



fabricantes
y
vendedores
de artículos
de teclamo



1969

Fe de erratas

En el noveno párrafo de la memoria, que dice rebuyendo el trabajo, debe decir "no rebuyendo el trabajo".

Por error en la confección de la relación de agremiados, se hace figurar en el grupo "B" a la empresa Cedag de San Juan Despí, cuando en realidad debe figurar en el grupo "A".

CIRCULAR MAYO 1969

editorial

Este Boletín verá la luz en Zaragoza, con motivo de nuestra Asamblea.

Un tanto más a añadir a la buena unión y amistad que existe entre nosotros.

Un peldaño más ganado en la lucha que hace años sostenemos contra las dificultades interiores de nuestra agremiación.

Si miramos hacia atrás veremos que hemos avanzado mucho y confiemos, aún avanzaremos mucho más.

No nos obsesionemos tanto por lo que hacen sólo unos pocos. Tengamos fe en lo que hacemos muchos de nosotros.

Siempre han existido y existirán minorías reacias y difíciles.

Pero no son ellas las que importan y las que deben hacer variar los objetivos de la mayoría.

La mayoría de nosotros, está unida, compenetrada, no tiene problemas mutuos. Esto es lo importante.

Los otros, la minoría un día u otro se convencerán de su error o quizá deberán cerrar sus puertas.

Reflexionemos, quizá los problemas no están dentro de F.Y. V. A. R., sino que existen e importantes, fuera de ella a solucionar.

Obsesionados por cosas de poca importancia (quizás antes la tenían en mayor grado), no vayamos a olvidar las dificultades que pueden presentarse en el futuro.

Confiemos en la importancia y eficacia de nuestras Asambleas i que la que ahora celebramos a la sombra del histórico Pilar, sea básica para nuestro futuro.

Y a todos los Asambleístas, mi cordial y calurosa bienvenida.

Mariano Cortadas

memoria

En esta Asamblea se cierra el ejercicio iniciado en la anterior, celebrada en Cap Sa Sal y durante cuyo período, aparte de las resoluciones de trámite, se ha hecho el estudio y puesta en práctica de alguna de las propuestas de la citada Asamblea.

Cada día son menos los problemas de competencia ilícita y de anulación de pedidos que llegan hasta la Comisión. Hemos de creer por tanto que van desapareciendo y que la aplicación de las recomendaciones sobre Usos y Costumbres en las Ventas, han llegado a calar entre nosotros, produciendo este correcto proceder comercial y que debemos poner todo nuestro empeño en que se llegue a una total aplicación, puesto que es un beneficio que redundará en bien de todos a la par que dará una prestancia a nuestra profesión.

Para lograr una mayor compenetración, esta Comisión se ha dividido en diversos Grupos o Ponencias que se encargan de los asuntos con plena libertad y que una vez estudiados por dicha Ponencia, es presentado a los restantes miembros de la Comisión para su estudio y en su caso aprobación. Estas Ponencias que han sido nombradas, están divididas en: Ponencia de Morosos, de Relaciones Públicas, de Nuevas Admisiones, de Precios y de Boletines.

Haciendo estas separaciones se ha logrado una mayor agilidad y ha dado hasta el momento buenos resultados, ya que, y como ejemplo, tenemos las fichas de Morosos, de las que todos vosotros habéis recibido la primera entrega y de las que estamos preparando la segunda con los datos que recibimos constantemente. Esto supone un gran ahorro de tiempo a todos nosotros, ya que al recibir un pedido sólo tenemos que mirar de qué población es el cliente y ver si está reflejado en la ficha. Recomendamos a todos la cooperación más intensiva, es un servicio que no permite negligencia y que precisa colaboración, que nadie tome posturas cómodas de "sin novedad", todos tenemos la obligación ineludible de procurar la máxima atención a este servicio, es el único precio que nos pide la Comisión encargada de la puesta en marcha del mismo, a su gran trabajo desarrollado en bien de todos.

Otro de los acuerdos de la pasada Asamblea fue la reorganización de las normas para la admisión de nuevos Agremiados, se llegó a una fórmula que en principio pareció sencilla, pero que a su puesta en marcha se ha podido comprobar lo que se responsabiliza a los posibles avaladores ante el resto de Agremiados al firmar la propuesta, a la vez que también se somete a un período de prueba a los entrantes, sobre los que pesa una vigilancia

de su actuación correcta y de aplicación y respeto a las normas existentes, lo que nos hace pensar ha de crear en ellos un espíritu de colaboración y de sentir de todo buen Agremiado.

