



fabricantes
y
vendedores
de artículos
de tejidos

CIRCULAR SEPTIEMBRE 1970

CUBIERTA CEDIDA GENTILMENTE POR TECNICROM

Cubierta : Teleférico de Encamp (Andorra)

MEMORIA

De nuevo nos reunimos para cerrar otro ejercicio con la presente Asamblea que se inició en la celebrada el pasado año en Zaragoza y que como de las anteriores guardamos este grato recuerdo de la labor realizada y de comprobar que cada nueva reunión nos une cada vez más y nos anima a trabajar en bien de nuestro Gremio que es el bien general de todos.

Al efectuar la ampliación de la Comisión, con tres nuevos miembros, se ha conseguido dar mayor agilidad a las distintas Ponencias, a la vez que se han podido formar otras.

La Ponencia de Feria de Muestras, que se puso a trabajar de inmediato dada la premura de fechas con respecto a la de Barcelona, cuya inauguración era para el 1.º de junio, después de varias visitas al Comité de dicha feria y de amplios y rápidos estudios, para presentar su informe a la Comisión, ésta tuvo que desistir de acudir a la misma, dadas las dificultades de orden económico primeramente y de espacio puesto que en su mayoría estaban ya ocupados en sus lugares mejores, pero la principal causa fue la de orden económico por lo elevado del presupuesto.

Otra de las peticiones de la pasada Asamblea, con el deseo expreso de varios agremiados de ampliar nuestros horizontes cuidando de que una próxima asistiera alguna personalidad del reclamo de otro país, gracias a las gestiones de nuestro Presidente, se ha logrado la Conferencia anunciada de Mr. Fred Michel, Presidente del Sindicato Francés de Reclamistas SNAPO, y una vez terminada la misma accederá gustoso a un coloquio en el que se podrán formular cuantas preguntas deseen relacionadas con la organización y forma de venta del reclamo en su país.

Aparte de que las distintas Ponencias en el curso de la presente Asamblea y por medio de su portavoz os irán dando cuenta de la labor realizada por las mismas, quiero resaltar el éxito de la encuesta sobre precios ya que los Agremiados en su mayoría han

contestado al cuestionario, lo que ha servido de gran ayuda al trabajo de dicha Ponencia.

Estoy seguro de que también os habrá causado agrado lo conseguido por la Ponencia encargada de la confección de nuestro Boletín, con un amplio reportaje de nuestra anterior Asamblea celebrada en Zaragoza, muy en particular a los que asistieron a ella y de cuyo recuerdo gráfico queda amplia constancia en el citado Boletín.

Estas han sido, en parte, las labores realizadas por la Comisión, aparte de otras pequeñas cosas que serían innumerables si se reseñaran en esta Memoria, pero sí podéis estar seguros que en la solución de las mismas se ha puesto el máximo interés en darles una solución rápida y justa.

Esperamos que después de la labor realizada por la Ponencia de la organización de la presente Asamblea a la que colaboró estrechamente la de Relaciones Públicas, se vea acompañada por el éxito al escoger como punto de reunión estos bellos paisajes del Valle de Andorra, y que una vez más esta Asamblea sirva no sólo para nuestro quehacer cotidiano de trabajo sino para una más estrecha unidad y amistad aparte de lo comercial que a no dudarlo sirve en mucho para ayuda inestimable en nuestra labor.

Sólo me resta, pues, someter a vuestra consideración la presente Memoria y como siempre ofrecer los servicios de esta Secretaría para su consulta en cuanto sea relacionado con nuestra profesión.

En nombre, pues, de la Comisión y en el mío propio os deseo una feliz estancia a cuantos estáis presentes en esta Asamblea y a los que no han podido ahora estar con nosotros, un recuerdo y el deseo ferviente que en la próxima nos acompañen y ayuden con sus ideas y opiniones la nueva labor a realizar.

El secretario
José Pont

Acta de la Asamblea General Ordinaria de la Sección de Fabricantes y Vendedores de Artículos de Reclamo (F.Y.V.A.R.) celebrada el día 8 de Mayo de 1970

A las cinco horas de la tarde, y en segunda convocatoria, se da comienzo al Acto. Se constituye la mesa presidencial que dirige D. Miguel Sabaté, Presidente del Gremio Sindical de Maestros Impresores de Barcelona; D. Mariano Cortadas, Presidente de la Sección de Fabricantes y Vendedores de Artículos de Reclamo (F.Y.V.A.R.); D. José Pont, Secretario de la misma; D. Francisco Bruguera, Vocal; D. Miguel Sargatal; Vocal; D. Pedro Burón, Vocal, y con la asistencia de los señores que se citan al pie de la presente.

D. Miguel Sabaté abre la sesión dando la bienvenida a los asistentes y deseándoles a todos una feliz estancia.

D. Mariano Cortadas, en su calidad de Presidente de la Sección de Fabricantes y Vendedores de Artículos de Reclamo (F.Y.V.A.R.), inicia la sesión, dando también la bienvenida a todos los asambleístas y agradeciendo la asistencia del Sr. Sabaté, deseando asimismo una feliz estancia a todos ellos, poniendo de manifiesto su gratitud por la múltiple asistencia.

El Sr. Cortadas lamenta las ausencias que por diversos motivos se notan del Sr. Celades, de Reclamos Domingo; del Sr. García, de Talleres Gráficos Hostench; del Sr. Bao, de Gráficas Bao; del Sr. Ortega, de Reclamos Ortega; del Sr. Alonso de Edijar, así como del Sr. Kirchner, de Reclamos Tell, que ha delegado para representarle en esta Asamblea al Sr. Burón, de Reclamos Burón. También da lectura a una carta de Metaloffset, S. A. - Reclamos Jules Gerzon, en la que delegan a D. Miguel Sargatal, de la firma de Exclusivas Pagés.

A continuación se pasa a tratar los temas del Orden del Día.

Se aprueba por unanimidad el Acta de la Asamblea anterior, que, dada su extensión y por ser conocida de todos, se da por leída.

Seguidamente el Sr. Pont da lectura a la Memoria de Secretaría, siendo también ésta aprobada.

El tercer tema del Orden del Día son las propuestas de los Grupos, como sigue:

GRUPO A

1.º Aprobar por unanimidad la reelección de D. Mariano Cortadas en su cargo de Presidente de la Sección de Fabricantes y Vendedores de Artículos de Reclamo (F.Y.V.A.R.), agradeciéndole su entusiasmo, dedicación y eficiencia en el desempeño del mismo

y ofreciéndole una vez más nuestra sincera y leal colaboración en su nuevo mandato.

2.º Confirmar la propuesta del pasado año en cuanto a los procesos de admisión de nuevos agremiados y adheridos, para contribuir a su expansión y fortalecimiento, previos los necesarios informes y garantías, ya que uno de nuestros más importantes objetivos ha de constituirlo la incorporación a nuestro Grupo de cuantos se dedican al comercio de artículos de Reclamo.

3.º Solicitar de los compañeros de los Grupos B y C el estricto cumplimiento de las Normas Vigentes en materia de selección de artículos para sus muestrarios, que deben ser de fabricantes agremiados. Nuestra unión y supervivencia se basan en concesiones cuyo valor primordial es precisamente el de comprender nuestros mismos problemas y darles soluciones que, sin dejar de ser comerciales, tienen un sentido humano y de compañerismo.

4.º Recomendar que, previos los necesarios estudios de la Comisión, al producirse la renovación de cargos, figure entre los miembros del Grupo A un representante del sector de Fabricantes de Objetos, cuyos problemas no pueden ser siempre captados en toda su dimensión por los de calendarios.

5.º Iniciar gestiones para conseguir que la censura de los calendarios se aplique con un criterio más liberal, equivalente al que rige para otros tipos de ediciones de gran público, destacando la disparidad que ahora existe.

6.º Expresar el deseo de que F.Y.V.A.R. haga acto de presencia en cualquier ocasión en que puedan ser destacadas sus actividades. Ignoramos si será posible asistir a la próxima Feria de Muestras de Barcelona. Proponemos que se trate este asunto en la Asamblea.

GRUPO B

1.º Proponer la reelección de D. Mariano Cortadas como Presidente de la Sección de Fabricantes y Vendedores de Artículos de Reclamo (F.Y.V.A.R.).

2.º Proponer se continúe con el servicio de morosos como hasta ahora, ampliándolo si es posible, en la siguiente forma: Previa indicación del agremiado a F.Y.V.A.R., ésta se dirigirá al moroso en cuestión, advirtiéndole de que, caso de no satisfacer su deuda, se dirigirá a todos sus agremiados para que no acepten ningún encargo suyo.

3.º Reiterar lo acordado en anteriores Asambleas referente a la obligación de tributar por Licencia Fiscal por el epígrafe 9.145 b), remitiendo la consiguiente fotocopia al Gremio, dando un plazo para ello que finalizará el 31 de julio, plazo que puede ampliarse solamente por causa justificada hasta el 31 de diciembre. A par-



Primer plano de Monsieur Michel durante la conferencia

tir de esta fecha, el Agremiado que no lo haya cumplimentado será dado automáticamente de baja en F.Y.V.A.R.

