientos de comestibles al mayor, lanzan una marca propia y así el número de ellas que hay en el mercado es muy grande. Hay centenares de marcas desconocidas fuera de la colonia italiana.

Los importadores y envasadores de aceite de oliva en los Estados Unidos, son en general de la opinión de que el aceite puede anunciarse con seguridades de éxito en este país. Todos comprenden que debería emprenderse una campaña instructiva para dar a conocer las distintas aplicaciones del aceite, y todos se mostraron muy interesados en nuestro plan cuando se lo expusimos brevemente, y creen que puede lograrse que las mujeres americanas aprendan a emplear el aceite en muchos casos en que ahora usan manteca y otras grasas animales siempre que se le demuestre que el aceite de oliva produce guisados mejores y más sobrosos.

## La mujer americana es su propia cocinera

Quizá sea oportuno explicar aquí que, al contrario de la costumbre de España, Italia, Francia y otros países europeos en que el servicio doméstico es barato, en América las señoras, en la inmensa mayoría de los casos (quizá el 95 por 100) deben ser sus propias cocineras y amas de casa. El cuidar de la casa ha debido facilitarse en América, pues el servicio es caro. Las cocinas modernas idealmente equipadas permiten guisar de una manera fácil y agradable. La mujer de su casa pone gusto y orgullo en lo que ella guisa y emplea en ello toda su inteligencia. Así estudia el valor de los alimentos en relación a la dieta; aprende la manera de preparar nuevos platos y le gusta obsequiar a su familia o a sus convidados con platos diferentes y atractivos. Lee todos los periódicos y revistas y estudia las páginas de anuncios con el mismo interés que las de modas y novedades para poder llevar a su mesa alguna variación a la monotonía del menú diario. Es por esta razón que los anuncios con recetas y

los libros de recetas tienen una aplicación universal en la propaganda de alimentos en América. Nosotros nos hemos encontrado con un número tremendo de respuestas a estos anuncios. El autor de estas líneas conoce un caso en que una sola inserción en una magazine (cuyo tiraje era de algunos millones) de la oferta de un libro de recetas para la cocina produjo la asombrosa cifra de 96.000 respuestas.

Esta es una prueba real del valor de esta clase de propaganda.

El resultado de ella es doble. La señora que obsequia a sus invitados con un plato nuevo y atractivo que ha descubierto en una de estas recetas se complace en contarlo á sus amigas y estas a su vez piden el libro. Estos anuncios crean nuevos consumidores del producto así como más aplicaciones del producto entre los que ya lo usaban.

Precisamente los aceites Mazola (de maíz) y Wesson (de semilla de algodón), los competidores del aceite de oliva, crearon su popularidad con estos procedimientos.

### Necesidad de mejores envases calidades uniformes

Un gran inconveniente del comercio de aceite de oliva son los malos envases que se usan. En su mayor parte son de hojadelata que han de agujerarse para que salga el aceite. La mayor parte de las mujeres lo hacen con un abrelatas, dejando un agujero con bordes que resaltan y a los que se adhiere el aceite al salir. Este aceite expuesto al aire se hace rancio y da mal gusto al otro aceite que sale después. En estos rebordes se acumula también polvo y la suciedad, siendo difícil mantenerlos limpios, de manera que se convierten en un lugar a propósito para formar con el aceite un cultivo de toda clase de microbios y bacterias. Algunas de las latas van provistas de tapones con rosca, pero suelen ser difíciles de abrir y a veces se necesita una llave inglesa para hacerlo. Los aceites Wesson y Mazola son también vendidos en latas, pero Mazola tiene un tapón hexagonal con rosca fácil de destornillar y Wesson un caño con un pico que permite corra bien el aceite y que quede limpio después, sin aceite que quede detenido.

El problema del envase debe estudiarse para aventajar al de los otros aceites.

La cuestión de uniformidad de gusto, color y viscosidad necesita cuidadosa atención. Como es sabido una buena clase de aceite virgen es excelente mientras que los aceites inferiores y mezclados, especialmente los adulterados, son de gusto desagradable para los que no están acostumbrados a sabores fuertes en los alimentos.

La mujer norteamericana, en general, compra las latas de aceite, sin que tenga interés por ninguna marca determinada. No sabe cual es una marca buena para comprar, pues como ninguna se anuncia cree que todas las marcas son iguales. Le dan una clase de aceite inferior y le desagrada. Entonces vuelve a los aceites vegetales Wesson y Mazola, que son dulces, casi sin sabor y siempre uniformes en gusto y calidad. Gran parte del

éxito de estos aceites—dice uno de nuestros peritos más famosos—es debido a esta falta de uniformidad en la calidad de los aceites de oliva.

Nuestro mercado no quiere aceites de sabor fuerte. Los aceites franceses han tenido éxito aquí por tener un gusto más suave que los aceites italianos y españoles. Sería una equivocación intentar colocar aquí aceites de inferior calidad; solamente las mejores calidades son las que gustan al público americano. **El precio no es aquí de tanta importancia como la calidad.** Esto es importante porque abre el camino para aumentar ligeramente el precio del aceite que proponemos anunciar.

Hay aquí una gran diferencia en los precios del aceite de oliva. La siguiente lista nos ha sido proporcionada por un importante detallista de Nueva York que tiene en stock varias marcas:

Mazola (Aceite de maíz)	. . .	§ 1.70	por galón
Wesson (sem. de algodón)	. . .	» 1.90	» »
White Rose (cacahuete)	. . .	» 3.—	» »
Bau, Tortosa (español)	. . .	» 4.40	» »
B. Maspero (italiano)	. . .	» 4.50	» »
Mission Garden (francés)	. . .	» 4.75	» »
Old Monk Brand ( » )	. . .	» 4.75	» »
Optimus (italiano)	. . .	» 4.80	» »
Nicelle (francés)	. . .	» 5.35	» »
Francesconi (italiano)	. . .	» 5.50	» »
Antonini (francés)	. . .	» 6.—	» »
H. J. Heinz (español)	. . .	» 6.50	» »
Barton J. Guestier (francés)	. . .	» 7.—	» » (1)

Se trata, naturalmente de precios al detall. El jefe de una de las grandes casas de importación establecidas aquí (Mr. Caragol, Presidente de Caragol, Joung & Co.) calcula que el coste del buen aceite de oliva, puesto en Nueva York, con aduanas pagadas, oscila de § 1.70 a § 2.60 por galón (2). Si este precio es el corriente, deja ciertamente un amplio margen entre el precio por mayor y el de detall.