También es tema para la presente Memoria, el Boletín, que habrá llegado a vuestras manos de forma periódica. Hace falta calor de colaboración, se espera y desea de todos los Agremiados escritos, sugerencias, incidencias, anécdotas, etc., que llegue a todos el sentir que el Boletín no es sólo obra de una Comisión, sino que es el espíritu y reflejo de la forma de actuar y pensar de todo un Gremio; nos agradecería ver al pie de un escrito la firma de un compañero de Valencia, de Zaragoza, de Madrid, de Córdoba, de cualquier capital o rincón de España donde pueda existir un reclamista.

Se ha trabajado también mucho con referencia a la Seguridad Social sobre Representantes. Aquí se podría aplicar la frase de "muchísimo esfuerzo para mínimo resultado". Se han tenido reuniones especiales, consultas con abogados sociales, con Colegios de Agentes, en fin, cualquier noticia captada sobre el particular, se ha puesto en seguida en conocimiento de la Comisión y ha sido motivo de reunión y estudio, pero a pesar de ello, lo único que hemos podido ofrecer es lo que habréis recibido en distintas circulares.

La Ponencia de Relaciones Públicas, cuyo trabajo quizás haya trascendido poco, pero que el esfuerzo desarrollado ha sido mucho, como habréis podido comprobar por cartas que se han ido enviando, a la vez que ha ayudado ampliamente al Delegado de Zaragoza, señor Gil, en la organización de la presente Asamblea.

A grandes rasgos son los temas que ha desarrollado esta Comisión, detallar más, sería cansaros, lo que sí puedo aseguraros es que se ha puesto el máximo entusiasmo y buena voluntad por parte de todos, rehuyendo el trabajo y colaborando y asistiendo en bloque a cuantas reuniones se han convocado.

Someto, pues, a vuestra consideración la presente Memoria y antes de finalizarla, el ofrecimiento de siempre de los servicios de esta Secretaría para cuantos asuntos se os puedan presentar relacionados con nuestra profesión, serán recibidos con agrado y puesto el máximo empeño en solucionarlos.

Sólo me resta, en nombre de la Comisión y en el mío propio, esperar que en esta Asamblea se llegue a conclusiones interesantes y constructivas, y que estos lazos de compañerismo que en el transcurso de las pasadas se han ido creando, se vean acrecentadas y podamos formar un bloque unido de amistad y de negocio. Que la estancia en esta bella y recia capital aragonesa para cuantos habéis acudido os sea grata y para los que, por diversas causas, no están aquí reunidos, nuestro recuerdo y el deseo de que desde ahora se hagan el propósito firme de asistir a la próxima.

José Pont, Secretario

XVI Asamblea General Ordinaria en Zaragoza

ORDEN DEL DIA

- 1.º Lectura y aprobación, en su caso, del Acta de la Asamblea anterior.
- 2.º Memoria de Secretaría.
- 3.º Propuestas de los Grupos, si las hubiere.
- 4.º Renovación de un tercio de los miembros de la Comisión.
- 5.º Servicio de morosos.
- 6.º Aprobación normas actuales ingreso en Fyvar.
- 7.º Informe sobre Seguridad Social viajantes y representantes.
- 8.º Ruegos y Preguntas.



INTERVIU

a

Don Carlos Sánchez

Buceando en los arcanos del Reclamo en España, he hallado a D. Carlos Sánchez Giménez, natural de Barcelona y nacido en el año de gracia de 1890, siendo quizás el "veterano" más indicado a la entrevista que ofrecemos a todos los Reclamistas en el presente Boletín. Iniciada la cordial entrevista, sometemos a la amabilidad del Sr. Sánchez nuestras preguntas:

—*¿En qué fecha tuvo usted el primer contacto con el Reclamo?*

—Inicié mis actividades de vendedor en edad muy temprana en el ramo de comestibles; en aquellas fechas, los tenderos ya repartían sus Almanagues de obsequio y para poder ofertarlos a ellos ingresé en la Empresa Basa y Pagés en el año 1910, o sea que apenas contaba veinte años de edad. Desde luego debo manifestar que los citados Almanagues eran totalmente distintos a como los conocemos en la actualidad, por cuanto se trataba exclusivamente de las románticas papeleras pintadas a mano con aerografía.

—*¿Cuántos años trabajó en esta primera Empresa reclamista?*

—Aproximadamente unas tres temporadas. Debo hacer constar que en aquella época alterné el reclamo con lo que fue una extraordinaria novedad en los comestibles, y que eran los "cubitos de caldo", y puedo proclamar con orgullo y satisfacción que fui el primero que oferté este género por cuenta de la firma suiza MAGGI.