4.º Proponer al Grupo A) establezca una escala de descuentos sobre los muestrarios, a tenor del número de ellos que se les soliciten.

GRUPO C

1.º Este grupo acuerda, por unanimidad, proponer la reelección del Sr. Cortadas para la Presidencia de la Comisión de Fabricantes y Vendedores de Artículos de Reclamo.

2.º Vista la propuesta hecha en su momento por el Sr. Ortega de Reclamos Ortega de este Grupo, aceptar se celebre la próxima Asamblea en la ciudad de Córdoba.

3.º Proponer a la Asamblea, para que la Comisión estudie una circular, para que se imprima de forma general con miras a la forma de actuar de los viajantes que ajustándose a las normas establecidas y las que se puedan adaptar, regularicen su actuación y la dignifiquen aún más y que estas circulares se remitan a los distintos agremiados para su difusión entre sus viajantes y representantes.

4.º Proponer que en casos probados de anulación de pedidos por difamación de otra Empresa o bajísimos precios, la causante venga obligada a ingresar el importe del pedido a F.Y.V.A.R. Sobre este punto, caso de ser aprobado, se dará cuenta también mediante circular a todos los agremiados.

5.º Recomendar se estudie una fórmula para que todas las Empresas salgan en una fecha más conveniente para empezar la campaña, 15 de enero, con el fin de que ello permita una mayor holgura en la preparación de los muestrarios, sin olvidar tampoco lo humano de esta recomendación en vistas a los viajantes, que de esta forma podría pasar en familia estas fiestas tan tradicionales.

6.º Proseguir con el asunto de morosos, si bien con no tanta profusión, saliendo las fichas dos veces al año.

7.º Proponer que después de estos años de experiencia que nos han venido a demostrar que los problemas de los Grupos B y C son en una proporción mayoritaria muy similares, se unifiquen ambos Grupos.

Terminada la exposición de las propuestas de los Grupos, pasan a debate en su totalidad, comenzando el Sr. Bruguera por los del Grupo A.

El primero de los puntos, dado que coinciden con el resto de los Grupos, se da por aprobado, quedando por tanto reelegido en su cargo de Presidente de la Sección de Fabricantes y Vendedores de Artículos de Reclamo D. Mariano Cortadas.

2. Admisión de nuevos agremiados. Toma la palabra el señor Cortadas, indicando que de la forma en que está enfocado consi-



Vista de la mesa presidencial durante la conferencia coloquio de Monsieur Michel. En el momento que nuestro presidente Sr. Cortadas hace la presentación del conferenciante. De izquierda a derecha Sr. Laguna, Sr. Sabaté, Monsieur Michel, Sr. Cortadas y el traductor que mantuvo el diálogo de la disertación



Vista general de los asistentes a la conferencia que sobre reclamo internacional pronunció Monsieur Michel

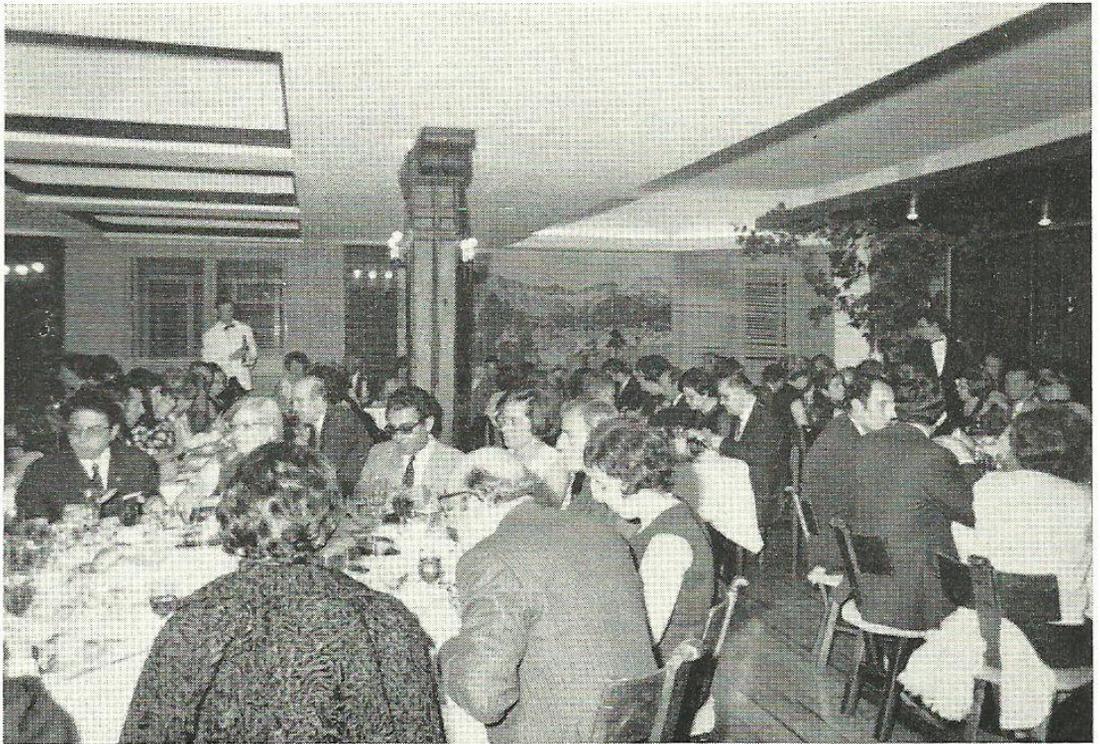
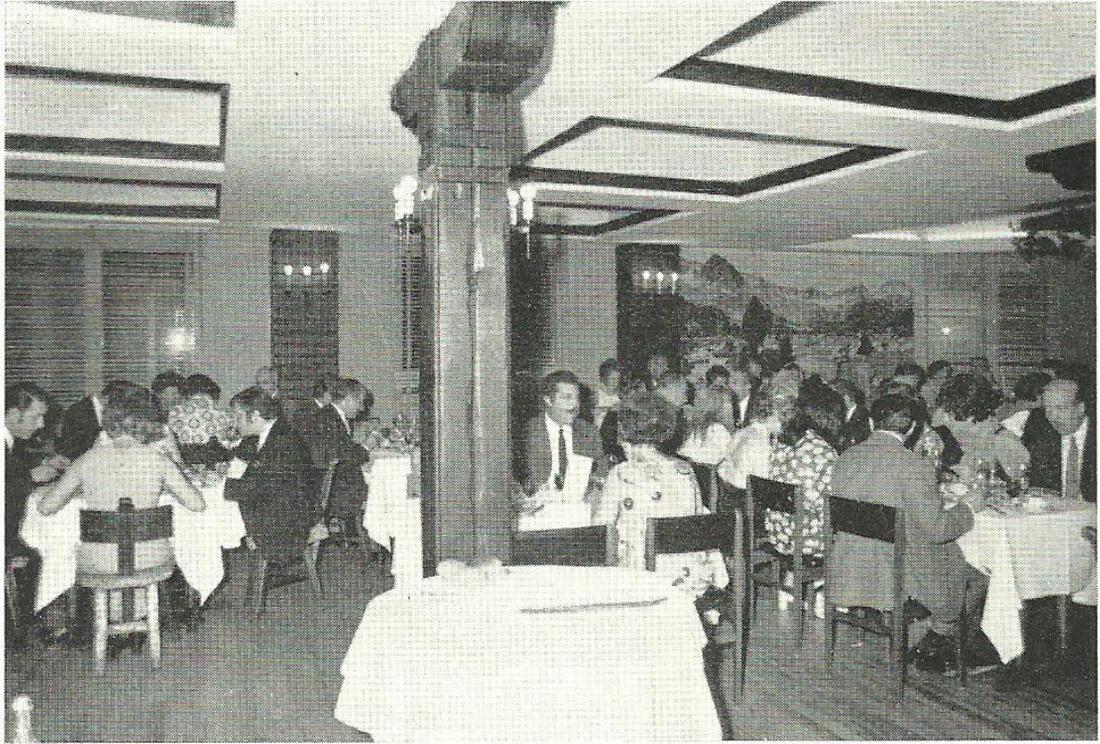
dera que está bien y que desde que se inició esta nueva fórmula no se han aceptado algunas solicitudes por haber dejado el solicitante alguna cuenta pendiente y que ahora incluso se solicitan informes comerciales del solicitante, entendiendo que, salvo mejor criterio, las nuevas normas de admisión pueden considerarse correctas.

3. El Sr. Cortadas indica al Sr. Bruguera haga la diserción sobre la tercera propuesta de su Grupo, indicando al Sr. Bruguera que es mejor que la haga él. El Sr. Cortadas dice, pues, que sería conveniente que las Empresas a las que se les compra y que no son agremiadas debería hacérseles ingresar en F.Y.V.A.R., indicando el Sr. Bruguera que si alguno de ellos no acepta ingresar se haga una campaña para que los componentes de los Grupos B y C se abstengan de comprarlos. El Sr. Cortadas, a título de comentario, indica que en la última reunión se recibió una carta en la que un señor nos solicitó un artículo que no fabrica ninguno de nuestros agremiados y que, sin embargo, todos lo llevamos en muestrario. El Sr. Bruguera expone que de esta forma se incumplen las Normas de F.Y.V.A.R., respondiéndole el Sr. Cortadas que no es exacto, ya que ningún agremiado fabrica el artículo que dicho señor solicitaba.

