



FABRICANTES
Y VENDEDORES
DE ARTICULOS
DE RECLAMO



CIRCULAR OCTUBRE 1967

CUBIERTA CEDIDA GENTILMENTE POR RECLAMOS DOMINGO

Editorial

Establecida ya la continuidad en nuestra publicación —aunque sea de momento sin carácter tipo de periodicidad—, a base de una coordinación adecuada entre los «redactores» de las diversas secciones, quisiéramos pedir a nuestros amigos colegas de toda España, su colaboración, bajo tres aspectos importantes:

1.º Envío de artículos, sugerencias, cartas al colega, crónicas de viaje, amonidades diversas, etc., a fin de ser una obra de todos y que por un igual aportemos nuestras inquietudes y enseñanzas. Por modestas que sean, reflejarán un estado de ánimo, una experiencia vivida y, si no caemos en el error de creernos superiores a los demás, algo aprenderemos de las diversas controversias que en definitiva son convivencia.

2.º Orientaciones sobre posibles nuevas secciones, encauzamiento mejor de las ya existentes, aportación de ideas, algo así como: DESHOJANDO EL ALMANAQUE.

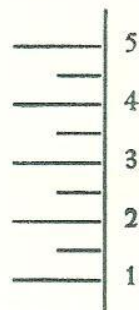
Quisiéramos llamar la atención a todos nuestros compañeros, sobre este apartado, que como el titular indica, puede reflejar las escenas de cada día y cada minuto, en nuestro quehacer.

Puede ser expuesto en este apartado cualquier detalle de interés general, escenas vividas en nuestra labor de ventas, dirección, contacto con clientes, incidencias mil entre todos los que formamos la gran familia del Reclamo, experiencias de buenos o malos servicios, «faenitas» que cataloguemos entre las inocentes, etc., todo sin pretensiones de crónica, sino simplemente una exposición del caso, con su chispa de comentario si se presta, que ya el lector sabrá recogerla y posiblemente le haga también meditar.

Cuando algo no nos parezca adecuado, cualquiera que sea su matiz, lancemos un S. O. S. a esta Sección. Hagamos fácil el comentario y exposición de hechos, con esta simple sección de «CHISPAS» diarias. Deshojemos el calendario, pero comentándolo.

Juan Celades

Uniformidad de medidas



Es evidente que las Empresas vendedoras de Reclamos tenemos un verdadero problema en lo que se refiere al tamaño de las placas y a los espacios destinados a la inserción del texto publicitario correspondiente. Se trata de un problema que quizás a primera vista podrá parecer que no tiene importancia y de fácil solución, pero hay que tener en cuenta que todo ello se traduce en una pérdida de tiempo y como consecuencia en un valor monetario que no estamos en circunstancias de depreciar. Sinceramente creemos que con un poco de buena voluntad, aunando esfuerzos y comprensión por parte de los Editores de placas, podríamos llegar a obtener algunos resultados que pueden tener una importancia considerable y de efectos inmediatos para la buena marcha en la realización de los encargos solicitados por nuestros clientes.

Sin proponernos ser exhaustivos en nuestro comentario, podemos señalar en principio cuatro formatos de placas que son comunes a los más importantes proveedores de láminas para Almanques; estos tamaños son: 24×34 cm. 32×32 cm. en placas de papel y $19,5 \times 18$ cm. y $23 \times 21,5$ cm. en placas de cartoncillo. Por lo que se refiere a las placas de papel, cotejadas las medidas

de varios proveedores, resulta que si bien sobre las medidas de tarifa, existe uniformidad, en lo referente al ancho de las placas que es de 23,5 cm., hay una verdadera anarquía en cuanto al largo de las mismas, ya que las medidas oscilan entre 32 y 35,5 cm. y el espacio destinado al texto varía asimismo entre 6 y 7,5 cm. Creemos sinceramente que se puede buscar una misma medida para la altura de las placas entre los Editores de este formato y que podría ser de 34 cm., puesto que en el formato definitivo que sería de $23,5 \times 34$ cm. caben ocho placas en la hoja de papel de 70×100 cm. tamaño éste, que se emplea comúnmente para la estampación de este tipo de láminas. Por lo que se refiere al espacio destinado al texto publicitario, se podría habilitar una cartela a las medidas de 23,5 cm. de ancho con una altura de 6,5 cm. a todas luces suficiente para lo que se precisa. Este formato de $23,5 \times 34$ cm. es de gran aceptación en el mercado y quizá nos atreveríamos a decir que se trata de un tamaño de Almanaque, al que corresponde el número uno entre todos los que son adquiridos por nuestros clientes.