### Planes para la propaganda

Para empezar, y tan pronto como las cuestiones del envase y certificado de garantía estén resueltas, nosotros propondríamos emprender una campaña en la sección de rotograbado de los grandes periódicos que se publican los domingos. Aseguraríamos así una gran distribución, el hacer que la propaganda llegara por un igual a consumidores y vendedores de aceite, y el obtener una gran demanda por correo de un libro de recetas de guisados a base de aceite.

Esta campaña debería durar un período de seis me-

(1) El término medio de cotización de los dólares durante todo el mes de Diciembre resulta a pesetas 7,20; por tanto, el galón más barato (unos cuatro litros) se ha vendido a dólares 4,40, o sea, pesetas 31,68, es decir a cerca de 8 pesetas el litro, y el galón más caro a 7 dólares, que son pesetas 50,40, resultando en este caso el litro a pesetas 12,60. Estos precios son al detall.

(2) El coste con todo gasto, incluso Aduanas, se marca en este estudio de 1,70 a 2,60 dólares galón, o sea, pesetas litro de 3,06 a 4,70.

ses, debería empezar usando anuncios de gran tamaño para llamar poderosamente la atención y ser enérgicamente sostenida durante este período.

Las ciudades escogidas serían New York, Boston, Filadelfia, Pittsburgh, S. Luis, S. Francisco, Chicago, New Orleans, Los Angeles y Detroit. Estas ciudades son la llave de grandes y bien pobladas regiones.

Los periódicos de New York, Boston y Filadelfia, cubren totalmente los estados del Este y se infiltran aun por el centro del Oeste.

Los de Detroit cubren Michigan y Ohio. Los de Chicago, Illinois, Indiana, Wisconsin y Iowa. Los de New Orleans los estados del centro del Sur—Alabama, Louisiana, Mississippi, Texas y el bajo Tennessee—Pittsburgh domina el centro del Oeste y S. Luis toda la zona a lo largo del Mississippi.

Esta sería una campaña de introducción que serviría para abrir el camino para nuestra distribución por todos los Estados Unidos.

Después de esta campaña preliminar, **que ha de ser considerada como un gasto de instalación o lanzamiento del negocio**, pasaríamos a las grandes publicaciones mensuales para las mujeres. Estos periódicos son los mejores para la propaganda de un producto alimenticio, pero los resultados que se obtienen no son tan rápidos como los obtenidos con los diarios. Aquí deberían usarse páginas de color a causa del mayor atractivo de las ilustraciones en color. Estos anuncios dibujados por los mejores artistas y con textos escritos por especialistas en publicidad, resultan no sólo muy atractivos sino que son verdaderas obras artísticas. Cada anuncio puede ir acompañado de la receta de un guisado, postre, salsa, ensalada, etc., a base de aceite, así como de un cupón para solicitar el envío de un libro de recetas.

Estos magazines tienen una enorme circulación. Con seis de ellos penetramos en 12.000.000 de los hogares americanos que nos interesan. Estos magazines circulan entre todas las clases sociales, las ricas y las que por su número proporcionan la base a un gran consumo de los productos anunciados.

### **Como obtener un fondo para la propaganda**

Los fondos para esta campaña pueden obtenerse cargando una pequeña cantidad sobre el precio de cada caja o galón de aceite de oliva exportado a los Estados Unidos. El precio del aceite varía cada año, en virtud de la ley de la oferta y de la demanda. Así sería fácil aumentar el coste, en la base de producción, en la pequeña cantidad necesaria para obtener estos fondos de propaganda.

Tomemos como cifra de la cosecha media anual de aceite de oliva en España el promedio del último quinquenio o sea 370 millones de kilos, esto es 92.500.000 galones. A 0,75 de centavo de dólar por galón obtendríamos un fondo de propaganda de 693.750 dólares o sea unas 4.850.000 pesetas. Si fueran sólo 0,375 de centavo de dólar por galón, se reduciría el fondo a la mitad, 346.700 dólares o sea unos 2.400.000 pesetas. Con todo

3/4 de centavo por galón representa sólo 0,013 de peseta por kilo o sea 1,30 pesetas por 100 kilos. Con relación al precio de venta al detall en América no es más que 0,16 por 100, cantidad muy pequeña dentro de las proporciones corrientes de coste de propaganda de productos alimenticios.

Recomendaríamos la cifra de 3/4 de centavo por galón, o sea 1,30 pesetas por 100 kilos por tratarse de la propaganda de un producto nuevo para el público en general, puesto que hasta ahora los aceites de oliva italianos y franceses dominan el mercado.

Para gastos de la campaña inicial en los periódicos semanales, indicaríamos la cantidad de 150.000 dólares para lograr así la distribución entre los comerciantes y el consumo entre el público.

## **LA RIQUEZA OLIVARERA**

### **SOBRE EL MANOSEADO PROBLEMA DE LA EXPORTACIÓN DE ACEITE**

Se viene desplegando estos días el máximo de actividades para contrarrestar toda disposición que pueda dictarse modificando el quieto y pacífico disfrute del privilegio de la exportación de aceite.

Entre los infinitos sistemas indirectos de defensa que se han puesto en juego, el último ha tenido eco entre algunos olivaderos, que se han llegado hasta nosotros a decirnos que de buena tinta sabían que puede exportar todo el que quiera, y que la única dificultad consiste «en que no se encuentra el precepto en la ley». Nosotros hemos oído muchas más cosas que esos productores; hemos escuchado hasta la manifestación de considerar un sistema lícito y correcto el de que venga un extranjero, se matricale, simule una oficina, abra unos libros, y que después de cargar y llevarse el aceite vuelva la espalda burlando a los agentes del fisco.

Todos sabemos que ese contrabando ha existido y que ya no puede practicarse por habersele complicado mucho el «merodeo» a los «salteadores». Antes solían venir y trastornar los precios, elevándolos; y hasta elegían aceites finos y los pagaban más caros.

No sabemos si cuándo nuestra «tienda» española de aceite tenga las puertas de par en par para todo el que quiera venir de fuera a comprarnos a las bodegas de los molinos, se exportará un kilo más o menos que ahora; lo que sí sabremos es lo que se paga en el mercado mundial por la arroba de aceite, y también nos enteraremos de si la bondad del artículo se aprecia o es general el que no interesen las clases selectas, en cuyo caso sabrán a qué atenerse los que elaboran.

Y para contestar a aquellas personas que de buena fe nos requieren para que les demos nuestra opinión respecto a si tiene derecho o no el productor para exportar sin contribución, les recomendamos que lean la conclusión aprobada en la última Asamblea, pidiendo que se redacte el párrafo de la tabla de exenciones en la forma



que dicha conclusión indica, porque no existe una sola palabra en la ley que conceda esa facultad al productor.