4. Los reunidos muestran su conformidad a la cuarta propuesta del Grupo A referente a que forme parte de la Comisión en la próxima renovación de cargos un representante de los fabricantes de objetos.

5. Referente a la quinta propuesta, indica el Sr. Bruguera que se ha de evolucionar. El Sr. Sabaté toma la palabra indicando que debería consultarse a don Tomás de Carranza, Delegado de Espectáculos, indicando que supone que hay divergencia en Provincias diferentes según el criterio de cada Gobernador Civil y que lo que debe conseguirse es que haya un solo criterio para toda España, pero que de todas formas es bastante difícil de conseguir. El Sr. Bruguera agradece sus palabras al Sr. Sabaté.

6. El Sr. Cortadas indica que se hicieron las gestiones el pasado año con el fin de montar un Stand en la Feria de Muestras de Barcelona, cosa que fue del todo imposible, dada la carestía de los stands y el escaso tiempo de que se disponía, pero que en cierta forma esto nos favoreció, ya que el stand montado por el Sector de Publicidad y Marketing no tuvo ningún éxito, sigue indicando que precisamente en la última reunión de la Comisión celebrada el día 4, se recibió la visita de un miembro de la organización de la Feria de Muestras preguntando si en este año seguíamos interesados en montar un stand y aún más, también indicó que podría incluso llegarse a hacer un salón monográfico, indicándole que como próximamente había de celebrarse la Asamblea General lo expondría a los Asambleístas y se le daría contestación. Cree el Sr. Cortadas, y así lo indica, que el salón monográfico de momento no puede hacerse; no obstante, sería muy conveniente montar el stand exponiendo los artículos de los com-



Dos aspectos de la sala de fiestas del Hotel en el momento de la cena de fraternidad

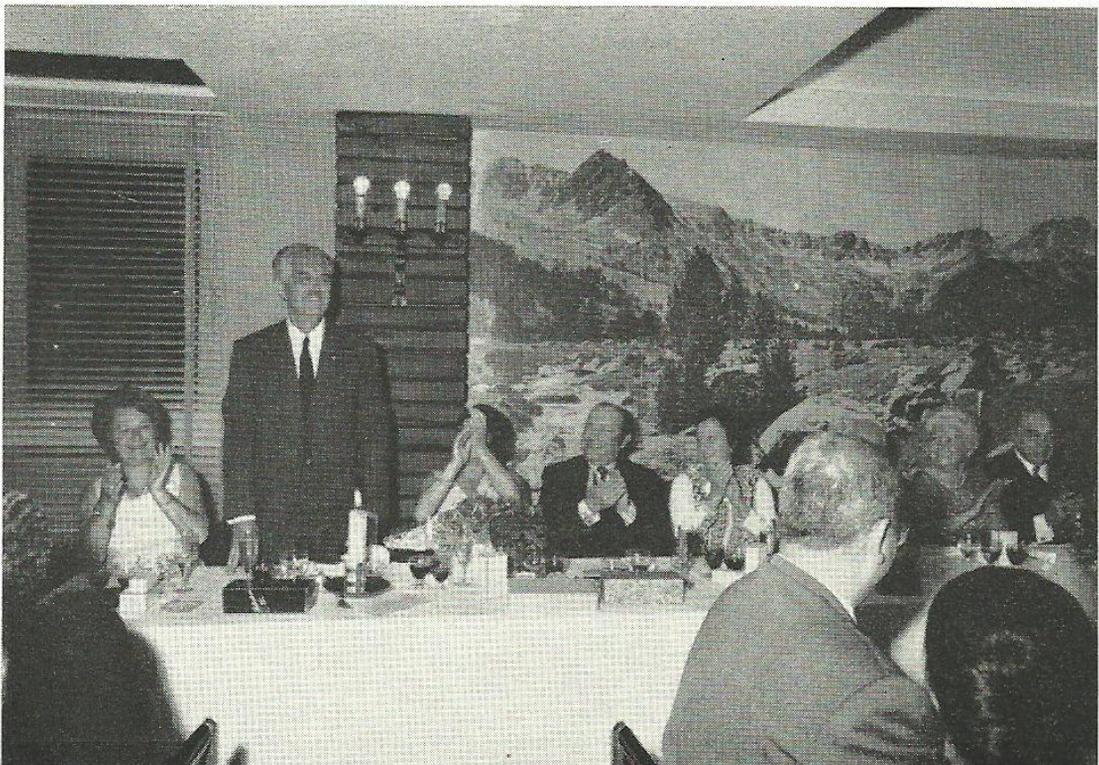
ponentes del Grupo A y que éstos ofrecieran a los visitantes una lista en la que figurasen la relación de los Grupos B y C, indicando que los artículos expuestos sólo pueden comprarse a las firmas que figuran en la lista. Hace un inciso el Sr. Cortadas, agradeciendo a Editorial Ibis lo que hizo el pasado año. El Sr. Saa indica que el mayor inconveniente son las Agencias de Publicidad, ya que mirarán de aprovecharse del salón. El Sr. Cortadas indica que debemos mirar hacia el futuro y que en Suiza los reclamistas han tenido que llegar a un acuerdo, ya que las Agencias de Publicidad se les echaban encima. El Sr. Bruguera dice que el fabricante tiene que exponer sus artículos y que por tanto sería conveniente hacer un stand de F.Y.V.A.R., y el fabricante que le interese montar el suyo propio ya que hay una serie de cosas que fabrican los componentes del Grupo A, que por su naturaleza no es compatible con F.Y.V.A.R. El Sr. Cortadas encuentra acertado lo expuesto, pero que considera lógico que un artículo que vendan a los reclamistas no lo expongan al público. El Sr. Saa sigue indicando que cree es asunto del Grupo A y pregunta al Sr. Molina su criterio, indicando éste que es interesante y necesario montar el stand, ya que lo que importa es mostrar los productos y que éstos se vendan sin importar quién los vende. El Sr. Saa indica que se discuten dos puntos de vista diferentes, respondiendo el Sr. Cortadas que se ha de llegar a un acuerdo, pues si no intervienen los Grupos B y C, puede dedicarse el A a vender directamente. El Sr. Galán interviene diciendo que si le interesa al Grupo A vender directamente que lo haga y que si hasta ahora no lo ha hecho, es porque no pueden o no les interesa, respondiendo el Sr. Cortadas que éste es el problema en todo el mundo, ya que la mayoría de los fabricantes venden directamente, indicando que, según su criterio, cree que siempre le resultaría más fácil al Grupo A crear una red de ventas que no a los Grupos B y C fabricarse los calendarios o los objetos. El Sr. Molina indica que no sabe los problemas que tendrían los fabricantes caso de vender, pero a él, como fabricante de objetos, lo que le interesa es fabricar y no vender, y que cree que lo mejor es que cada uno se dedique a lo suyo. El Sr. Alonso dice que montar un stand no perjudicaría a nadie, sino todo lo contrario, ya que, según su opinión, cree que la publicidad masiva es importantísima y que los gastos originados pueden repartirse o no, pero que es necesario montar el stand.

El Sr. Cortadas, con el fin de no alargar más el asunto, indica que descartado el salón monográfico y la Feria de Muestras de este año, sí es interesante se inicien las gestiones para la del próximo año.

El Sr. Galán dice que, con el fin de no beneficiar a nadie, podría hacerse en forma anónima y que F.Y.V.A.R. sirviera pedidos directamente. El Sr. Cortadas indica que esto es del todo imposible, ya que entonces tendría que montarse toda una organización de ventas. El Sr. Saa indica que, según su criterio, si se hace el stand en Barcelona, los pedidos se harían a los agremiados de la



Vista general de la presidencia ocupada por (de izquierda a derecha) Sra. Viuda de D. Pantaleón Bruguera, Sr. Cortadas presidente de FYVAR, Sra y Sr. Michel, Sra. Cortadas, Sr. Sabaté Procurador en Cortes y Presidente del Gremio de Maestros Impresores, Sra. Bruguera, Sr. y Sra. Hostench y Sr. Bruguera



Momento en que nuestro Presidente acaba de pronunciar unas sentidas palabras, haciendo votos por el mejor porvenir de FYVAR

misma ciudad, respondiéndole el Sr. Cortadas que no lo cree así, ya que a la Feria de Muestras de Barcelona acuden personas de todo el país y que de todas formas, si diera resultado, no habría inconveniente en montar stands en todas las Ferias de Muestras de España. Como ejemplo tenemos la campaña de "Dos ojos para toda la vida», de la que todo el país ha salido beneficiado. El Sr. Sabaté interviene diciendo que quería dejarlo para el final, pero que ya que se ha nombrado el slogan de "Dos ojos para toda la vida", desea informarles de que el Gremio de Maestros Impresores próximamente lanzará uno con el fin de elevar la venta, ya que la T.V. absorbe al público, y cuando salga la televisión en color aún se notará más la disminución de la venta, y que dirá: "El papel impreso permanece". Sigue indicando que lo que se trata de conseguir es estimular la necesidad del objeto, indicando por último que, según su criterio, es interesante montar el stand para promocionar y crear la necesidad en los clientes, de ofrecer un obsequio.