Existe otro tamaño que se ha ido imponiendo en estos últimos años en nuestros mercados de una forma con-

tinua e insistente; se trata del formato cuadrado que generalmente responde a las medidas de 32×32 cm. Con este formato, en tres proveedores del mismo, tenemos tres tamaños distintos diferenciando entre ellos en unos pocos milímetros tanto en su anchura como en la altura; por lo que respecta al ancho de estas placas tenemos unas medidas que oscilan entre 32 y 33 cm. y por lo que hace referencia a la altura, estamos exactamente en las mismas condiciones. ¿No sería posible llegar a una uniformidad en los tres fabricantes de este formato a base de la medida única de 32×32 cm.? Por lo que respecta al espacio destinado al anuncio, observamos que en dos de ellas la altura es de 8 cm. y en otro de 6,5 cm. Creemos que se puede estudiar la forma de fabricar esta placa a base del tamaño de 32×32 cm. con un espacio para el anuncio a las medidas de 32 cm. de ancho por 7 cm. de altura.

Por lo que se refiere a los formatos en cartoncillo tenemos proveedores que aplican el tamaño de $19,5 \times 17,5$ cm. y otros el de $19,5 \times 18$ cm.; creemos que pueden unificarse estos dos tamaños a las medidas de $19,5 \times 18$ cm. con un espacio para el texto de 5 cm. de altura. El otro modelo en cartoncillo se edita en dos tamaños muy semejantes y con una variación de 5 mm. en la altura del espacio para el texto, de forma que de los formatos $23 \times 21,5$ cm. y $23,5 \times 23$ cm. se podría obtener un formato definitivo de $23,5 \times 22$ cm. con una altura de 5,5 cm. para el espacio del texto.

¿Resultará imposible intentar resolver estas diferencias entre los distintos proveedores de placas de los formatos apuntados? Hay que lograr una con-

junción de esfuerzos y aunar voluntades para conseguir estas finalidades, ya que ello nos reportará una mayor diligencia en la realización de nuestros pedidos y mucha mayor simplicidad en la confección de las varillas de metal y nos permitiría poder efectuar un stock de ellas, para llegado el momento de su colocación, saber que no vamos a tropezar con diferencias de mm. entre las mismas y las láminas. No pretendemos, ni muchísimo menos, obtener una unificación de tamaños entre todos los proveedores, ya que ello iría contra las particularidades de los formatos que presenta cada fabricante en sus muestrarios y que sin duda da un sello personal a la firma editora, pero sí pretendemos que entre las que fabrican un mismo tipo de placa se logre una uniformidad exacta en sus medidas, máxime teniendo en cuenta que existen unas diferencias de milímetros que se pueden subsanar fácilmente; es cuestión de proponérselo.

Estamos seguros que de lograrse, redundaría en una mayor agilidad en el manejo de las placas y una mayor simplicidad al confeccionar los encargos y seguramente se notaría una mayor aceptación de modelos por parte de las firmas vendedoras al tener la certeza de que aún cuando se incorporen a sus muestrarios, láminas de distintos proveedores, todas ellas tendrán siempre las mismas medidas, dentro naturalmente, del mismo formato de láminas.

Hemos de intentar por todos los medios conseguir estas medidas y estamos seguros que con comprensión y buena voluntad por parte de todos, alcanzaremos los objetivos propuestos.