—*¿Recuerda usted algún reclamista importante de estos tiempos de sus comienzos?*

—La firma Vilaró fue sensacional en los muestrarios que ofrecía y en el volumen de sus ventas; actualmente esta importante firma ha desaparecido ya. Recuerdo también una firma alemana, aunque el nombre de la misma no, que estaba establecida en la

barriada de Horta y en la que había un jovencito que valía mucho; se trataba de D. Federico Puig, que desgraciadamente falleció ya hace un tiempo. En resumen, podría decirle que los "grandes" de aquel tiempo eran las firmas alemanas, cuyos viajantes, al iniciar su ruta de venta, que llegaba hasta América del Sur, rompían las primeras lanzas en España, país que les servía de trampolín para dar el salto del Atlántico. Naturalmente esos vendedores se dirigían preferentemente y casi exclusivamente a las grandes empresas de nuestro país. Llevábamos unos muestrarios fabulosos, y sírvale de orientación que un muestrario completo pesaba unos doscientos kilos aproximadamente. Después de la primera guerra europea, todo cambió radicalmente.

—*¿Podría indicarme algún nombre de algún vendedor de aquella época?*

—Un vendedor fuera de serie fue D. Guillermo Font, propietario de su Empresa, con unas extraordinarias dotes de vendedor que causaban la envidia de todos; indudablemente había nacido para vender y sus éxitos en aquella época fueron muy sonados.

—*¿Cómo se viajaba en aquel entonces?*

—Pues en tren... y en los medios de que se disponía en cada contingencia, fuera tracción animal, o lo que hubiera disponible.

—*¿Cuál era el importe de un hotel?*

—Una pensión que costara de 10 a 15 pesetas ya podía considerarse como un precio máximo; yo, por mi parte, nunca pagué esas cantidades, por cuanto representaban demasiado lujo para mí.

—*¿Y los famosos pases, o sea una persona para que cargara con el muestrario?*

—Por una mañana o una tarde se pagaban 2 pesetas, y para un día completo, 3, y añadíamos 10 céntimos como propina.

—*¿Cuándo consideraba usted que había obtenido una gran nota?*

—Pasando de mil pesetas, ya hacía saltar de alegría, y cuando se llegaba a tres o cuatro mil, se consideraba un encargo fuera de serie y se le daba la importancia que merecía.

—*¿Recuerda alguna anécdota del viaje o de las ventas?*

—En aquel tiempo había mucho más compañerismo que ahora; todos los vendedores nos conocíamos y nos reuníamos frecuentemente. En Zaragoza, un viajante de la desaparecida firma Munich y Godia nos daba la lata cada día con tantos y cuantos pedidos realizados. En una ocasión me "picó" un cliente mío, y

donde yo normalmente vendía siete u ochocientas pesetas, según él, había vendido seis mil. Con el natural desespero fuimos a visitar al cliente en cuestión el representante y yo, quejándonos por haber comprado a la competencia; nos comunicó que había efectuado un pequeño encargo y al exclamarme yo de que vaya pequeño encargo de 6.000 pesetas, se puso a reír, comunicándonos que el pedido había sido de unas trescientas pesetas aproximadamente. Desde aquella fecha, cuando el mencionado viajante iniciaba su perorata de grandezas, le atajábamos en seguida sacando a colación el asunto de Zaragoza.

—*¿En qué año se estableció por su cuenta?*

—1924. No vendía directamente a los clientes por no disponer de capital suficiente, de forma que servía a los reclamistas este tipo de Almanaque, y que, aunque parezca raro, también había una competencia tremenda en él.

—*Usted fue uno de los primeros asociados del antiguo AFVAR. ¿Hay mucha diferencia con la actual FYVAR?*

—Sí; la diferencia es indudable. No dudo de que hubieran en aquella Asociación personas de buena voluntad, pero quizás el ambiente de aquella época, de preocupaciones económicas, no era el más favorable para que AFVAR saliera a flote. Actualmente FYVAR está formada por personas jóvenes, con un concepto de la competencia muy noble y desinteresado y que luchan para que todos seamos mejores. El empuje actual es muy diferente del de antes, y es por ello que sigue en pie, e indudablemente mientras en la comisión tengan ese afán de lucha tendrá vida FYVAR.

Hablando de FYVAR, no puedo dejar de hacer constar mi extrañeza, por cuanto es una sociedad que creo única en su especie, por cuanto los fabricantes y compradores estamos juntos. Esa característica es difícil de conseguir, por no decir del todo rara, y el hecho de que durante tanto tiempo se haya podido continuar así, tiene un mérito extraordinario en sí y para los hombres que la alumbraron y los que continúan estando en ella, trabajando y laborando en bien de todos; demuestran una buena fe grande y me hace mucha ilusión que de las nuevas generaciones surgan personas que puedan desprenderse de los defectos que años atrás destruyeron la primera sociedad de reclamistas AFVAR.

—*¿Tiene alguna idea para mejorar la actuación de la Comisión?*

—Los años me privan de tener mis ideas ni tampoco muchas ilusiones; si fuera más joven, con sumo placer actuaría con ustedes con afán de lucha. Ahora sólo puedo decir que mi época ya pasó y que los admiro sinceramente por su trabajo y buenos sentimientos.