Y para más remachar el clavo de que está clarita la negativa para productores y fabricantes, tomamos lo siguiente de la Real orden fecha 6 de Marzo de 1928 (*Gaceta* del 8 del mismo mes):

«Considerando igualmente que los repetidos ganaderos y labradores están autorizados como tales para la venta de sus frutos en estado natural, con algunas concesiones, como la del carboneo de los montes, la elaboración de vinos y aceites y la venta de leche, manteca, quesos y lanas, «pero siempre en el punto de producción o remitiendo aquéllos por cuenta exclusivamente de los compradores», excepto en el caso de que se trate de flores, frutas, hortalizas y legumbres frescas, que podrán remesarlas o exportarlas a su nombre a tenor de lo consignado en el párrafo sexto del número 28 de la tabla de exenciones..., sin que proceda en modo alguno la amplitud de aquéllas, no sólo porque desde tiempo inveterado, y sin ninguna protesta, ésta ha sido la forma de venta del productor (se refiere a la venta en el punto de producción y remitiendo los productos por cuenta exclusivamente de los compradores), sino que lo contrario sería autorizar la invasión de éste (el productor) en el campo de acción de los demás vendedores, con grave perjuicio para los intereses del Tesoro, toda vez que autorizadas las operaciones de venta fuera del punto de producción, imposible sería investigar si los géneros eran o no procedentes de aquél.. »

Con esta Real orden está claro y terminante que sólo pueden exportarse por los productores las flores, las frutas y las hortalizas y legumbres frescas; el aceite desde luego no puede exportarlo ni podían con arreglo al texto de la ley. Esto conviene que lo sepan de una vez los olivareros, y que sepan también que lo más importante en este problema es la libertad para que puedan venir los extranjeros a comprarnos directamente, con lo que acabarán las desconfianzas y los dimes y diretes, que no cesarán nunca mientras el aceite esté mediatizado para su salida de España.

ANTONIO ZURITA

## CONCLUSIONES

aprobadas en el primer Congreso Nacional del Aceite de Oliva, celebrado en Sevilla en los días del 8 al 14 de Diciembre de 1929.

### Conclusiones aprobadas por la Sección I

#### PRODUCCIÓN

##### Conclusiones previas aprobadas por unanimidad

1.<sup>a</sup> Reconociendo la importancia extraordinaria, que para España tiene la celebración en el territorio nacional de los Congresos internacionales de oleicultura, debe recabarse con empeño cerca del Gobierno de S. M., que a nuestros delegados oficiales en el próximo Congreso Internacional que el año venidero tendrá lugar en Grecia, se le faculte para recabar que se celebre el siguiente en España.

2.<sup>a</sup> Que para fomentar entre los olivareros los lazos de unión indispensables para la mejor defensa de los intereses comunes, y considerando que los Congresos nacionales sirven bien a ese objeto, y deben ser ocasión de oportuno estudio para los problemas que nos interesen referentes a la riqueza olivarera, se acuerda la conveniencia de celebrar estos Congresos todos los años en los sitios que vayan considerándose más apropiados.

### Conclusiones aprobadas a los temas de esta Sección I

TEMA: *Estudio de los terrenos y sus características.*

#### *El regadío y el secano*

1.<sup>a</sup> Las estaciones olivareras del Estado, deben organizar, conforme a un plan único, estudios encaminados a determinar qué terreno de los correspondientes a los términos municipales de su demarcación, son más convenientes para las nuevas plantaciones de los olivos.

2.<sup>a</sup> De conformidad con las circunstancias del suelo y clima, se indicarán en cada zona las variedades más adecuadas y los marcos de plantación más convenientes.

3.<sup>a</sup> Siendo de más interés para la riqueza nacional el que puedan las Estaciones Olivareras realizar esa labor, convendrá que se les dote con los elementos necesarios lo antes posible.

4.<sup>a</sup> En los nuevos regadíos, el olivar debe satisfacer únicamente las condiciones de llenar necesidades familiares y locales del consumo, sin agravar el actual problema de exceso de producción, interin no se organice la exportación sobre bases científicas que permitan ampliar tales plantaciones.

5.<sup>a</sup> Para mantener las excelentes cualidades del aceite de los olivares, que al ser regados lo producen de calidades menos estimables, conviene aconsejar el empleo de los abonos fosfatados y potásicos, en armonía con los cultivos mejorantes, y estiércoles de lenta apropiación radicular.

TEMA: *El abonado de el olivar*

1.<sup>a</sup> Para aumentar los rendimientos económicos de nuestros olivares, habrá que acudir al empleo de sustancias fertilizantes.

2.<sup>a</sup> Siempre que se pueda, y hasta donde se pueda, debemos fertilizar los olivares con abonos orgánicos, cuya superioridad sobre los químicos es incuestionable, pero completándolo siempre con estos, conforme en cada caso corresponda.

3.<sup>a</sup> Las ventajas de los abonos fulminan en la fórmula típica, que no debemos sobrepasar, sin exponernos a resultados económicos deplorables.

4.<sup>a</sup> Que mediante una metódica experimentación, realizada por el personal agronómico, de acuerdo con los señores agricultores de cada provincia, se establezcan en cada zona estas fórmulas tipo, que se divulgarán por todos los medios posibles entre los olivareros.

TEMA: *Los cultivos asociados*

1.<sup>a</sup> Todos los cultivos que se asocien al olivo, son perjudiciales para este, y por ello deben evitarse.

2.<sup>a</sup> Cuando circunstancias especiales obliguen a esa

asociación con cultivos herbáceos, conviene poner leguminosas o cereales para forraje, prefiriendo las primeras.

3.<sup>a</sup> Cuando se pongan leguminosas o cereales para grano, debe hacerse la siembra en líneas espaciadas que permitan labores superficiales.

4.<sup>a</sup> Entre los cultivos asociados permanentes que simultáneamente pueden ponerse al hacer plantaciones nuevas, el mejor es el de la vid; pero deben arrancarse las cepas más próximas a los olivos a medida que por el desarrollo de estos, vayan aquellas estorbándoles.

5.<sup>a</sup> Que entre los cultivos asociados arbóreos, deben preferirse los de la morera y el almendro, pero no aconsejando la asociación de la morera sin antes determinar la posibilidad de su conveniente implantación, mediante los estudios oportunos que deben efectuar los Centros oficiales olivareros, para conocer en cada caso si los terrenos respectivos tienen la suficiente humedad para ese cultivo asociado.