El Sr. Cortadas solicita a los assembleístas, se definan en sí se hace o no se hace. El Sr. Saá dice que no puede hacerse ahora. El Sr. Gil pregunta cuánto costaría, respondiéndole el Sr. Molina que el que montó el pasado año le costó alrededor de las 200.000 pesetas. El Sr. Gil indica que está de acuerdo en que se haga pero que se haga uso del remanente en la Caja de F. Y. V. A. R. y el resto en partes proporcionales lo satisfagan los agremiados, pero que no se rebase la cifra mencionada por el Sr. Molina. El Sr. Galán indica que no cree conveniente hacer el Stand. El Sr. Masset propone que satisfaga el 50 % el Grupo A) y el restante 50 % los componentes de los Grupos B) y C). El Sr. Saá indica que lo pague el Grupo A) ya que los B) y C) hacen de Viajantes de ellos. El Sr. Aguado indica que de lo que se trata es de promocionar a F. Y. V. A. R. El Sr. Molina indica que desde luego si se hace resultará más caro de lo que él ha indicado, pero que el Grupo A) está dispuesto a colaborar. El Sr. Alonso, por su parte, indica que si se acuerda que se haga, se ha de hacer bien, ya que la publicidad no es un gasto sino una inversión.

Con el fin de acabar el debate, los presentes solicitan se haga mediante votación, por lo que el Sr. Cortadas pregunta si hay alguien en contra de hacer el stand, respondiendo el Sr. Galán que él no está de acuerdo, prestando su conformidad el resto de assembleístas. Como sea que se aprueba hacerlo, se solicita el presupuesto que después de varias consideraciones se fija en 250.000 indicando nuevamente el Sr. Gil se haga uso del saldo de Caja indicando el Sr. Cortadas que no se sabe de qué saldo se dispondrá. Por último el Sr. Cortadas manifiesta que si la realización del stand rebasara la cantidad estipulada, no se haría o bien se buscarían otros medios para conseguirlo.

Seguidamente se someten a debate los puntos de las propuestas del Grupo B), de las que hace la exposición el Sr. Sargatal.



Nuestro Presidente haciendo entrega a Monsieur Michel de una placa de plata como recordatorio de nuestro primer contacto internacional de reclamo

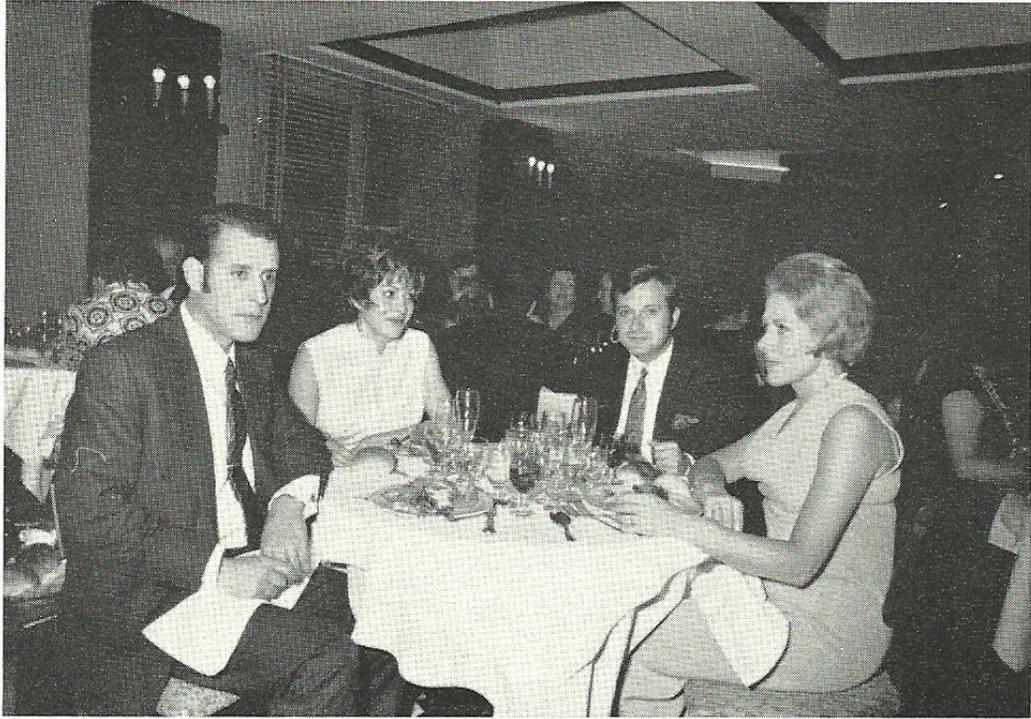


De izquierda a derecha Sr. y Sra. Pérez, Sra. Soley, Sr. y Sra. Aguado, Sr. y Sra. Monte y Sr. Riba

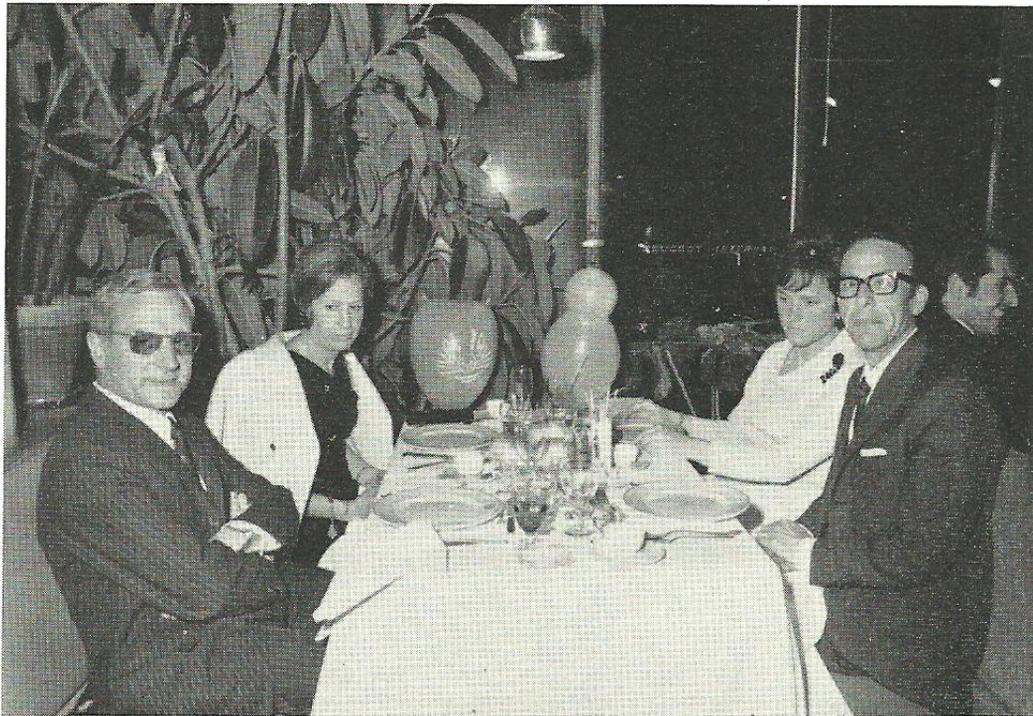
1. También la primera propuesta de este Grupo, propone la reelección del Sr. Cortadas, por lo que es aprobada.

2. Morosos. — El Sr. Sargatal ruega al Sr. Fabregat informe a los reunidos del contenido de esta propuesta, indicando el Sr. Rabregat que es mejor posponerlo para cuando se llegue al punto 5.º del Orden del Día.

3. Licencia Fiscal. — Una vez expuesta por el Sr. Sargatal la tercera de las propuestas, el Sr. Cortadas manifiesta que a pesar de las varias reclamaciones que al respecto se han realizado, no hay forma de que los agremiados remitan la fotocopia de Licencia Fiscal, por lo que solicita sean dado de baja en F. Y. V. A. R., tal como la propuesta indica, todos los agremiados que no la faciliten. El Sr. Cabrera está de acuerdo e indica que deben solicitarse mediante carta dirigida a los interesados y certificada. El Sr. Saá pone de relieve que él desde el primer día tributa por el epígrafe que se indica, según fotocopia que envió cuando se le solicitó al Gremio, pero que cree que si ahora se dan de alta todos los que hasta la fecha no lo han hecho, levantaremos la liebre y subirán los Impuestos. El Sr. Cortadas pregunta al Sr. Ferrer si puede suceder lo indicado por el Sr. Saá y le ruega que informe. Comienza el Sr. Ferrer indicando que la Licencia Fiscal ampara una actividad y que los que tributan por otro epígrafe, pueden darse de Baja de él y tributar por el correcto, por lo que la Delegación de Hacienda haría el cambio también en la Evaluación Global. El Sr. Masset indica que hay algunos agremiados que tributan por una Licencia Fiscal más elevada y que a éstos es posible que no les interese cambiar de epígrafe. El Sr. Saá indica que en Zaragoza sólo hay dos agremiados que tributan correctamente por el epígrafe 9145 b) y que por ese motivo están incluidos en otra Evaluación Global, pero que si ahora se dan de alta los demás, los separarán y harán una nueva para ellos y que como siempre ocurre en estos casos será superior a la que ahora satisfacen. El Sr. Ferrer manifiesta que no puede haber incremento Fiscal. Para terminar este punto, el Sr. Cortadas pregunta a los reunidos si se exige o no que los agremiados tributen por el Epígrafe indicado y que es el correcto. Hay un pequeño debate entre los presentes y por último el Sr. Gil indica que como Delegado y representante de la zona de Aragón y como Vicepresidente del Sindicato de Zaragoza solicita que no se exija la tributación por el citado epígrafe. También el Sr. Masset, como representante de su zona, está de acuerdo con el Sr. Gil en que no se solicite. Vista la negativa general, el Sr. Cortadas y para terminar, indica que a menos que alguien tenga otra mejor opinión lo mejor será dejarlo como está, o sea, que los antiguos agremiados tributen por la Licencia Fiscal que ahora tengan y que a los nuevos que soliciten el ingreso se les exija hacerlo por el epígrafe recomendado por F. Y. V. A. R., no habiendo ninguna objeción u oposición por parte de los presentes.