—*Los Reclamistas siempre estamos hablando de precios y de competencia. ¿Cuál es su opinión?*

—Todos hemos realizado operaciones que no eran normales. Cuando se producen tales hechos y llegan a oídos de los demás, crean un caso de competencia, pero se trata de un solo pedido solamente, aunque a veces da mucho que hablar. A pesar de ello, en algunas ocasiones al tener una operación importante a la vista y habiéndonos ajustado al máximo, todavía sale otro reclamista que lo ofrece más barato. Este problema de los precios, considero que siempre existirá por más que se hable de él. Mucho peor que los precios es el problema de las anulaciones de pedidos, ya que afecta al aspecto moral y ese duele más y con mayor profundidad. En todos los negocios existe el problema de precios y es la resultante de la ley de oferta y demanda; se habla mucho del mismo, pero la realidad le resta mucha importancia, y si le queda alguna es muy pequeña. Nuestro principal defecto es la pequeñez de nuestro propio negocio y el estar vedado al ofertar en gran escala, de forma que al tener que ir a buscar pedidos pequeños, nos encontramos que éstos tienen encima muchísimas ofertas que obligan a la batalla de precios.

—*Desde hace muchos años no asiste usted a las Asambleas.*

—La verdad es que me encantaría, pero ya no estoy para esos trotes; asiste a ellas mi hijo y considero que estoy de sobras representado. Estamos anquilosados en las novedades y creo que deberíamos buscarlas nosotros mismos y no esperar a que nos las depositen encima de la mesa de trabajo, provocando el problema de competencia al llevar todos lo mismo. En mi juventud, un muestrario no se parecía en nada a otro; es más, al ver algún Almanaque u objeto, sabíamos de inmediato quién lo había vendido. Hoy día nada especial nos da personalidad, llevando tanto los del norte como los del sur lo mismo, y ello nos desvalora a todos.

—*¿Cree usted en la utilidad de las fichas de morosos?*

—No solamente creo en su utilidad, sino que debe ser la solución para eliminar esta serie de clientes que hacen la ronda de reclamistas y así les sale la propaganda que encargan gratis. Debemos y podemos evitarlo si hay entre todos nosotros buena voluntad y decisión.

Aquí terminamos nuestra entrevista, habiendo efectuado un recorrido por años pasados gracias a la amabilidad y deferente trato de D. Carlos Sánchez, quien, muy agradable y juvenil, ¿por qué no?, ha recordado a viva voz los tiempos de su juventud, confiando que de todos sus relatos podremos obtener datos de interés dada su experiencia y antigüedad en el negocio, o, en el peor de los casos, tendremos un magnífico recuerdo de un destacado pionero del Reclamo.

Emilio Fabregat

¡Un toque de atención..!

Hemos asistido allende nuestras fronteras, a una llamada Feria o Salón del Artículo de Reclamo, concretamente EL REGALO y LA EMPRESA.

Varias son las consecuencias que hemos sacado de la misma y creemos interesante darles a conocer, aunque sea someramente, a nuestros compañeros. No tenemos la pretensión de descubrirles nada nuevo sobre nuestro artículo y mucho menos decirles cual es el camino a seguir a la vista de la situación que vamos a exponer. Cada uno de ustedes sacará la conclusión, sin duda más acertada, y conveniente para sus actividades.

En primer lugar, debemos reconocer que profesionalmente, poco provecho hemos sacado de esta visita, lo cual resulta eminentemente satisfactorio para todos nosotros, puesto que el motivo no es otro sino el hecho de que el muestrario de un reclamista español, poco tiene que envidiar al de cualquier colega del país visitado. Por todo ello, nos felicitamos y felicitamos muy sinceramente a todos los componentes de este Gremio, que con su esfuerzo han logrado una situación que hace unos pocos años, ninguno de nosotros se hubiese atrevido a esperar. Pero toda medalla tiene su reverso y la presente, como no, la tiene también.

Existe un hecho cierto que no podemos ignorar y cuya confirmación, una vez más, hemos hallado en esta ocasión. La perspectiva de que forzosamente debemos evolucionar en nuestro sistema y forma de trabajo y en un grado superior en la característica general de nuestro negocio y forma de manejarlo.

Señores: La Feria estaba integrada por Fabricantes de artículos de Regalo o Reclamo y enfocada casi exclusivamente a los Directores de Empresa a fin de ofrecerles sus artículos, novedades o no, directamente y sin intermediarios. Nuestro Principal argumento consistente en que ofrecemos una variedad de artículos superior a la que pueda ofrecer cada fabricante de por sí, se ve desvirtuado por el hecho de que en este Salón, se hallaban concentrados una gran variedad de ellos, de forma que cada uno de los fabricantes puede ofrecer un muestrario tan o más extenso y variado que el que ofrecemos cualquiera de nosotros. No se trata de que estos Fabricantes desdeñen o se nieguen a tratar con los intermediarios, nada de eso; lo que motiva nuestra alarma son las condiciones en que estos intermediarios (Reclamistas) deben trabajar y que, sin señalarlas en este momento,

son tales que ninguno de nosotros podría con ellas mantener su negocio.