5.<sup>a</sup> Que para fijar de modo categórico las cifras de gastos y productos en esos cultivos, convendría que los referidos centros hicieran los estudios experimentales consiguientes.

#### TEMA: *La semilla y el plantón*

1.<sup>a</sup> Que por los establecimientos especializados se hagan experiencias de multiplicación del olivo, por los diferentes procedimientos, encaminados al estudio del desarrollo radicular en su forma y dimensiones, correspondientes a cada uno.

#### TEMA: *Viveros regionales y locales*

1.<sup>a</sup> Urge que por el Estado o las Diputaciones, se proceda a la formación de viveros regionales y locales, para que a los olivareros de las respectivas comarcas, se les suministren con precios económicos los plantones de las variedades de olivo más adecuadas a los terrenos donde vayan a ponerse.

#### TEMA: *El catálogo de las clases de los olivos españoles*

1.<sup>a</sup> Solicitar del Gobierno de S. M. que se faciliten los medios para que la Comisión Nacional constituida para el estudio de las variedades del olivo pueda comenzar a funcionar.

2.<sup>a</sup> Que la Asociación Nacional de Olivareros de España, contribuya a intensificar este trabajo mediante una aportación anual, cuya especial aplicación determinará el Consejo Directivo de la misma, que será el encargado de administrarla.

3.<sup>a</sup> Estimular a los asociados de la misma para que presten facilidades, coadyuven a dicho trabajo, suministrando datos, ramos de estudio y otros elementos semejantes que por la Comisión se les interese, para la más rápida y exacta ejecución de sus trabajos.

#### TEMA: *Las grandes y pequeñas propiedades de olivares*

1.<sup>a</sup> Las pequeñas propiedades de olivares son altamente convenientes para la riqueza nacional y por ello debe procurarse, que en los pueblos con esas características se intensifiquen las enseñanzas agrícolas correspon-

dientes, para que esos olivareros obtengan mayor rendimiento en su explotación.

También convendría de modo extraordinario, que para fomentar esas pequeñas explotaciones, se les pudiera facilitar a esos olivareros, con la debida garantía, dinero del Crédito Nacional Agrícola, pero estudiando una fórmula que permitiera entregárselo en el pueblo de su vecindad, ya que, en muchos casos, los gastos del viaje a la capital, para cobrar en la sucursal del Banco de España, como indefectiblemente sucede ahora, anulan por completo las ventajas de esas operaciones.

#### TEMA: *Poda del olivo*

##### SOBRE PODA GENERAL

1.<sup>a</sup> La poda conviene efectuarla, anualmente, en la época de invierno, debiendo siempre complementarse con la oportuna supresión de los *chupones* en verano.

##### SOBRE PODA DE FORMACIÓN Y RENOVACIÓN

1.<sup>a</sup> En la poda de formación de estacas, debe procurarse en todo caso, que estas tengan cuatro brazos por lo menos.

2.<sup>a</sup> En la poda de formación de garrotes, debe procurarse que estos lleguen a quedar con tres y hasta con cuatro patas siempre que la no excesiva espesura de la plantación en relación con la fertilidad, humedad y pendiente del terreno, así lo permitan.

3.<sup>a</sup> En todo caso cada pata de un garrote debe quedar con tres ramas primarias, por lo menos.

4.<sup>a</sup> La renovación de las ramas de una misma pata, y de cada pata de un garrote, deberá hacerse gradual y sucesivamente, y nunca de una vez, la de todas las ramas de un mismo pie.

5.<sup>a</sup> Debe proibirse el procedimiento de *fraileo* que solo podrá admitirse cuando sean cuatro las patas de un garrote, en el caso de la poda que pudiéramos llamar quirúrgica, requerida por enfermedades o accidentes.

6.<sup>a</sup> Cuando, por cualquier causa, las ramas de un olivo no lleguen al número indicado en cada caso, se dejarán varetas en las cruces, de las mejor situadas, hasta completar el número conveniente de ramas.

#### TEMA: *Recolección de la aceituna*

1.<sup>a</sup> Debe proibirse en absoluto la recolección a baireo, por ser perjudicial en alto grado, a los olivos y a la calidad de los aceites.

2.<sup>a</sup> La recolección debe ordenarse, procurando que se efectúe en la misma cuantía diaria que corresponda a la capacidad de trabajo en los molinos o almazaras respectivos.

3.<sup>a</sup> En los molinos o almazaras no deben permitirse que a diario entre más aceituna de la que corresponda a su capacidad de trabajo. Tan solo para evitar posibles interrupciones, a causa de que los temporales dificulten la recolección, convendría dispusieran de un remanente de aceituna para dos o tres días de trabajo.

4.<sup>a</sup> El fruto de ese remanente no debe atrojarse y sí

tenerlo en cestos que permitan la buena conservación de la aceituna, sin fermentar.

TEMA: *Enfermedad del olivo. La mosca*

1.<sup>a</sup> Que la Asociación Nacional de Olivareros de España, signifique al Gobierno de S. M. la conveniencia de que el personal agrónomo, visite, durante el verano, con la frecuencia y detenimiento precisos, las zonas olivareras, para apreciar con oportunidad la aparición de la plaga de la mosca.

2.<sup>a</sup> Que una vez demostrada la existencia de esta plaga, se proceda con rapidez por ese personal, a organizar y a ejecutar los trabajos para combatirla, siendo ello de carácter obligatorio para los dueños de todos los olivares infestados.

3.<sup>a</sup> Convendrá, en las regiones olivareras, poner por cada tres hectáreas de olivar una hectárea de variedad más precoz que las restantes, al objeto de dar a la mosca preferencia para el desove y poder luego fácilmente recoger y destruir el fruto parasitado en época oportuna.

**Conclusiones acordadas por la Sección II**

1.<sup>a</sup> El aceite procedente de la aceituna, debe de extraerse por presión o lavado y nunca por procedimientos químicos, mientras no se descubran otros nuevos que no perjudiquen la calidad.

2.<sup>a</sup> Las calidades de los aceites deben ser a base de aceituna sana, que no fermente y su elaboración esmerada.

3.<sup>a</sup> El estado del fruto para la extracción en países cálidos, debe ser cuando la aceituna tenga color violeta y en países más fríos, cuando esté morada.

4.<sup>a</sup> Los aceites dulces con aroma al fruto sin amargar son los más estimados. Hay regiones que si se elabora la aceituna recién cogida no se puede evitar el amargor, aun cuando esté la aceituna negra, por no haber recibido las calorías necesarias. Para evitar este inconveniente precisa proporcionar artificialmente a la aceituna algunas calorías, cuidando no provocar la putrefacción. Esto no será preciso si se presentan grandes heladas por la modificación que estas producen en el fruto.