L. G. Cantín

Informe del viaje a Zaragoza

Ejecutando el acuerdo de F.Y.V.A.R. tomado en la Asamblea anual celebrado en Palma de Mallorca el pasado día seis de mayo, en la cual fueron comisionados conjuntamente los señores Fabregat y Masset, para la misión de buena voluntad con nuestros colegas zaragozanos, nos complace señalar seguidamente los resultados de la gestión.

Reunidos en Zaragoza el día nueve de junio se celebró una entrevista con el señor Gil, delegado de Zaragoza con objeto de facilitar antecedentes de la reunión a celebrar. El señor Gil manifestó que había citado a todos los Agremiados para el día siguiente a las cinco de la tarde en su domicilio social, y que esperaba la asistencia de los Agremiados a F.Y.V.A.R. de aquella zona.

Efectivamente, a las cinco de la tarde del sábado día diez, nos reunimos en el citado domicilio los siguientes señores: señor Gil, de Reclamos Rex, señor Sa, de Reclamos Omnia, señor Galán, de Calendario Industrial, señor Simón y señor Franco, y Manipulados Jar. Durante la reunión se recibió conferencia telefónica de Tipografía Sans, de Caspe, excusando su asistencia por serle de todas formas imposible.

Abierta la sesión y después de la presentación como delegados especiales de F.Y.V.A.R. por el señor Gil, tomó la palabra el señor Fabregat quien expuso con claras palabras la misión y objetivo. Seguidamente se extendió el diálogo entre nuestros colegas de aque-

lla zona entablándose un vivo debate sobre los problemas de orden interior que fueron de cuestiones comerciales y gremiales.

Se hicieron observar que las mismas podían tener siempre mejor solución dentro del seno de F.Y.V.A.R., si es que para ello fuera preciso, ya que la Junta Rectora había dado una nueva savia y unas normas que a fin de cuentas era el mejor camino y la mejor defensa para los intereses de todos los agremiados.

Después de estos debates cerróse el acto en perfecta armonía, acordando entre ellos una reunión para final de año con objeto de cotejar las tarifas para la Campaña del año próximo y que éstas sean lo más unificadas posibles, como así mismo solventar sus problemas locales en la mejor armonía.

Después de este breve informe debemos hacer constar lo siguiente:

1.º Nuestros colegas de Zaragoza no se conocían personalmente algunos de ellos, por lo que la reunión sirvió para su presentación personal, sacando ellos mismos la conclusión que al conocerse personalmente todos los problemas que surgieran quedaban para resolver dentro del plano amistoso limándose de esta manera las asperezas de las cuestiones que surgieran.

2.º Por unanimidad se acordó colaborar intensamente con F.Y.V.A.R. cuanto fuera necesario para el mayor prestigio del Gremio; prometiendo todos y con viva ilusión su presencia masiva en la Asamblea que el próximo año se celebrará en Barcelona.



Apología del calendario

Es evidente la enorme utilidad del calendario y bien estará hacer algunas consideraciones sobre este tema que tan vinculados estamos a él.

Su primer efecto es cumplir su misión publicitaria valiéndonos de él y de su permanencia anual.

Elemento imprescindible de la sociedad en el transcurrir de los años. Recordatorio de épocas pasadas y elemento necesario de nuestro futuro.

Nuestros padres, previniendo nuestro nacimiento, tuvieron necesidad de seleccionar nueve de los doce meses y señalar un día (Gran Acontecimiento). Ya tenemos el primer hecho consumado de elemento objetivo por cumplir inicialmente las dos primeras funciones encomendadas, la primera exhibir el anuncio debajo de la bonita lámina y la segunda ser un elemento práctico y positivo a su usuario. Sin embargo vamos a enumerar parte de las muchas utilidades prácticas y cotidianas que de él se desprenden: ¿Quién no recuerda las fechas de su nacimiento, bautizo, primera comunión, onomástica, fecha de la celebración de su boda, fechas de determinadas fiestas religiosas y como no, estar pendiente de las fechas para el pago de letras, recibos, alquiler, luz, vestuario, recibos escolares, hojear y prever las fechas de vacaciones, pagas extras y puentes?

En nuestro tiempo actual se adapta perfectamente a los ye-yés, siendo imprescindible los días o meses en su horóscopo favorito.