Todos sabemos que en nuestro país, empiezan ya a proliferar una serie de Firmas que con la etiqueta de Importadores o nombres parecidos, ofrecen artículos de Reclamo en condiciones infinitamente mejores a las nuestras y que nos han cerrado ya o nos están cerrando las puertas en algunas empresas a las que ya han presentado sus ofertas.

De esta situación a la que hemos expuesto en un principio no va más que un paso. Algo debemos hacer si no queremos vernos relegados a la triste situación de ver limitadas nuestras actividades en la venta de nuestros artículos, a las empresas que por su poca importancia, no merecen la atención de una oferta directa por parte del Fabricante.

Todavía en estos momentos el problema no es acuciante, pero llegará, y que nadie lo dude, el momento en que lo será y creemos sinceramente que no debe dejarse para entonces, la búsqueda de una solución y que en aquellos momentos no lo sería. Tenemos tiempo y debemos de aprovecharlo en busca de nuestra, aunque la palabra resulte altisonante, salvación, no olvidando jamás el tan conocido y cierto cuento de la lechera que por desgracia presenciamos cada día.

Miguel Sargatal Pagés

Puede usted comprar muchas cosas; pero las mejores cosas de la vida son gratuitas.

* * *

Conozco a dos hombres jóvenes que tienen más de setenta años, y que están al frente de dos negocios prósperos. Ambos están repletos de ideas progresivas, ambos tienen el paso rápido y la mirada viva. Ambos se han rodeado de personal joven y agradable. Los hombres y mujeres de edad deberían mezclarse con la juventud, si desean permanecer jóvenes.

* * *

Siempre sonrío cuando oigo a alguien exponer sus ideas para arreglar el mundo. En el noventa por ciento de los casos, los negocios del que está hablando se hallan en plena confusión.

Panorama internacional del Reclamo en la campaña de 1968

Como curiosidad y por si de ello pueden sacarse algunas conclusiones para el futuro, me es grato ofrecer un pequeño resumen sobre la campaña reclamista durante el pasado año de 1968, en diversos países.

ALEMANIA: La primera mitad del año fue muy floja. Posteriormente hubo mayor afluencia de pedidos, al darse cuenta los industriales que el no regalar a sus clientes perjudicaba sus ventas. Existe gran competencia entre fabricantes y almacenistas que venden directamente sus fabricados de reclamo.

GRECIA: La venta de reclamo disminuyó en este año.

AFRICA DEL SUR: La venta aumenta; no obstante hay grandes dificultades ya que los fabricantes en vista del ambiente favorable, venden directamente a los posibles clientes prescindiendo del intermediario que es el Reclamista.

VENEZUELA: A causa de las elecciones, los planes de propaganda fueron retrasados y ello provocó un descenso de ventas.

ITALIA: Las huelgas y disturbios crearon un ambiente malo. Los viajantes ganan mucho y se limitan a trabajar lo mínimo. Se observa una marcada tendencia de los fabricantes a vender directamente sus productos elaborados.

FINLANDIA: La rentabilidad del negocio decrece debido a los morosos. En general, el año 1968 fue deficitario con respecto a los anteriores.

DINAMARCA: La cifra de ventas no ha aumentado. Hay mucha competencia que los reclamistas pequeños no pueden sostener, teniendo estos últimos que liquidar sus negocios.

HOLANDA: Disminuyó el negocio; hay una enorme competencia y ello hace seguramente que la cifra de venta se diluya en extremo. Nos da una idea de esa competencia el hecho de que sólo en la guía telefónica, consten 400 firmas reclamistas, cifra enorme para un país tan pequeño.

AUSTRIA: Dificil situación para los reclamistas, ya que los viajantes, venden por cuenta propia ayudados por los fabricantes y almacenistas, con mínimos porcentajes. Esto se ha agrado porque los fabricantes austríacos utilizan también estos "franco-tiradores", para su introducción directa en el mercado.

SUECIA: Un poco nebuloso el futuro, pues según parece, de una forma semi-oficial, se ha creado en las empresas un nuevo puesto en virtud del cual, se designa a un empleado que vigila los gastos de fabricación y generales. Se teme que estos

controladores, limiten los presupuestos publicitarios de las Empresas y aún más en lo que se refiere al Reclamo.

BELGICA: La venta ha aumentado, pero hay una verdadera batalla para la continua presentación de artículos de novedad. Los Reclamistas que no pueden sostener este ritmo, son prácticamente barridos de la escena.