5.<sup>a</sup> Hay que procurar un estudio metódico de las variedades dominantes de la aceituna, de cada región, especialmente bajo el punto de vista de la variación de rendimiento de aceite, debido a la distinta cantidad que contenga. Como consecuencia, hacer un estudio, a ser posible quincenal, por los Centros oficiales, del grado de humedad que contenga la aceituna y la cantidad de aceite que pueda rendir.

6.<sup>a</sup> Así mismo, precisa estudiar con detención el baido, para determinar bien en cada caso, la extensión que deba darse a esta operación.

7.<sup>a</sup> Los estudios del Sr. Colomer Pijol, sobre las calorías que son susceptibles de proporcionar los aceites naturales y refinados, obtenidos por disolventes, facilitan el medio de clasificarlo bajo el punto de vista de su valor nutritivo y siendo muy notorias las diferencias que a este

respecto presentan uno y otros, puede afirmarse que la venta de las clases inferiores de este valor nutritivo, constituye un verdadero fraude, si no se expresa tal circunstancia.

8.<sup>a</sup> Debe perseverarse en la idea de reducir el tiempo de entrojamiento, al objeto de mejorar la clase, lo que traerá un aumento de producción en las clases superiores que hará inútil la refinación.

9.<sup>a</sup> Es aspiración del Congreso la reducción paulatina de las refinerías, dedicadas al aceite corriente de oliva.

10.<sup>a</sup> Solicitar del Congreso se respete la disposición que declara industrial el aceite de orujo y por consiguiente no apto para el consumo alimenticio y que también sea considerado como industrial, y por tanto no comestible, el aceite extraído de la pepita de uva.

11.<sup>a</sup> Para poder cumplimentar la anterior conclusión, es de absoluta necesidad que los aceites de orujo y demás aceites industriales, circulen con la correspondiente guía.

12.<sup>a</sup> Solicitar de los olivareros que no entreguen sus orojos hasta pasados treinta días de su salida de las prensas.

**Conclusiones aprobadas por la Sección III**

1.<sup>a</sup> Que en orden al consumo nacional de aceites de oliva, se estudien nuevas aplicaciones de este producto, que determinen la colocación de una mayor cantidad dentro del país.

2.<sup>a</sup> Que se solicite del Consejo Superior de Ferrocarriles, el establecimiento de tarifas más reducidas para el transporte de los aceites y se implanten unas diferencias en el sentido de favorecer el empleo de envases de hierro y madera, en relación con las pieles.

3.<sup>a</sup> Que se solicite del Gobierno la admisión temporal de la hoja de lata, para envases, en los mismos términos en que tiene establecido en Italia el sistema, concediéndose así mismo la admisión temporal de la madera y el vidrio para los otros envases de exportación.

4.<sup>a</sup> Que se proteja y facilite el comercio de aceites en todas sus manifestaciones y según las circunstancias propias de cada caso.

Que no se pongan obstáculos a las cooperativas de ventas establecidas por los productores, sino que se las favorezca en la medida que convenga a la mayor riqueza pública.

5.<sup>a</sup> Que para consolidar la aspiración de que España ejerza la primacía legítima en el comercio de aceites, se tienda a realizar una intensa labor de perfeccionamiento del producto natural y que se promuevan concursos comerciales que permitan ir apreciando las mejoras.

6.<sup>a</sup> Que sin perjuicio del deber en que está todo ciudadano español de soportar las cargas públicas, quede en España totalmente libre de tributos, el hábito de exportar un producto que, como el aceite, constituya una mercancía exportable, sea hecha la exportación por nacionales o extranjeros.

Que el productor en todo caso, tenga facultad de desplazar su producto a cualquier punto de España o del

extranjero, quedando al efecto incluido en el número 28 de la tabla de exenciones.

La suma de los arbitrios o impuestos municipales no podrá ser superior al uno por ciento, sin que en ningún caso se puedan gravar los subproductores.

7.<sup>a</sup> Que se favorezca por todos los medios posibles la exportación directa en marcas españolas, sin que por ello se grave la indirecta en envases grandes a países receptores.

8.<sup>a</sup> Que se solicite del Gobierno el fomento de líneas de navegación de altura, condicionando su concesión a que por la exportación española de aceites, se encuentren las mismas facilidades y tarifas económicas de que disponen sus competidores en el extranjero.

Ese mismo condicionamiento debe ser impuesto al cabotaje nacional.

9.<sup>a</sup> Que se recomiende a los exportadores organizados que por acuerdo unánime para señalar plazo de venta y adoptar las medidas de precaución convenientes en cuanto al cobro de giros, sean utilizados en este respecto los servicios de banca especializada española.

10.<sup>a</sup> No es necesario a la producción nacional de aceite de oliva, que para su comercio de exportación se importe grana con la que se fabrique aceite de cacahuet.

11.<sup>a</sup> Únicamente en el caso cuidadosamente comprobado de que falten en España existencias de aceite para mantener la continuidad de la exportación, podrán ser concedidas por el Gobierno las importaciones temporales de aceite extranjero.

En ningún caso serán concedidas por motivos más o menos ciertos de carestía del mercado interior, o por reales o supuestas resistencias de los tenedores a vender aceite.

Estas importaciones temporales, solo serán concedidas en destinos a puertos francos y amparándose en el régimen especial de estos puertos.

Los que infringieren esta condición, introduciendo todo o parte del aceite importado en el mercado interior, serán castigados con una multa de cien pesetas por cada kilogramo de aceite introducido y con privación del derecho a comerciar en España.

12.<sup>a</sup> Que dados los excelentes resultados que otros países han obtenido en la mejora y consiguiente incremento de sus exportaciones con las marcas nacionales de garantía de sus productos, y el previo control y clasificación de los mismos, deben urgentemente ser implantadas ambas medidas para nuestro comercio de aceite puro de oliva, que por hoy estas deben implantarse con carácter voluntario, en espera de que puedan ser obligatorias algún día para el comercio de exportación de nuestros aceites.

Que en el comercio interior debe existir también, pero siempre con el carácter de voluntario.

Que el control y la concesión de las marcas deben organizarse y realizarse con la mayor severidad.

Que esta fiscalización para los aceites, deben ser ejercidas por una comisión especial de marcas y control nombrada por la Asociación Nacional de Olivareros, con

el concurso de algunos miembros que representen el Estado.

Que partiendo de las bases de que cada producto debe tener su marca y su inspección especiales, debe procederse sin demora a la promulgación de un reglamento de aplicación de este R. D. a las marcas de garantía y control del comercio de aceites puros de oliva españoles.