Para el ama de casa, como borrador provisional, trazando con una X sobre el día determinado, que ella elige o desea para que no se le olvide determinado objetivo, de esta forma, transcurridos unos días cancela aquella X y pasa a otro lugar una nueva señal

de la que estará pendiente durante todo el mes.

¡Para qué decir la utilidad que tiene a la hacienda pública al señalarnos mes y día para el pago de los impuestos!, así es que la buena ama de casa anota en el mensual una serie de datos y signos que es la guía de la hacienda hogareña.

No es preciso resaltar cuando en un hogar se anuncia la visita de la cigüeña, entonces el calendario se convierte en un personaje importantísimo para toda la familia y sin exagerar la nota, hasta el nombre del niño dependerá del día de su nacimiento.

Ya de mayor no sólo recordará aquella fecha sino otras muchas y en época de exámenes, le entrará un enorme nerviosismo para ver el día y seleccionar los temas.

¡Hoy! la familia, la sociedad necesitan de él y sin él sería imposible nuestro proceder, prever cualquier tipo de acción con una proyección hacia el futuro, sirviéndonos en todo momento de sus múltiples memorias que retiene para nosotros.

Jamás en el mundo mercantil, se ha realizado transacción comercial que por tan modesta mercancía y coste, pueda darse tanto, penetrando en nuestros hogares, viviendo íntimamente con nosotros, a la vez que tan consultado, tanto por los mayores, como por los pequeños.

Queriendo desde estas páginas resaltar la gran utilidad de este modesto "calendario" y no siendo mi pluma suficientemente autorizada para destacar múltiples utilidades, sólo me cabe resaltar, que no hay otro elemento con características tan maravillosas, anualmente variadas como el humilde servidor el "calendario".

JUAN MENDOZA

Chispas de la Asamblea en Mallorca

Esto de que los Reclamistas "dominan al cliente", ni hablar, pensar que no pudieron convencer a los jóvenes músicos de Sa Caleta, para que siguiera el baile. Con las ganas que teníamos todos de bailar.



Todo fue, no obstante, en beneficio de los "Night Clubs" de Mallorca. Hay quien estuvo bailando hasta las 4 de la madrugada, pero no se asusten fue con las que nuestro simpático amigo califica de "perpetuas".



Las perlas de Manacor eran lindísimas, pero los prudentes maridos iban haciendo propaganda de los "Sospiros". Simple cuestión económica.



Mucha amistad, mucha camaradería, mucho viaje colectivo, pero en cuanto uno tenía un rato libre, ya lo veías con la cartera debajo del brazo, escondido detrás de un árbol y dictando la estrategia a seguir con su Representante. Los reclamistas somos capaces de todo, menos de ceder pedidos a los competidores, un pedido es un pedido.



Cuando a los que viajaron en avión de regreso, les decían "apriétense el cinturón", creían que era una indirecta, por lo mucho que habían comido en Mallorca.



¿Pero por qué estaba tan serio nuestro Presidente durante la cena? ¿Se creería acaso que las firmas que solicitaba el Sr. Botey eran para homologar a FYVAR?



Presumimos que las indigestiones de ensaimadas habrán sido de órdago, por la cantidad que los reclamistas "acarrearón" a su regreso.



Resumiendo, todo el mundo se divirtió mucho, menos la familia Amengual naturalmente, que tuvieron que organizar el desarrollo de todos los actos y que pasaron ratos de mucho trabajo. Consuélese pensando que nuestro agradecimiento por las horas buenas que nos hicieron pasar, es mucho y sincero.



Compadecemos sinceramente a los agremiados y adheridos que no asistieron a nuestra Asamblea, se perdieron algo muy bueno, unos días muy felices y la recomendación de buenas amistades.

LA REORDENACION DE LAS EMPRESAS

Por Antonio Coxens Duch

Artículo aparecido en el Diario de Barcelona, el 6 de mayo de 1967

Cae ya en tópico hablar de la necesidad de reorganizar la estructura empresarial de nuestro país y resulta fácil caer en la demagogia de criticar por criticar poniendo en la picota al empresario, olvidando que la empresa, con organización capitalista o sin ella, es el núcleo vital de toda la economía nacional.