De izquierda a derecha Sr. Cantin, Sra. y Sr. Bustamante y Sra. Cantin



De izquierda a derecha Sr. y Sra. Sargatal y Sra. y Sr. Rakosnik

4. La cuarta propuesta de este Grupo, como sea que afecta al Grupo A) pasa a estudio del mismo.

Seguidamente son los puntos del Grupo C) los que se someten a debate, encargándose de su exposición el Sr. Pont.

1. También es aprobada esta primera propuesta dado que es la misma que la de los demás Grupos.

2. Una vez hecha la exposición de la segunda propuesta, el Sr. Saá indica que la próxima Asamblea debería celebrarse en Madrid, ya que es la capital de España, a lo que el Sr. Cortadas le responde que desde Barcelona es casi imposible organizarla y que, por otra parte, los agremiados de Madrid no asisten normalmente a ninguna de las Asambleas. También indica que el Sr. Ortega se ha ofrecido ya en tres ocasiones, por lo que considera que debería realizarse en Córdoba. Después de varios comentarios y de ofrecerse también el Sr. Cabrera para celebrarla en Alicante, así como ofrecerse nuevamente el Sr. Amengual para la organización en Mallorca se acuerda se realice la Asamblea de 1971 en Córdoba o caso de no ser posible por cualquier causa, se celebre en Alicante o que la Comisión estudie el lugar más idóneo, o alguna otra provincia que se considere más conveniente, agradeciendo el Sr. Cortadas los múltiples ofrecimientos que se han hecho durante el debate.

3. El tercero de los puntos de las propuestas del Grupo C) es aprobado por lo que se acuerda pase a estudio de la Comisión.

4. Una vez hecha la exposición de la cuarta propuesta, el Sr. Bruguera pregunta al Sr. Ferrer si puede haber alguna responsabilidad jurídica, a lo que responde afirmativamente, a lo que también se adhiere el Sr. Sabaté. El Sr. Burón indica que si no puede hacerse por bajos precios se haga por difamación, respondiendo el Sr. Ferrer que tampoco es factible y que lo más conveniente sería hacer un estudio judicial y buscar la forma legal de enfocarlo. Por último, el Sr. Cortadas pregunta a los reunidos si la cantidad de pedidos anulados que reciben es numerosa, respondiendo los presentes que son escasos, por lo que se acuerda dejar en suspenso esta propuesta y que si una empresa reincide en estas anomalías se pase aviso a F. Y. V. A. R. para que éste les llame la atención.

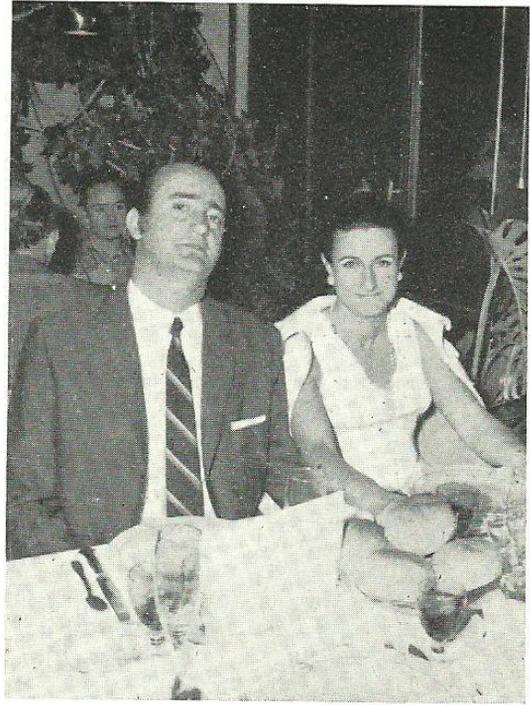
5. La quinta propuesta, se acuerda pase a estudio de la Comisión.

6. Tal como se ha indicado en una de las propuestas del Grupo B), tratará el tema posteriormente el Sr. Fabregat.

7. Una vez leída de nuevo la propuesta por el Sr. Pont, el Sr. Botey indica que no es asunto para debatir en la Asamblea, sino que es de Comisión de los Grupos B) y C). El Sr. Saá discrepa del Sr. Botey e indica que el problema es que hay muchos Agremiados del Grupo C) que deberían estar en el B), ya que



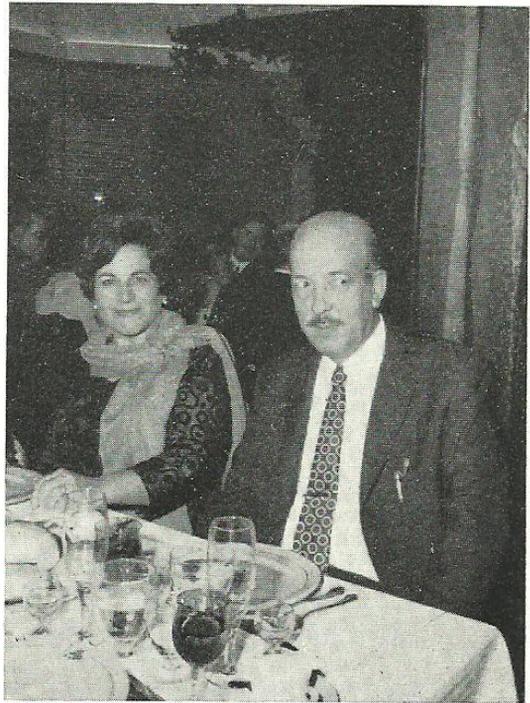
Sr. y Sra. Sonadellas



Sr. y Sra. Hostench (Junior)



Sra. y Sr. Majó



Sra. y Sr. Fabregat (D. Emilio)

poseen su propia imprenta. El Sr. Galán pregunta en qué se diferencian estos grupos y cuáles son las ventajas de cada uno. El Sr. Cortadas hace una exposición de ello e indica que el Grupo B) hace de moderador ya que comprende tanto los problemas del Grupo A) como los del C), por realizar las dos actividades. El Sr. Aguado indica que se ha hecho esta propuesta, ya que son pocos los que asisten de este Grupo. El Sr. Pont sigue indicando que cree sería conveniente la unión ya que el 70 % de los componentes de los Grupos B) y C), venden los mismos artículos y por tanto tienen los mismos problemas. El Sr. Botey indica que no encuentra ninguna similitud ya que las propuestas de los dos grupos tratadas en diferentes Asambleas siempre son diferentes e indica también que todo lo que se está tratando en este momento está claramente especificado en las Normas de F. Y. V. A. R. El Sr. Pont opina que es un asunto muy delicado y propone que pase a estudio de la Comisión, siendo de su misma opinión el Sr. Burón, que así lo manifiesta. Se acuerda, pues, pase este asunto a la Comisión para hacer las consultas necesarias, asesoramientos y recalificación de Agremiados mal calificados o unificación de grupos, si procede.

El cuarto tema del Orden del Día que dice: "Renovación del Cargo de Presidente", ya ha quedado lo suficientemente aclarado en las propuestas de los distintos Grupos, por lo que se acuerda reelegir para un nuevo mandato a D. Mariano Cortadas. El Sr. Saá pide un aplauso a los asambleístas.