13.<sup>a</sup> Que se vea la manera de crear con urgencia en todas las regiones olivareras, poderosas organizaciones cooperativas, y que estas organizaciones, cuando se encarguen de la exportación, tengan la amplitud necesaria para el desenvolvimiento de este comercio del aceite de oliva español, con todas las características de color, olor y sabor, que sea digno por su calidad de ostentar honrosamente en el extranjero la MARCA NACIONAL DE GARANTÍA.

Fué aceptada por el Congreso la propuesta del señor Huesca en el sentido de que se ruegue al Gobierno que «En los tratados comerciales, que se tengan en cuenta la necesidad de limitar la libertad de los Municipios, para establecer arbitrios, pues de nada serviría un tratado comercial ventajoso, si luego los Municipios hacen nulas dichas ventajas con el establecimiento de un gravamen exagerado.»

## EL PROBLEMA DEL ACEITE

### Impresiones del Congreso celebrado en Sevilla y soluciones posibles

Hemos asistido a todas las sesiones y actos motivados por el Congreso. Durante la semana de su duración no hemos emborronado ni una sola cuartilla. Queríamos escribir ya en santa calma, limpios de pasiones y sin nerviosidades propias de la lucha, porque, si hemos de ser sinceros, precisa confesar que el ambiente era de una calidez contagiosa.

No podía extrañar a nadie que después de haberse cruzado, durante un largo período de tiempo, entre los dos elementos, producción y comercio, notas significativas y artículos periodísticos, sustentando criterios diametralmente opuestos, el encuentro en un Congreso, ni podía ser, ni debía ser, de cordialidad, y menos en circunstancias tan críticas como las presentes. Se ha discutido con viveza, con el ardor preciso para dar señales de vitalidad, y salvo alguna equivocada interpretación deshecha prontamente, los debates se han distinguido por lo correctos.

El Congreso ha servido en primer término, para que los olivareros demuestren, que no obstante hallarse dispersos y poco disciplinados, por tratarse de una clase cuyo número se acerca a medio millón de individuos, el contacto de todos se efectúa, y las aspiraciones son comunes para solucionar el conflicto. Las ponencias y las enmiendas, variaban solo en la forma de estar redactadas; en el fondo todas han sido iguales. La libertad para

exportar; las refinerías; los aceites de orujo; las admisiones temporales, y otros muchos detalles con los que se completaría el sistema comercial de nuestros deseos, están en las conclusiones aprobadas por unanimidad unas, y por mayoría otras; como era natural que acaeciera, sabiendo de antemano que había de convertirse en liza el hermoso salón de actos del sin par palacio de la sublime y exquisita Plaza de España.

No olviden los olivareros que, no obstante hallarse nuestra Sociedad en período casi constituyente, ya va siendo factor que preocupa la atención de los poderes públicos, aunque el número de congresistas no haya respondido en las proporciones que los momentos aconsejaban. Este Congreso no debió celebrarse en local cerrado, por no existir en Sevilla ninguno capaz para que se acomodaran diez o doce mil personas. Somos un tanto exigentes; pero si no era ahora el momento oportuno para realizar un acto serio de presencia, ¿cuándo lo iba a ser? Perdonen la filípica, pero hubo contados momentos en que se viera totalmente ocupada la parte baja del salón, que no es amplia. Y conste que el número de exportadores había aumentado de una manera prodigiosa.

Y hecho este ligero esbozo de la celebración del Congreso, sin olvidarnos de significar nuestra gratitud a sus organizadores, y a los dueños de las hermosas fincas «Lugar Nuevo», «Doña María», «Torres de Sánchezdalp» y «La Plata», por sus atenciones y espléndidos obsequios, vamos a dedicar unas cuartillas a ofrecer soluciones posibles, a nuestro antojo, que lo son ahora precisamente, después de terminados los actos de Sevilla.

Para nadie es un secreto la urgencia de las medidas que el Gobierno tome para llevarlas a la práctica por su cuenta y bajo su dirección, y las que por orden, o por acuerdo especial, correspondan exclusivamente a los olivareros; pero no obstante esa urgencia, deben ser bien meditadas, no por el tiempo, sino por el interés que pongan en su estudio los capacitados.

Declarada libre la facultad para exportar y para que vengan los de fuera por aceite, aunque sea con un pequeño gravámen por tonelada, debe pensarse en dar salida con prima, si preciso fuese, al aceite que existe en las bodegas de las fábricas y al que se está elaborando, por orden de graduación, y en la cantidad que pueda conseguirse. Hemos dicho por orden de graduación, para que, ofreciendo primero el aceite de menos de un grado de acidez sin manipular, tenga codicia y se faciliten las operaciones. Los aceites de Túnez no son comestibles inmediatamente de elaborados, por contener mucha más margarina que los nuestros y necesitar un par de meses de reposo antes de usarlos. Tal vez con nuestras clases exquisitas y una pequeña prima, pudiésemos competir ventajosamente con aquel mercado, que es el más similar al nuestro, y el que más daño puede hacernos por requerir mucho menos gasto su producción. Creemos haber dicho claro que debe empezarse a exportar por lo mejor, y desde luego saliendo el aceite de las bodegas del olivarero, porque éste ha de ser, en definitiva, el que reintegre al Estado cualquier gasto que se haga. A esta solución hay que ponerle muy bien los puntos sobre las íes.

Inmediatamente después, debe procederse a la valoración en renta, por ahora, de todas las fábricas de semillas y a la prohibición absoluta de la entrada de estas semillas, para sustituir sus aceites con el de orujo en las fábricas de jabones. Y dicho se está que es necesario, a la vez, evitar a todo trance la refinería de esos aceites de orujo; medida que tendrán que agradecer mucho los mismos exportadores, que aun sin exportar ahora ni una sola gota del referido aceite refinado, gozarían después de más crédito, cuando en las plazas extranjeras supieran que había desaparecido por completo ese enemigo. Probablemente nos descuidaremos, y esta solución la tomará Italia antes que nosotros, vigilando la entrada en admisiones temporales de los aceites extraídos con disolventes y evitando la refinería de los de sus orujos.

También debe organizarse, con premura una campaña de saneamiento del comercio del consumo interior, analizando los aceites que se venden a granel en las tiendas, e inutilizando los que por su mal olor o sabor no debían comerse.

Además, y ya con vistas al porvenir, que no está lejos de que nos sorprenda con una cosecha de mil millones de kilos, lanzarse a la propaganda exterior con dinero abundante y bajo la dirección de hombres capacitados. El problema es de superproducción, no es de precio, porque si lo fuese, y el aceite descendiera a dos duros la arroba, estando como están los cambios, habría que pensar en una modificación de cultivo, es decir, en un sistema de negación de cultivo, para que, produciendo poco valga algo.