En una economía de mercado, y la experiencia ha demostrado es la única que hasta el presente ha permitido los avances de la civilización, alguien ha de asumir la plena responsabilidad de la producción económica y desarrollar las tareas directivas; alguien ha de esforzarse en coordinar los factores de la producción económica tratando de conseguir un lucro; pero, es importante recordarlo, a través de la prestación de un servicio económico; este alguien es el empresario quien en la economía moderna se distancia cada vez más del capitalista puro, para constituir la categoría especial de los directivos empresariales.

Es muy fácil criticar a los jefes y es demasiado sencillo halagar a la masa poniendo en evidencia los fallos que pueda tener la jefatura empresarial; pero quien estudia de una forma consciente y objetiva la mecánica de la producción económica, ha de reconocer que si fallos hay en los hombres que dirigen las empresas, también existen fallos, no menores, en los hombres que actúan en puestos subordinados dentro de las mismas empresas.

La reforma de la estructura de nuestras empresas es una tarea urgente que no admite aplazamientos; pero reformar la estructura de nuestras empre-

sas no es simplemente establecer en el papel la cogestión en una mayor o menor medida; no es únicamente dictar disposiciones que tiendan al capitalismo popular; es algo más difícil, es hacer que todos los hombres que están al servicio de la producción económica, desde el portero y el mozo, desde el auxiliar de escritorio al jefe de producción, cada uno esté en condiciones de cumplir su cometido con la mayor eficiencia, con conocimientos (y ganas de aplicarlos) a la altura de la misión que cada uno ha de cumplir.

Aquí es donde hay el primer gran trabajo en la reordenación de nuestras empresas: la aplicación de los postulados de eficiencia que reclamamos al director empresarial, la eficiencia que pedimos a las máquinas que el capital ofrece, también la hemos de exigir a quien mueve estas máquinas, a quien termina un producto, a quien revisa un artículo que va a entregar, a quien realiza cualquier actividad, por sencilla que parezca, dentro de la producción económica.

Esta producción económica, cuya responsabilidad y riesgo el empresario asume, es la resultante del concurso sin excepciones de quienes en la empresa colaboran y si esta producción no es lo más perfecta posible, con coste económico, no hay posibilidad de concurrir con éxito en el plano de la competencia internacional, ni es posible hacer el milagro de aumentar salarios y participaciones sin aumentar los costes. Dejémonos de utopías y encaremos los problemas de la actividad económica con visión realista y actual.

Nos estamos preocupando del pro-

blema de envergadura de la empresa y se señala el aparente defecto de muchas de nuestras estructuras empresariales que son relativamente pequeñas; pero, cuando tratamos de crear grandes estructuras o mayor envergadura empresarial nos encontramos con gravísimas dificultades en orden a la capacidad requerida para los altos dirigentes de la empresa; a la capacidad requerida para el conjunto de mandos intermedios que necesitamos y la forma como quienes están en puestos aparentemente modestos realizan su trabajo. Además, la estructura financiera y la fiscalidad tampoco ayudan la integración de empresas.

El problema que frena nuestra expansión productora no es sólo la falta de gerentes bien capacitados; es además la falta de personal técnico de categoría media o de obreros especializados con suficiente capacidad para el desarrollo eficiente de la misión encomendada, y no hay trabajo, por modesto que sea, que pueda hacerse mal sin

perjudicar al conjunto de la economía nacional.

Hemos de reformar la empresa desde arriba y desde abajo, llevando el sentido de responsabilidad en la tarea a todos.

El objetivo de esta necesidad nacional es aumentar el nivel de vida de todos, eliminando las injusticias sociales; pero, no podemos retribuir bien a quien mal trabaja pues por mucho que nos esforcemos sólo podemos "distribuir" lo que entre todos produzcamos, y, además, también hemos de reorganizar nuestra estructura política administrativa, pues, los errores en el plano de las disposiciones generales o en la realización de los servicios públicos gravitan extraordinariamente sobre los costes de la producción y sobre la eficiencia de la actividad empresarial, considerada en su conjunto como aportación de trabajo, capital, técnica y dirección, en una colaboración cada vez más estrecha entre actividad privada y administración pública.