Para tratar del quinto tema del Orden del Día, el Sr. Cortadas pide al Sr. Fabregat que explique a los asambleístas los resultados de los trabajos efectuados. Toma, pues, la palabra el Sr. Fabregat que explica a los reunidos que considera que el servicio de Morosos es necesario, pero que resulta demasiado caro, por lo que propone que en lo sucesivo, caso de aprobarse, sólo se remita dos veces al año. El Sr. Masset pregunta al Sr. Fabregat la forma de enterarse cuando uno de los morosos relacionados ha satisfecho el importe de la deuda, respondiéndole el Sr. Fabregat, que caso de recibir un pedido de un cliente que está incluido en las fichas que facilita el Gremio, se ponga en contacto con F. Y. V. A. R. y le facilitarán el nombre de la Empresa que lo dio como Moroso, pudiendo entonces ponerse en contacto directo con la Empresa que le indiquen y de esta forma saber si ha satisfecho o no el importe de la deuda. El Sr. Saá indica que cada vez son más los morosos que se producen y que es posible que nos desborden. El Sr. Cortadas indica que la labor de la Ponencia de Morosos es muy provechosa y que todos debemos facilitar la lista para beneficio de los Agremiados, pero que desde luego si no se usan, es mejor dejar este servicio. El Sr. Galán expone su criterio indicando que con el fin de abaratar el costo del servicio, que encuentra muy acertado, sería conveniente hacerlo mediante listas por orden alfabético de poblaciones y que después las distintas empresas que deseen hacer uso de ello, se lo hagan de la forma que estime



De izquierda a derecha Sr. Saa, Sra. Amengual, Sr. y Sra. Rius, Srta. Saa, Sr. Amengual y Sra. Saa



De izquierda a derecha Sr. y Sra. Laguna, Sra. y Sr. Ferrer Burés, Sra. y Sr. Ramentol, Sra. y Sr. Domingo, Sr. y Sra. Pont y Sra. y Sr. Botey

más conveniente. Es aprobada esta fórmula y se acuerda que para lo sucesivo se haga mediante lista, rogando a los presentes manden todas las relaciones de los morosos que en cada una de sus empresas se produzcan.

Sigue con la palabra el Sr. Fabregat y da lectura al estudio que ha verificado referente a la encuesta que se realizó referente a los Precios de Venta de diferentes placas. Una vez terminada la exposición los asistentes aplauden las palabras del Sr. Fabregat. Seguidamente pide autorización para hacer un nuevo estudio sacando promedios e incluirlo en el próximo Boletín para dar satisfacción a los grupos interesados en ello. El Sr. Cortadas indica que desde luego lo cree necesario, pero que sería necesario hacer una nueva encuesta más amplia y que un profesional hiciera el estudio. Los reunidos aprueban la sugerencia del Sr. Cortadas.

Se pasa al sexto tema de "Aspectos Fiscales y Sociales" indicando el Sr. Cortadas que ya se ha hablado algo de ello y que si alguno de los presentes tiene alguna consulta que efectuar, lo haga en ruegos y preguntas, por lo que se pasa al tema siguiente.

El séptimo tema del Orden del Día dice: "Proposiciones o información de los Delegados Regionales". — Pregunta el Sr. Cortadas si hay alguna propuesta, a lo que responden los delegados regionales negativamente, pasando seguidamente al último tema de "Ruegos y Preguntas".

Toma la palabra el Sr. Fondevila e indica que no es justo que una pieza que él facilita al reclamista, por x pesetas y le sea devuelta porque una letra no tiene el mismo tamaño que las restantes, resultando que con aquel pedido él pierde el total del valor de la mercancía, cuando en el caso de ir todo bien solo gana 0,65 pesetas por pieza. El Sr. Galán indica que también el que le pasa el pedido pierde dinero con la operación al ser anulado éste, interviniendo el Sr. Cortadas para indicar que ya se conformaría con obtener un beneficio de 0,65 pesetas por pieza.

El Sr. Molina indica que en las propuestas del Grupo A), se han omitido alguno de los puntos tratados en la reunión de Grupos. Pide la palabra el Sr. Bruguera e indica que cree no haber omitido nada, mediando el Sr. Mendoza e indicando al Sr. Molina que los puntos generales tratados en la reunión de Grupo, no pueden tratarse en su totalidad en la Asamblea, pero que como sea que es la primera vez que asiste, después de finalizar ésta, le dará las explicaciones que crea convenientes, esperando que todo quede aclarado.

El Sr. Fontanet indica que como sea que el Asesor Fiscal se encuentra en la sala, le agradecería le aclarase qué porcentaje debe cargar en sus facturas en concepto de Tráfico de Empresas y Arbitrio Municipal, ya que unas empresas le dicen que ha de cargar el 2 %, otras el 2,40 y otras el 2,70 %. El Sr. Ferrer hace



Sra. y Sr. Cabrera, Sra. Marin y Sr. Sabater



Sr. y Sra. Sabater y Sr. y Sra. Alonso

una exposición de los distintos porcentajes aplicables, indicándole que por su actividad, debe cargar el 2,40 % en sus facturas.

Toma la palabra el Sr. Marín y agradece a los presentes el recuerdo que en la pasada Asamblea se le tributó.

Como sea que no hay más preguntas, el Sr. Cortadas cede la palabra al Sr. Sabaté rogándole cierre el acto con algunas palabras.

El Sr. Sabaté agradece en primer lugar la atención que han tenido invitándole a la Asamblea y a todos los actos y se ofrece a los presentes como Procurador en Cortes, indicando que colaborará en el asunto de las placas para lograr un criterio más liberal, indicando seguidamente que se ha firmado el Convenio Colectivo de Artes Gráficas, explicando diversos puntos del mismo y que próximamente lo recibirán o estará a disposición de los agremiados en Secretaría. El Sr. Abad, le pregunta desde cuándo tendrá efecto la aplicación del Convenio, respondiéndole el Sr. Sabaté que se pretendía que fuera desde enero pero que se ha conseguido que surta efecto a partir del primero de mayo.

Por último desea una feliz estancia a todos los presentes y da por finalizada la reunión, rubricada por los aplausos de los asistentes.

V.º B.º
El Presidente
Mariano Cortadas

Doy Fe
El Secretario
José Pont



Sr y Sra. Pont



Sra. y Sr. Fabregat (D. José)



De izquierda a derecha Sr. Berenguer (hijo), Sra. Berenguer, Sra. y Sr. Cuscó y Sr. Berenguer

ASISTENTES

Grupo A

- Sr. Sabater y Sr. Sonadelles de C. E. D. A. G. (San Juan Despí).
- Sr. Berenguer, de Gráficas Litocrom (Hospitalet).
- Sr. Marín de Bagaña Hnos., S. L. (Barcelona).
- Sr. Domingo, de Industria Gráfica Domingo (Barcelona).
- Sr. Suñol, de Industria Gráfica Suñol (Barcelona).
- Sr. Bruguera y Sr. Bustamante de Editorial Ibis, S. A. (Barcelona).
- Sr. Fondevila, de Ox-Al-Color (Barcelona).
- Sr. Juan y Jorge Autonell, de José Autonell Dach (Torrelló).
- Sr. Cuscó, de Ediciones Unidas, S. A. (Barcelona).
- Sr. Juan Mendoza, de Gráficas Mendoza, S. A. (Barcelona).
- Sr. Pol, de Imprenta Palmesana (Palma de Mallorca).
- Sr. Soley, de Industrias Perso (Granollers).
- Sr. Molina, de E. S. Y. M. O., S. A. (Barcelona).
- Sr. Ribas, de Juan Ribas Caus (Barcelona).
- Sr. Jubany, de Suministros Jumi (Barcelona).
- Sr. Montes, de Frami, S. A. (Hospitalet).
- Sr. Fontanet, de INGRO Instituto Gráfico (Barcelona).
- Sr. Armengual, de La Palmesana (Palma de Mallorca).

Grupo B

- Sr. Fabregat, de Relieves Fabregat, S. A. (Barcelona).
- Srs. Hostench y Fabregat, de Talleres Gráficos Hostench, S. A. (Barcelona).



Sr. y Sra. Mendoza



De izquierda a derecha Srta. Galán, Sr. Saa,
Sra. Amengual y Sr. y Sra. Rius



Sr. y Sra. Gil, Sr. Marín y Sra. y Sr. Cabrera

- Sr. Sánchez, de Carlos Sánchez (Barcelona).
- Sr. Abad, de Abad Nogués y Cía. (Barcelona).
- Sr. Cortadas, de Distribuciones Reunidas, S. A. (Barcelona).
- Sr. Cantín, de Industrias Gráficas Cantín, S. A. (Barcelona).
- Sr. Saá, de Reclamos Omnia (Zaragoza).
- Sr. Botey, de Exclusivas Orbita (Barcelona).
- Sr. Sargatal, de Exclusivas Pagés (Barcelona).
- Sr. Sargatal, en representación de Metaloffset, S. A. (Barcelona).

Grupo C

- Sr. Pont, de F. Puig, Suc. de Puig y Domingo, S. A. (Barcelona).
- Sr. Burón de Reclamos Burón (Barcelona).
- Sr. Burón, en representación de Reclamos Tell (Barcelona).
- Sr. Galán, de Industria del Calendario (Zaragoza).
- Sr. Cabrera, de Reclamos Kaybem (Alicante).
- Sr. Gil, de Rex Reclamos (Zaragoza).
- Sr. Masset, de Antonio Masset Castelló (Valencia).
- Sr. Alonso, de Edijar (Alicante).
- Sr. Pont, en representación de Reclamos Domingo (Barcelona).
- Sr. Aguado, de Reclamos Vica (Barcelona).
- Sr. Llinás, de Reclamos Llinás (Barcelona).
- Sr. González y Sr. Galvez, de Reclamos Zaragoza (Zaragoza).