Estas medidas son de gran urgencia y quedarían anuladas si la propaganda exterior dejara de emprenderse simultáneamente. Lo que se gaste en solucionar la crisis, que se cargue a la cuenta de los olivareros, para que nadie se queje.

ANTONIO ZURITA

## DISPOSICIONES OFICIALES

### QUE PRINCIPALMENTE AFECTAN A LA AGRICULTURA

*Domingo 1 de Diciembre.*—Por Real decreto ley de la presidencia del Consejo de Ministros, se amplía a 35.000.000 de pesetas la cantidad de que podrá disponer el Servicio Nacional de Crédito Agrícola, al efecto del otorgamiento de los préstamos con garantía de depósitos de trigo y demás especies y productos agrícolas.

*Jueves 5.*—Por R. O. del Ministerio de Trabajo y Previsión, se aclara el párrafo 2.º del artículo 27 del Real decreto ley de 12 de Mayo de 1928, sobre organización corporativa de la Agricultura.

*Viernes 6.*—Por R. O. del Ministerio de Economía Nacional se dispone se abra en las Secciones Agronómicas de las provincias que se mencionan, un registro que se denominará «Registro de cultivadores de maíz en seco», y se dan disposiciones encaminadas al cumplimiento del Real decreto de 11 de Junio pasado, en cuanto se relaciona con el cultivo del maíz en seco.

*Sábado 7.*—Por Real decreto ley del mismo Departamento se autoriza al Servicio Nacional de Crédito Agrícola para que, a partir del día de la fecha, se otorguen

préstamos con garantía de depósito de trigo hasta el límite de 20.000 pesetas como máximo.

Por Real decreto del mismo Ministerio se dispone que por las Secciones Agronómicas se redacte presupuesto para campañas de Plagas del campo en la misma que se ha venido haciendo hasta el día.

**Domingo 8.**—Por la Dirección General de Agricultura se dá cuenta de la R. O. disponiendo que por los Gobernadores Civiles se proceda con toda urgencia a formar el censo de las asociaciones y sindicatos agrícolas de la provincia que hayan sido reconocidos por el Ministerio de Fomento o, desde su creación, por el de Economía Nacional.

**Miércoles 11.**—R. O. del Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes asignando a cada uno de los directores de los Campos Agrícolas anejos a las Escuelas Nacionales, que se indican en la *Gaceta* de esta misma fecha, la cantidad de mil pesetas, correspondientes al año económico 1929.

**Viernes 13.**—R. O. del Ministerio de Economía Nacional rebajando en un 30 por 100 los actuales precios de las pieles de conejo y liebre en estado natural.

**Lunes 16.**—Por la Dirección General de Agricultura se dirige a los Gobernadores Civiles una circular relativa a la ampliación del plazo de caducidad de las Asociaciones Agrícolas, y se hacen algunas aclaraciones al Real decreto sobre las mismas.

**Domingo 22.**—Por R. O. de Gobernación se dispone que, por los Gobernadores Civiles, se recuerde a todos los Ayuntamientos la inexcusable obligación en que están los Municipios de disponer de un matadero, destinado al sacrificio de reses de abasto, que funcione bajo la dirección de un veterinario; y que el reconocimiento de reses de cerda que se efectúe en domicilios particulares devengue los derechos que señala el párrafo 1.º de la R. O. de 13 de Septiembre de 1924.

## MERCADOS

Los precios que rigen actualmente en el de esta capital, son los siguientes:

Trigo. . . . .	48	pesetas los 100 kgs.
Maiz. . . . .	38	» » »
Avena. . . . .	31	» » »
Habas morunas. . . . .	43	» » »
» castellanas. . . . .	44	» » »
Aceite fino. . . . .	15'50	pesetas arroba.
» corriente. . . . .	14'50	» »

## Administración del Matadero de Córdoba

Ganado sacrificado en el mes de Diciembre

CLASES	Núm. de cabezas	KILÓGRAMOS
Cerdos. . . . .	1.520	176.372
Vacunas. . . . .	472	176.629
Terneras. . . . .	65	8.665
Lanar y Cabrío. . . . .	684	9.662

## Cámara Oficial de la Propiedad Rústica de la provincia de Córdoba

DE INTERÉS PARA LOS AGRICULTORES

### MAQUINARIA AGRÍCOLA

La Junta Directiva de este organismo, cada día más decidida a ensanchar el campo de sus actividades sociales en beneficio de los labradores de la provincia, pone en conocimiento de los mismos, que ha concertado con don Rafael Ortega, cesionario para Córdoba y Andalucía Oriental de la S. A. Félix Schlayer, antigua casa Ahles, dedicada a la venta de maquinaria agrícola en la localidad, una considerable rebaja en los precios corrientes de los artículos objeto de su comercio, especialmente en los de las piezas de recambio de toda clase de máquinas e instrumentos de labor que sean adquiridos por mediación de la Cámara.

Los catálogos y listas de precios se encuentran de manifiesto en la Secretaría de la misma, a disposición de los agricultores a quienes interese utilizar este nuevo servicio.

### Tasa de rodaje

Se pone en conocimiento de los agricultores que posean vehículos de tracción de sangre sujetos al impuesto o tasa especial de rodaje, que la oficina recaudatoria del mismo en esta capital, situada en la calle de San Pablo números 3 y 5, ha anunciado la cobranza de los recibos correspondientes al año 1928, a partir del día 1.º de Septiembre próximo hasta el 30 de Noviembre siguiente. La recaudación de referido impuesto en los pueblos de la provincia se efectuará en las fechas que dicha oficina hará públicas por medio de edictos fijados con la antelación necesaria en los respectivos Ayuntamientos.

### Pago de cuotas a la Asociación

#### Nacional de Olivareros

Esta Cámara, para facilitar el pago de sus cuotas a los señores socios de la Asociación Nacional de Olivareros de España, se ha hecho cargo de su cobro, pudiendo recoger sus respectivos recibos los interesados en estas oficinas, por mañana y tarde, todos los días laborables.