Nuestra labor gremial

Nuestro colega el señor Clavijo de Herrera, visitó recientemente con carácter particular a nuestro Presidente señor Cortadas, doliéndose de las manifestaciones y reclamaciones que con respecto a su firma se hicieron en nuestra última Asamblea, así como también de que su nombre hubiera aparecido en el Acta de la misma.

Tras larga conversación en la que él señor Cortadas hizo patente al señor Clavijo el espíritu de colaboración y amistad que existe actualmente en F. Y. V. A. R. y la necesidad de que este espíritu siga manteniéndose y todos se ajusten a las normas existentes, en bien de los intereses comunes, el señor Clavijo prometió al señor Cortadas que en el futuro está dispuesto a demostrar documentalmente la falsedad o error que pueda existir en cualquier reclamación o imputación que sobre su firma se haga. Para que la Comisión y a través de ella el resto de los Agremiados, puedan apreciar claramente su recta actuación y sus deseos de cumplir las normas e instrucciones de F. Y. V. A. R.

La Comisión se complace en hacer público todo ello, dado que demuestra la cada día mayor efectividad de la política de unión y amistad que existe en F. Y. V. A. R.

Su Majestad

« El Representante »

En cuanto, por las causas que sean, se produce la baja de un Agente Vendedor en una empresa reclamista, se produce inmediatamente una verdadera batalla campal en torno a los Representantes que tenía la Empresa en la ruta visitada por el Agente en cuestión y que fuesen nombrados o no por el citado Agente. Batalla que se entabla, siempre y cuando se trata de un Representante que cumple con su obligación, por las dos partes a fin de conseguir una, arrastrar consigo el mayor número de representantes y la otra procurar retenerlos por todos los medios posibles a fin de que no quede desarbolada una zona de trabajo interesante para la Empresa.

Con todo ello no hacemos más que dar una pobre sensación delante de los Representantes que desde la barrera, observan como se van desarrollando los acontecimientos, deshojando la margarita de las proposiciones que se van sucediendo, ofrecidas por las dos partes interesadas. Debemos reflexionar detenidamente sobre este desagradable aspecto que, por desgracia de todos, se produce con una frecuencia demasiado periódica, si bien el Representante en plaza es un engranaje muy importante en la venta de Reclamos, no lo es todo ya que además existe por un lado el Agente Vendedor y por otro la propia Empresa, que al fin y al cabo, es quien tiene la última responsabilidad en la venta y es quien debe de dar la mayor sensación de seriedad comercial y moral delante de todos.

Hay que procurar tener una categoría y una elegancia que muchas veces no se tienen en cuenta cuando se trata de asuntos de esta índole. No hay que perder de vista que los Agentes y Representantes, por lo general, están a la altura de las Firmas que representan o por cuya cuenta trabajan y nosotros con nuestro ejemplo podemos influir en la forma de actuar de estos colaboradores. Las concesiones deben de llegar hasta cierto punto y de ahí no pueden ni deben de propasar ya que al hacerlo no damos más que una lamentable impresión de inferioridad y de dependencia.

En muchas ocasiones se sobrevalora la importancia del Representante si bien en algunas otras también hemos de reconocer, que se subestima su función, existiendo empresas que se creen con derecho a alterar los convenios establecidos con los mismos de una forma unilateral, a todas luces injusta y fuera de razón. De ahí que muchos de estos señores hagan lo mismo con ellas y en esta circunstancia siempre se produce el hecho de que pagan justos por pecadores. Si nos esforzamos en actuar como es debido y está convenido, llegaremos a un momento que los malos representantes se habrán autoeliminado por su deficiente comportamiento y habremos logrado sanear un poco este capítulo muy importante en nuestra organización comercial.