FRANCIA: Durante los ocho primeros meses del año y debido a los acontecimientos del vecino país, las ventas fueron muy escasas. En el mes de septiembre, el mercado reaccionó y una avalancha de pedidos hizo difícilísimos los servicios. En general, mucha competencia; los principales reclamistas han formado un pequeño grupo económico común, dentro del cual cada Empresa trabajando por su propia cuenta, se relaciona en compras, fabricaciones, campañas, etc., para poder hacer frente a los reventa-precios.

SUIZA: El país prospera económicamente y el coste de la vida aumenta en proporciones muy modestas. El Reclamo sigue pues la tónica general de brillantez, si bien el cliente es cada vez más exigente; quiere novedades, servicio rápido y precios más baratos, cualidades que solamente pueden ofrecer dentro de ciertos límites los reclamistas muy bien organizados.

EE.UU.: La modalidad de venta de los reclamistas es totalmente distinta a la forma clásica a que estamos acostumbrados. La mezcla en las estadísticas de los artículos realmente de reclamo con los de primas, promociones, etc., hace muy difícil establecer un balance real de la situación. Parece, no obstante, que la cifra de ventas no ha bajado y el negocio sigue normal.

ARGENTINA: El negocio en general, aumenta. Existe mucha competencia y dificultades por cuanto los reclamistas no han podido llegar a una unión entre ellos y a la dificultad del negocio se unen las animosidades particulares.

RUSIA: No existen reclamistas. Sin embargo se observa como dato curioso que en el año 1968, Rusia ha comprado a algunos reclamistas nórdicos, importantes cantidades. Es de suponer que estos reclamos son destinados a clientes del exterior de productos exportados por la URSS.

ESPAÑA: ... Cada uno de ustedes tiene la palabra. Pero en mi opinión personal, el negocio marcha bien para la mayoría de los reclamistas y tenemos un buen futuro en perspectiva.

Pero, cuidado, lean detenidamente los informes de cada país y creo que fácilmente podrán sacar conclusiones de los peligros que para nosotros entraña este futuro. Si estamos unidos y somos cada uno conscientes de nuestros deberes y derechos hacia F. Y. V. A. R., podremos quizás utilizar ese valioso instrumento, asociación única en el mundo dentro del ramo del Reclamo, para evitar estos peligros o al menos aminorarlos.

Mariano Cortadas

Viviendo y aprendiendo

La mayor parte de las alegrías y tristezas de un hombre proceden de él mismo. Sus pensamientos, y las acciones que motivan tales pensamientos, causan su preocupación o su felicidad.

* * *

Recuerdo que el reverendo Dick Sheppard decía: «Puedes estar cansado y feliz. Pero no puedes estar aburrido y sentirte feliz al mismo tiempo».

* * *

Las expresiones de hastío, aburrimiento y pesadumbre que algunos de nosotros llevamos en nuestros rostros, constituyen la mejor publicidad de los fracasos que hemos tenido, en nuestros intentos de sacar el mejor partido de nuestras vidas.

* * *

La sonrisa verdadera, embellecida por el honesto rubor de las mejillas y la vivacidad de la mirada, expresa el sentimiento interno de satisfacción, y es la recompensa que obtendremos por infundir felicidad en las vidas de nuestros semejantes.

* * *

El jefe que espera conseguir el máximo rendimiento de sus empleados no es el que se cruza con ellos por la calle, sin dirigirles una sonrisa de reconocimiento.

* * *

Observe a los que más se quejan por los salarios que reciben. Acostumbran a ser los últimos en ponerse a trabajar y los primeros en abandonar el trabajo. Y entre las horas de entrada y salida, son, también, los peores empleados.