EL PRESIDENTE,  
*José Riobóo*

# NITRATO DE CAL IG

Eficacísimo abono azoado de cobertera, de efectos muy rápidos, conteniendo  
15-16 % de NITROGENO  
y un 28 % de CAL  
(Correspondiente a un 50 % de Carbonato de cal)



## Stickstoff-Syndikat

DE VENTA EN LAS PRINCIPALES CASAS DE ABONOS  
a no encontrarlo informará:

**UNIÓN QUÍMICA Y LLUCH S. A.**  
CONSULTORIO AGRONÓMICO      Apartado 462  
BARCELONA

**AVECURA**  
CONTRA EL  
CÓLERA - MOQUILLO -  
ENFERMEDADES DEL HÍGADO DE LAS  
GALLINAS Y TODA CLASE DE AVES  
ENGORDA Y AUMENTA LAS PUESTAS  
LABORATORIO PRESAS PALA FRUGELL (GERONA)

Córdoba: CENTRO TÉCNICO INDUSTRIAL

Sevilla: J. MARIN S. en C.

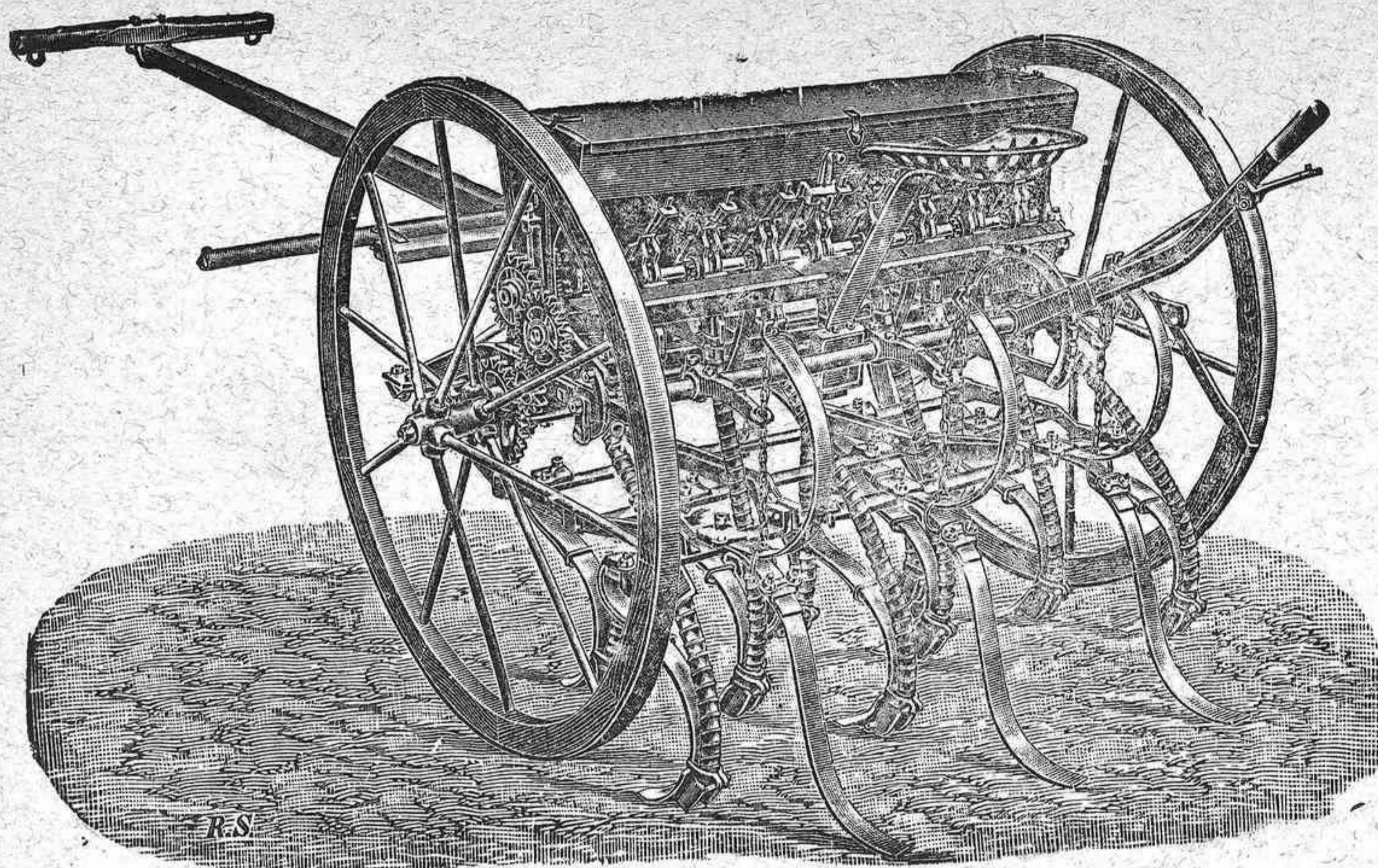
## BOLETIN AGRARIO

Organo oficial de la Cámara de la Propiedad Rústica  
de la provincia de Córdoba

### TARIFA DE ANUNCIOS

	CUBIERTA	Por año	Por número
Una plana, tamaño folio.	Ptas. 400		35
1/2	»	225	20
INTERIOR			
Una plana.	Ptas. 280		25
1/2	»	160	15
1/4	»	90	8
1/8	»	60	6

# MAQUINARIA AGRÍCOLA



## Sembradora RUD SACK SAN BERNARDO

Arados EL CASTELLANO y EL ESPAÑOL de vertedera fija.—Arados VICTORIOSO y GERMANIA de vertedera giratoria.—Arados brabantos VICTORIA.—Arados poisurcos y gradas RUD-SACK.—Cultivadores y gradas de discos DEERE.—Distribuidoras WESTFALIA.—Clasificadoras CLERT.—Sembradoras RUD-SACK SAN BERNARDO.—Guadañadoras, agaviadoras, atadoras y rastrillo KRUPP.—Trillos TORPEDO.—Trilladoras HELIAK-SCHLAYER de novísimo sistema.—Tractores OIL-PULL y motoarados WEDE.—Tractores WEDE ORUGA especial para olivares.—Norias ZORITA.—Trituradoras TIGRE y EXCELSIOR.—Bombas, cortaforrajes, aventadoras y toda clase de aparatos para el moderno cultivo.—Piezas de recambio.—Hilo para atadoras.

# RAFAEL ORTEGA

CESIONARIO DE

## FÉLIX SCHLAYER S. A.-ANTIGUA CASA AHLES

Casa Central:  
Conde Robledo, n.º 1  
CÓRDOBA  
Teléfono 743

Sucursales:  
GRANADA  
ANTEQUERA  
JAEN

**Advertencia.**—Esta casa anuncia sus máquinas con marca propia y definida sin recurrir al malicioso empleo de asonancias o de equivalencias de tipo, que casi siempre son encubridores de la ilegitimidad en la fabricación o en el mecanismo.