De izquierda a derecha Sr. y Sra. Aguado, Sr. y Sra. Monte, Sr. Ribas, Sr. y Sra. Pérez, Sr. y Sra. Soley y Sra. y Sr. Abad



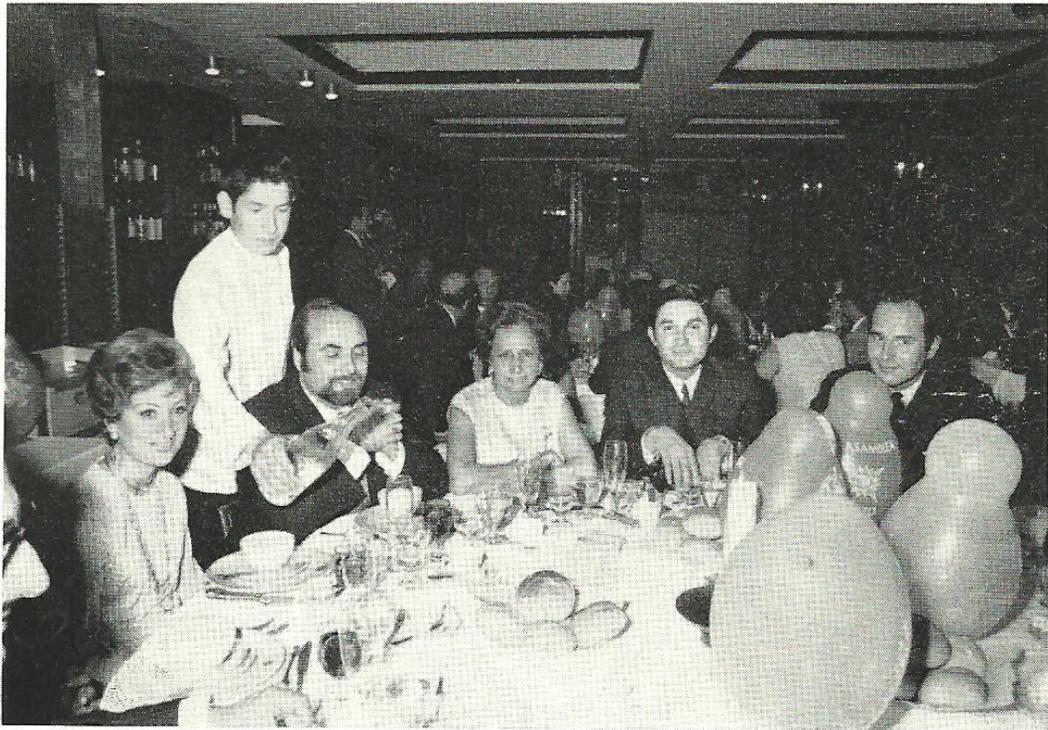
Sr. y Sra Galán, Sr. y Sra. Gil y Sr. Marín



De izquierda a derecha Sr. y Sra. Suñol y Sr. y Sra. Pol



De izquierda a derecha Sra. y Sr. Benítez y Sra. y Sr. Rovira



De izquierda a derecha Sra. y Sr. Fontanet, Sra. y Sr. Linás (hijo) y Sr. Cortadas (hijo)



De izquierda a derecha Sr. Cortadas (Don Roberto), Sr. Cortadas (Don Jorge), Srta. Mercedes Cortadas, Sr. Albesa y Sra. Benitez



De izquierda a derecha Sr. González, Sr. Gálvez, Sr. Molina y Sr. Ruiz



De izquierda a derecha Sra. y Sr. Bermell y Sra. y Sr. Romero

Conferencia de Monsieur Fred Michel seguida de Coloquio celebrada en el Hotel Roc-Blanc de Andorra el 9 de Mayo de 1970 a los miembros de F. Y. V. A. R.

Don Mariano Cortadas, Presidente de FYVAR hace la presentación de Monsieur Fred Michel indicando que dicho señor es Presidente del Sindicato de Reclamistas de Francia (SNAPO), que es además Presidente de la Asociación Internacional de Reclamistas (WAGE) y que también es el Presidente de una de las más importantes empresas de reclamo de nuestro vecino país. Le agradece altamente su asistencia teniendo en cuenta de que ha venido directamente desde Grecia pasando por París y a pesar de sus múltiples ocupaciones se ha ofrecido amablemente para iniciar unos contactos que pueden ser muy provechosos para todos. Seguidamente le cede la palabra.

Conferencia de Mr. Fred Michel

Sr. Procurador, Sr. Presidente, Sras. y Sres.:

Permítanme ante todo que les muestre mi agradecimiento por la invitación que a través de su Presidente, Sr. Cortadas, me han hecho para tratar de darles una conferencia sobre Reclamo. Estoy sinceramente contento de que estos primeros contactos se celebren en Andorra, que sirve de enlace para la amistad franco-española.

Es este uno de los primeros contactos entre sindicatos y espero que esto nos acerque más y que mi corta conferencia le aclare algunos puntos de nuestra profesión en los demás países.

El uso de ofrecer regalos para favorecer la venta existe desde hace muchísimo tiempo. En los tiempos antiguos de los faraones se han encontrado ya vestigios de portadores de regalos y es cierto que en tiempos ya más cerca de los nuestros los comerciantes venecianos y genoveses utilizaban corrientemente esta práctica para mejorar sus relaciones comerciales.

Si en otros tiempos el ofrecer un obsequio era considerado como un gasto marginal y fantasista el regalo de empresa está hoy clasificado entre los gastos productivos y relevantes del presupuesto de publicidad y ha llegado a ser indispensable para las pequeñas y medianas empresas que no siempre tienen las posibilidades financieras de realizar grandes campañas publicitarias utilizando otros soportes más costosos.

Contrariamente a los medios clásicos de publicidad tales como la Prensa, el Cine, la Televisión, la Radio, etc., destinados a pre-

sionar a los interesados globalmente, el objeto de reclamo actúa personalmente sobre el individuo.

El objeto de reclamo no tiene la pretensión de ser portador de un mensaje en vistas a argumentar un producto o una marca, sino que al contrario utiliza los factores psicológicos de base del ser humano; busca a ser agradable a rendirse útil, en una palabra a crear un clima de gratitud y de reconocimiento, sentimientos que quedan unidos al nombre de la marca que va impreso sobre el objeto de reclamo, creando así este clima de simpatía tan necesario a las relaciones humanas.

La selección del objeto de reclamo a utilizar así como su método de distribución deben variar según las ramas profesionales, el programa comercial y el impacto deseado.

Es a nosotros los vendedores de objetos de reclamo que tenemos la obligación de hallar los métodos comerciales para detectar los clientes, para tratar de asimilar sus problemas y consecuentemente de aconsejarlos. El porvenir de nuestra profesión y su desarrollo están íntimamente ligados a este aspecto del problema. Mientras nuestros clientes comprenden solamente regalos, por costumbre o para hacer como los otros, nuestra posición será frágil. Si al contrario la distribución de regalos ha sido estudiada, es decir, si una colaboración efectiva se ha establecido entre la firma cliente y el especialista consejero en artículos de reclamo y el programa debatido en común el resultado para nuestro cliente no puede ser otro que positivo, positivo porque nuestro cliente habrá comprendido que comprar artículos de reclamo no es ningún gasto, a nadie le gusta gastar dinero a fondo perdido pero al contrario una inversión que le permite aumentar su cifra de negocios. Sólo en este caso el vendedor de artículos de reclamo puede estar seguro de haber ganado la partida.

Hay dos nociones que no tenemos que perder nunca de vista: el objeto publicitario debe estar concebido en función de la empresa que lo ofrece. El regalo de empresa, al contrario debe estar pensado en función de la persona que lo recibe.

Después de estas consideraciones generales voy a hacer una breve exposición de la organización de nuestra profesión en diferentes países y naturalmente no voy a hablarles de España que ustedes conocen mucho mejor que yo:

Francia

Existen en Francia alrededor de doscientas firmas especializadas de las cuales aproximadamente el 20 % trabajan sobre el conjunto de la nación, el resto son firmas locales o regionales. Las firmas de cierta importancia tienen casi siempre su sede en París y prospectan a sus clientes por medio de representantes.

Algunas empresas sólo tienen cien o doscientos clientes y los visitan los mismos propietarios o bien dos o tres agentes exclusivos. Otros trabajan más particularmente empresas de mediana importancia, no buscan el pedido importante y por ello poseen miles de clientes. En el primer caso o sea las que trabajan con las grandes empresas es posible de prescindir de tener stock en almacén, pero en cambio tienen el problema de que nunca saben el objeto que les va a pedir el cliente. En el segundo caso el problema es mayor ya que al tener infinidad de clientes que exigen que sus pedidos se sirvan rápidamente tienen que tener forzosamente stock así como una mayor organización al ser también mayor el número de clientes y hasta en ciertos casos su propio taller de marcaje.

Hay unos clientes muy atrayentes que son las Agencias de Publicidad pero existe el inconveniente con ellas de que en numerosas ocasiones una vez que el reclamista les ha enseñado el muestrario se dirigen directamente a los fabricantes. Por tanto la forma de trabajar con las Agencias de Publicidad debe ser diferente a las del cliente directo, por ejemplo, no se podrá vender una pluma Parker con su estuchado de origen sino que se buscará un estuche inédito que la haga resaltar más. Una vez conseguido esto, las Agencias de Publicidad serán unos buenos clientes ya que nosotros nos habremos convertido en consejeros de publicidad.