Relación de Agremiados y Adheridos a F. Y. V. A. R. en 30 de Marzo de 1969

Grupo A

32	Edigraf, S. A.	Tamarit, 132	Barcelona
33	Barguñó y Salvat, S. L.	Diputación, 39	Barcelona
34	Gráficas Litocrom	De Besa, 13	Hospitalet
35	Baguñá Hnos., S. L.	Muntaner, 22	Barcelona
36	Industria Gráfica Domingo	Av. Generalísimo, 367	Barcelona
37	Industria Gráfica Suñol	Lancáster, 16	Barcelona
39	Editorial Ibis	Av. Príncipe Asturias, 31	Barcelona
41	Casa Donadoni	P.º Bertrand, 25	S. Feliu Llobregat (Barcelona)
47	Industrias Masats, S. L.	Caponata, 27	Barcelona (Sarriá)
64	Gráficas Gutenberg	Llano Espartal	Alicante
69	Ediciones Edesa	Sanjuanistas, 4	Barcelona
71	Ox-Al-Color, S. L.	Llacuna, 80	Barcelona
72	José Autonell Dachs	Carr. Manlleu, 3	Torelló (Barna)
73	Placas Industriales	Manacor, 18	Barcelona
75	Editorial Guerri, S. A.	A. J. Benavente, 10	Valencia
121	Ediciones Unidas, S. A.	Mallorca, 606-608	Barcelona
122	Gráficas Mendoza, S. A.	Av. Marqués Duero, 143	Barcelona
123	La Región, S. A.	Cardenal Quiroga, 15	Orense
152	Tecnicrom	Av. J. Antonio, 580	Barcelona
170	Ramón Rierola Alibés	San Miguel, 13	Vich (Barna)
174	Imprenta Palmesana	Nuño Sanz, 46-48	Palma Mallorca
175	La Palmesana	Av. A. Roselló, 106	Palma Mallorca
190	Artes Gráficas Sami	Menéndez Pelayo, 166	Barcelona
200	Industrias Perso	San Jaime, 93	Granollers (Barna)
201	Manipulados Jar	Royo, 28	Zaragoza
210	Esymo, S. A.	Enna, 23	Barcelona
220	Juan Ribas Caus	Pje. Agregación, 40	Barcelona
222	Industrias Gráficas Bergas	Trav. Las Corts, 25	Hospitalet
229	Suministros Jumi	Llacuna, 105	Barcelona
232	Frami, S. A.	Gral. Burriel, 29-31	Hospitalet

Grupo B

2	Relieves Fabregat	Viladomat, 173	Barcelona
3	Jules Gerzón, S. A.	Bigay, 11	Barcelona
5	B. Sirven, S. A. E.	Av. José Antonio, 754	Barcelona
6	Talls. Gráf. Hostench, S. A.	Córcega, 231, 233	Barcelona
8	Carlos Sánchez	La Gleva, 9	Barcelona
9	Abad Nogués y Cía.	Grassot, 11	Barcelona
13	CEDAG	Planas, s. n.	S. Juan Despí (Barna)
16	Distrib. Reunidas, S. A.	Mallorca, 164	Barcelona
17	Industrias Gráf. Cantín, S. A.	Enna, 127-129	Barcelona
23	Publicistas Asociados	Secundino Esnaola, 13	S. Sebastián

25	Reclamos Toledo	Alcalá, 39	Madrid
30	Ediciones Comerciales, S. L.	Zabalbide, 32	Bilbao
56	Reclamos Grande	S. Hermenegildo, 27	Madrid
61	Fco. Esteban - Imp. Celta	S. Marcos, 29	Lugo
66	J. López Llauder	Providencia, 22	Barcelona
81	Talleres Nogués	Manuel Cortina, 11	Madrid
85	Reclamos Omnia	Borao, 7	Zaragoza
91	Eduardo Molina	Matadero Viejo, 2	Málaga
92	Reclamos Barcelona	Llobregat, 58	Hospitalet (Barna)
96	Vda. de Moisés Mata	Generalísimo, 18	Alcázar S. Juan
99	Comercial Gráfica Miret	Santa Digna, 32	Villafr. Panadés (Barcelona)
132	Imprenta La Comercial	Av. Las Caldas, 15	Orense
134	Reclamos Zenit	Churruca, 3	Vigo
140	Reclamos Torroba	Lago Constanza, 63	Madrid
143	Clavijo - Propaganda	J. Miranda, 10	Herrera (Sevilla)
151	Artes Gráficas Santiago	José Antonio, 35	Vivero (Lugo)
163	H. Jiménez Segador, Suc. de Julián Gil y Cía. S. R. C.	Concepción, 4	Villanueva Serena
167	Reclamos La Gavina	Alloza, 84-86	Castellón
171	Exclusivas Orbita	Urgel, 88	Barcelona
185	Ediciones Reni	Vía Augusta, 277	Barcelona
186	Exclusivas Pagés, S. A.	Mahón, 24	Barcelona
228	Relieves Juan Basa, S. L.	Ntra. Sra. Desamparados, 100-102	Hospitalet (Barna)