L. G. Cantin

Los vicios del precio o "Pollito con voz"

(Sainete breve en unas líneas)

Parece anécdota inventada y fue tan real como la redondez de la tierra. Sabido es por quien tenga sólo unos años de experiencia y quiera captarla hay clientes que no se sacian de regatear, aunque se les dé oro molido y que hay vendedores —llamémoslos así— que darían hasta la chaqueta al cliente y otros —los peores— que ofertan a ojo, para sacar la nota sea como sea y al precio que sea y luego apretar a los jefes —en lugar de hacerlo al cliente— para que la operación sea aceptada por la Empresa "con la comisión que sea" según ellos mismos proponen. Resultado de todo esto si se prodiga: Crack indiscutible, dinero esfumado, discusiones, malas relaciones entre viajante y empresa; y el cliente, si puede, fumándose buenos puros.

Ocurrió en Castellón. Cierta fabricante de objetos, que aún vive, lanzó un Pollito con Voz, así se denominaba el artículo. Una empresa que lo llevaba en muestrario para MIL unidades a 16,50 unidad, con las prisas y los consabidos errores de primero de año al hacer las tarifas apresuradamente, lo

puso en la indicada tarifa para MIL a pesetas 1,65 es decir corrió erróneamente la coma sin apercibirse de ello. El tal pollito por lo tanto era una ganga ya que de costo se iba casi a las seis pesetas. Pues bien, a los tres días justos de la salida de los vendedores se hizo la primera operación de MIL pollitos a 1,65. La casa recibió la nota y en seguida se apercibió del fallo, después de avisar a todos los "routiers" del lapsus y ello telegráficamente. ¿Cómo explicar al primer comprador de que había un error involuntario en el precio? ¿Obligaría el cliente a respetar el contrato y servirle la operación? ¡Menudo lío! Cuando más apurada se hallaba la casa vendedora con tal "embolado" la cosa se resolvió sola: Carta del cliente anulando el pedido porque un viajante de la competencia se lo había ofertado a 1,20.

Moraleja: El cliente en general lo halla siempre todo caro y cuanto más barato se le da, menos lo agradece.

Los malos vendedores darían hasta su piel por anular lo que está ya contratado y así les suele lucir el pelo.

Si usted puede...

- No trabajar las 24 horas del día.
- Tomarse unas vacaciones cuando quiera.
- Dejar el trabajo a cualquier hora.
- No molestar a la familia para que le ayude.
- Controlar a sus viajantes para que no hagan lo que quieran.
- Conocer a sus representantes importantes.
- Hacer que su negocio venda más cada año.

Cambiar su coche (herramienta de trabajo) cada 5 años.

Hacer que sus empleados le aprecien.

Hacer que el nombre de su casa sea un título de honradez profesional.

Si usted puede hacer todo esto, créanos está por un buen camino y será de las casas que perdurarán. Si no es así mucho ojo algo le falla en su organización y debe buscar enseguida la solución.

Un «Record» poco estimulante

Artículo aparecido en el TeleXprés, el día 9 de mayo de 1967

Efectivamente, el pasado día 2 de mayo se ha batido en Barcelona un "récord" desafortunado: el de haberse alcanzado en una sola jornada el mayor número de efectos protestados, en toda la historia de la ciudad. Aproximadamente fueron cinco mil las Letras impagadas que llegaron a casa de los notarios, correspondiente equitativamente de unas 100 a cada uno de ellos, cifra ésta que por sí sola da idea del trastorno que supone para el normal desenvolvimiento comercial e industrial de la ciudad este enorme número de contratos mercantiles incumplidos.

Nadie sabe hasta donde puede llegar esta veloz marcha ascendente, que supone el volumen de efectos protestados en nuestra ciudad y en general, en toda España; de 93.000 Letras protestadas en Barcelona durante el año 1960, hemos pasado a más de 180.000 el pasado año; las cantidades monetarias incluidas en estos efectos todavía han crecido en mayor proporción, pasando de mil millones en 1960 a casi cinco mil millones en el último año.