Grupo C

7	F. Puig, Suc. de Puig y Domingo, S. A.	Provenza, 316	Barcelona
10	Reclamos Ravés	Rocafort, 144	Barcelona
12	Reclamos Tell	Rbla. Volart-Pje. 2.º	Barcelona
21	Industrias del Calendario	Casta Alvarez, 74	Zaragoza
22	Vda. de R. Thielemann	Gral. San Martín, 10	Valencia
24	Exclusivas Luna	Av. José Antonio, 32	Madrid
26	Ricardo Roesel	Libertad, 21	Madrid
27	Reclamos Kaybem	Dr. Gadea, 5	Alicante
28	Exclusivas Triunfo	Fernández del Campo, 13	Bilbao
29	Comercial Marus	Marq. Caldas Montbuy, 10	Barcelona
40	Rex Reclamos	Maestro Estremiana, 8-10	Zaragoza
45	Cayetano Palma	Cartagena, 333	Barcelona
48	Comerc. Artic. para oficina Reclamos Alfa	Av. José Antonio, 78	Valencia
49	Reclamos Burón	Praga, 16	Barcelona
50	Reclamos Hozla	Juan P. Bonet, 6	Zaragoza
55	Luis Reyes - Recl. Universal	Ancha de la Virgen, 17	Granada
57	Publyedy	Mayor, 72	Lérida
59	Reclamos Eiffel	Triunfo, 3	San Sebastián
74	Reclamos Peñalver	Av. Pérez Galdós, 96	Valencia
76	Comercial Castilla Rienda	Pizarro, 4	Valencia
78	Antonio Maset Castelló	Av. Puerto, 205	Valencia
93	Edijar	Av. Rosales, 42	Almoradí (Alicante)

97	Publicidad River	Av. Gral. Mola, 35	Granollers
98	Ortega Recl. Propaganda	Goya, 34	Córdoba
110	Luis Bordón Felipe	S. Juan Bosco, 90	Valencia
115	Falgás, S. L.	Alburquerque, 14	Madrid
116	Ediciones Color-Krom	Castillejos, 257	Barcelona
117	Reclamos Modernos	Aldana, 4	Barcelona
120	Publicidad Febus	Rbla. Méndez Núñez, 10	Alicante
124	Gráficas Bao	Calvo Sotelo, 12-17	Lugo
127	Reclamos Turia	Plaza Caudillo, 7	Canals (Valencia)
128	Manipulados Aragón	Palomar, 20	Zaragoza
131	Reclamos Hersi	Cereros, 8-10-12	Zaragoza
135	Publicidad AS	Jaime I, 13	Manresa (Barcelona)
137	Melior Exclusivas Comerc.	Av. Ausias March, 8	Valencia
146	Reclamos Pérez Zaurín	Hurtado, 24	Barcelona
147	Reclamos Prieto	Av. Calvo Sotelo, 17	Granada
153	Reclamos Viller	Av. San José, 123	Zaragoza
158	Art. Gráf. Grabalosa	Carmen, 7	Gerona
159	Litart	Dr. Castelo, 48	Madrid
162	Hijo de Pedro Parejo Parejo	Sta. Eulalia, 1	Villanueva Serena
164	Julián Gil Pérez	Alonso Muñoz, 6	Villanueva Serena
168	Reclamos Talima	Joaquín Navarro, 15	Valencia
179	Reclamos Domingo	Av. Virgen Montserrat, 29	Barna
182	López y Ferrer	Visitación, 33	Valencia
184	Ernesto Soler Catalá	Turia, 9	Valencia
191	LAMSA	Pza. S. Bartolomé, 4-8	Antequera (Málaga)
195	Artes Unidas	Ramblas, 27, 1.º	Barcelona
196	Reclamos Barrachina	Mistral, 29	Benimaclet (Valencia)
197	Reclamos Vica	Entenza, 32-34	Barcelona
199	Reclamos Europa	Juventud, 69	Hospitalet Llobregat
203	Estampería Rocamora	Av. Gmo. Franco, 349 bis	Barcelona
204	Reclamos Junor	Gmo. Franco, 124	Villalba (Lugo)
205	Reclamos Llinás	Martí, 37	Barcelona
207	Kramex	Mesón de Paredes, 73	Madrid
208	Córdoba Industrial	Platero Repiso, 16	Córdoba
211	Imprenta Abad	Mariano Vela, 20	Madrid
212	Reclamo y Propag. VIKY	Av. Portugal, 157	Madrid
213	La Tipográfica Sanz	Sta. Lucía, 13	Caspe (Zaragoza)
214	Gráficas Olmedo	Saladillo, 8	Estepa (Sevilla)
215	Hijo de Juan Cantero	San Vicente, 4	Molina de Segura (Murcia)
216	Torres Reclamos	Monte Gamonal, 40	Oviedo
217	Imprenta Ibérica	Generalísimo, 44	Puentes de García Rodríguez (La Coruña)
218	Ideas Gráficas	Padre Huérfanos, 4	Valencia
219	Publigen	Madre Barat, 1	Zaragoza
221	Comercial Grafob	Paseo Zorrilla, 26	Valladolid
223	Industrial Baymar	Motril, 68	Córdoba
224	Urbion	Coll y Pujol, 156	Badalona
225	Reclamos Zaragoza	Cortes Aragón, 6	Zaragoza
226	Reclamos Nomar	Anglesola, 6	Villagrasa (Lérida)
230	Enrique García Torres	Lanuzá, 15	Málaga
231	Reclamos Poveda	Carril de la Marquesa, 7	Murcia