A muchos industriales, comerciantes y empresarios, esta distorsión en el co-

bro les causa serios perjuicios económicos. A los Bancos la multiplicación administrativa, supone gastos innecesarios y justo es reconocer la brillante iniciativa que pusieron en práctica en nuestra ciudad no hace muchos meses, cual era la carta pre-aviso, para facilitar el cobro de estas Letras; el resultado, por lo visto, no ha podido ser más desmoralizador. No se puede conocer con seguridad el estado crediticio y de tesorería de ninguna empresa, por culpa de esta oleada de efectos impagados. En definitiva, nos encontramos ante un problema de carácter más seriedad comercial que económico al cual deberá encontrarse pronto alguna solución, si no queremos que algún día el hecho de no pagar las Letras pase, de ser un caso límite de dificultades económicas, a una cómoda costumbre amparada en una escasa fuerza activa legal sobre tal acción.

Las cómodas Letras, cuyo uso importa tantas ventajas, se están convirtiendo en la preocupación de muchos miles de barceloneses, poco amparados por la ley ante sus clientes informales. Y este estado de cosas poco justo, no es bueno que cada día se imponga con más fuerza entre nosotros.

NECROLOGICA

Notificamos el fallecimiento de Doña María Nogués Nebot. A su esposo Don Enrique Abad y familia, les testimoniamos nuestra más sentida condolencia por tan irreparable pérdida

Descanse en paz.

En caso de que alguno de los Viajantes indicados en esta lista, ofrezca su servicio a algún Agremiado, rogamos solicite información a F.Y.V. A. R. antes de extenderle contrato

N O M B R E	L O C A L I D A D
Don Jesús Carnicer Nieto	Nava del Rey (Valladolid)
Don Antonio Calviche Astorga	Puertollano (Ciudad Real)
Don Tomás Granados Calabria	Tomelloso (Ciudad Real)
Don Arturo Vallín Villar	Vitoria
Don Ramón Carralero Alfayate	Las Rozas (Madrid)
Don José M. ^a Arnáiz Santamaría	Valladolid
Don José Pontones Hidalgo	Murcia
Don Vicente Rubio Mariño	Jaén
Don Jacobo García Mazo	Ubeda (Jaén)
Don Francisco Luque López	Córdoba
Don Manuel Lora Torres	Málaga-Madrid
Don José Vidal Ratier	Palma de Mallorca
Don Ezequiel Rocha Castañeira	La Coruña
Don Juan Salomó Llauradó	Zaragoza
Don Francisco Soto Martínez	Barcelona
Don Arturo Serrano Cantero	Alicante
Don Jesús Fernández de Simón	Madrid
Don Cipriano Genicio Alonso	Cáceres
Don Pascual Pérez Miralles	Logroño
Don Bernabé Salido Moreno	Jaén
Don Rafael del Pino Paradas	Jativa (Valencia)
Don Rafael Vidal Bravo	Málaga
Don Antonio Cremades Fernández	Alicante
Don Sebastián Romero Notario	Vélez-Málaga (Málaga)
Don Francisco Abascal Salerno	Alcalá de Guadaira
Don Francisco Iribarne Domínguez	Almería
Don Antonio Torres Serrano	Córdoba
Don Manuel Camacho Ruiz	Madrid
Don Alfredo Rubio Caballero	Córdoba
Don Rafael Merino Montero	Navas de San Juan (Jaén)
Don Víctor Santisteban Montero	Sevilla
Don Manuel Aguilar Reina	Badolatosa (Sevilla)
Don Heliodoro Juárez Herrero	Villagarcía de Campos (Valladolid)
Don Salvador Anaya Reyes	Torredelcampo (Jaén)
Don Julio Molina Martínez	Penarroya-Pueblonuevo (Córdoba)
Don José Rodríguez Astrua	Córdoba
Don Manuel Martínez Delgado	Talavera de la Reina (Toledo)
Don Manuel Cirach Uzquizú	Córdoba
Don Fernando Elvira	Córdoba
Don Antonio Cubertoret Hurtado	Málaga
Don Rafael Torres Cubero	Málaga
Don Aquilino González López	Tomelloso

DEPOSITO LEGAL B - 33194 - 1967

GRAFICAS MENDOZA, S. A.

Marqués del Duero, 143

BARCELONA - 4