En Francia los catálogos de los diferentes reclamistas son muy diferentes ya que si bien están hechos en gran mayoría con objetos fabricados en el país, se llevan también muestras extranjeras importadas directamente o compradas a otros importadores, pero en este caso las operaciones son poco rentables y difíciles debido a que el margen de beneficio es pequeño.

Dentro de la organización de las empresas hay dos tipos de vendedores, los que tienen sueldo fijo y los que cobran un porcentaje de comisión sobre las ventas.

En realidad los problemas de comercialización son mucho más vastos para que yo pueda resumirlos en este corto espacio de tiempo. Les propongo después de hacerme preguntas precisas que con gusto contestaré.

Alemania

Alemania es el mercado más grande de Europa. Existen alrededor de mil firmas dedicadas al reclamo, de las cuales sólo veinte o treinta son importantes, el resto son locales o regionales.

Los alemanes que son muy ordenados venden generalmente calendarios como representantes durante los cinco primeros meses del año para continuar vendiendo objetos de reclamo en calidad de mayoristas durante el resto del año.

Muchos de los pequeños reclamistas trabajan solamente a base del dueño de la empresa y dos o tres representantes sobre un pequeño territorio y volviendo cada noche a dormir en su domicilio.

Para darnos cuenta de la importancia del mercado alemán les diré que la casa Bayer hace ochocientas mil agendas de bolsillo y en cambio el mayor cliente en Francia hace tan sólo sesenta mil o sea que la proporción es superior al 1×10 .

U. S. A.

El mercado es enorme. Los pedidos están en consonancia con el país. La General Motors por ejemplo encarga dos millones de piezas de un mismo modelo, en Europa las fábricas no están preparadas para ello. No obstante la mayor parte del mercado lo constituyen también pequeños pedidos, cosa que sorprende. Sólo hay dos o tres empresas que trabajan todo el continente.

La empresa "Brown & Bigelow" tiene en Estados Unidos once mil representantes, la base de esta Empresa es la fabricación de calendarios.

Existen unas tres mil firmas vendedoras mayoristas de reclamo que trabajan por su cuenta y los fabricantes venden a través de ellas, o sea el fabricante no envía la mercancía al mayorista sino que la envía directamente al cliente mediante lista facilitada por éste.

El fabricante es el que fija el precio de venta y existe una clave en los catálogos que significa el porcentaje que recibirá el mayorista. El viajante del mayorista también conoce esta clave y normalmente mayorista y viajante se parten el beneficio. Cuando el viajante ha ganado suficiente, monta su propio despacho y se limita a ser mayorista por su cuenta. La única forma de evitarlo es hacer al viajante socio de la empresa y es por ello que normalmente hay en cada empresa Presidente y Vice-presidente o sea el Presidente es el mayorista y el Vice-presidente el viajante que se iba a emancipar.

En Nueva York los trescientos mayoristas que existen no llegan a vender el millón de dólares, sin embargo, en la Costa Este venden entre cinco y diez millones. Cada año se efectúa en Chicago una Exposición para vendedores, dándose el caso de que varios pidan a las fábricas las mismas piezas de lo que resulta que se ven idénticos modelos en varios stands.

Y para finalizar y a fin de tener tiempo suficiente para el coloquio que va a seguir sólo les diré que el mercado de América del Sur es muy poco importante y que las naciones más importantes de Europa dentro del Reclamo son Alemania y Francia.

COLOQUIO

Sr. Bruguera. — Pregunta qué forma debe emplearse en el Regalo de Empresa.

Mr. Michel. — La empresa que al propio tiempo de hacer un regalo quiere hacer publicidad, pondrá claramente su nombre, y si por el contrario, lo que hace es un regalo personal no hará constar ningún dato o propaganda.

Sr. Bruguera. — Si un Director de Banco o de una Empresa importante recibe 10 regalos, ¿cómo sabrá de qué personas lo recibe si en ellos no pone el nombre?

Mr. Michel. — Por ejemplo, si la persona a la que se le tiene que hacer un obsequio personal, es pescador, le regalará una caña de pescar y el obsequiado difícilmente olvidará quien se la regaló.

Sr. Bruguera. — Entonces nos encontramos con el inconveniente de que debemos saber cuales son sus gustos personales y que si por ejemplo se le regala un encendedor no recordará fácilmente quien se lo regaló.

Mr. Michel. — Hay una forma muy particular de hacer un obsequio personal, poniendo por ejemplo que si una persona regala una carpeta, pondrá en la cubierta el nombre del obsequiado y en el interior la propaganda de la Empresa. Por el contrario, como propaganda general, no puede hacerse ya que el cliente que compra 1.000 carpetas no puede hacer grabar mil nombres diferentes ya que el costo y la pérdida de tiempo sería excesivo.

Sr. Molina. — Pregunta si el Cadeaux Publicitaire en Francia es el calendario o el objeto.

Mr. Michel. — Este tema no puede tocarse sin ofender a nadie, ya que en Francia se empezó por eso, pero los clientes están actualmente cansados de calendarios y las empresas con el fin de no perder a los clientes han tenido que fabricar artículos u objetos, aparte de los calendarios. Actualmente los fabricantes antiguos de calendarios, se han convertido en fabricantes de objetos, y los vendedores de calendarios han tenido que convertirse en fabricantes de éstos.

Sr. Molina. — Como consecuencia de todo ello, ¿ha bajado la venta del calendario y ha subido la venta de llaveros, bolígrafos, etc.?

Mr. Michel. — Depende del año. Los clientes son como una sierra, un año piden calendarios y al siguiente no compra nadie

porque no lo han aceptado con agrado sus clientes, sin embargo, al otro, como sea que en su casa se han encontrado sin ninguno al no hacerlos, otra vez sube la venta de ellos. De todas formas hay un 50 % de clientes estables (opinión personal) y el restante es el que hace variar la venta de un año para otro.

Sr. Sabater (CEDAG).—¿La forma del calendario en Francia, es diferente a la de España?

Mr. Michel.—En Francia existe diversidad de calendarios. Agendas pequeñas, calendarios murales, de 2, 4 y 6 hojas, agendas acordeón, calendarios de mesa, etc. De todas formas, lo que entiendo por calendario es lo que en 31 de diciembre, cuando se recibe, se tira a la papelera.

Sr. Aguado.—Los viajantes o vendedores, en Francia, ¿van con la cartera llena de los objetos o por el contrario se hace la venta a través de catálogos?

Mr. Michel.—Actualmente van con el muestrario. Hace diez años era rentable enviar catálogos, pero actualmente, dada la profusión de Empresas, no es rentable, ya que al incluir las mismas piezas muchas Empresas serían muy parecidos. Actualmente sólo se usa para un artículo determinado. De todas formas, tres o cuatro Empresas importantes, hicieron propaganda con catálogos, prensa, radio, etc., y la venta que consiguieron fue enorme. También se ha de tener en cuenta que el mercado evoluciona rápidamente y que el Reclamista debe evolucionar con la misma rapidez.

Sr. Alonso.—Dónde se ha notado más, ¿en las grandes o pequeñas poblaciones?

Mr. Michel.—En las pequeñas hay una gran estabilidad, pero no sólo en el calendario, sino también en los objetos.

Sr. Abad.—¿Las agendas sufren altibajos?

Mr. Michel.—En las agendas hay una gran estabilidad, es más, los modelos nuevos se compran en gran cantidad, pero las antiguas siguen su ritmo de venta normal.

Sr. Soley.—¿En Francia los calendarios se hacen con espiral, con varilla, de cartón, etc., o tienen otro sistema?

Mr. Michel.—Lamento no poder contestar a esta pregunta, pero como sea que prácticamente no vendo calendarios, posiblemente le engañaría.

Sr. Gil.—¿Qué sistemas o forma de venta han regido durante los últimos diez años?

Mr. Michel.—A principios de 1960 se entregaban las colecciones completas de propaganda a los vendedores, pero pronto se

percataron de que los precios de los muestrarios eran muy elevados en comparación con la venta que algunos de ellos realizaba. Luego se dieron cuenta de que en pedidos pequeños se perdía dinero ya que al no cobrar en concepto de grabación, resultaba más no servir. Después no les dijeron a estos pequeños compradores que no les servirían, sino que pusieron una tarifa mínima en concepto de grabación de una 660 Ptas. y de esta forma el cliente que sólo quería 100 piezas, sólo en concepto de grabación tenía un sobrecargo de 6,60 Ptas. por pieza. Más tarde procuraron dar mejor servicio suprimiendo artículos y de esta forma tener menos competencia al comprar grandes stocks de un objeto que los otros no tenían por haberlos adquirido en su totalidad. Posteriormente, durante los meses más flojos de venta los reclamistas se dedican a hacerse auto-propaganda.

Sr. Bruguera. — ¿Hay dos épocas de venta o por el contrario hay más?

Mr. Michel. — Después de Pascua salen los viajantes para hacer los pedidos, quedando siempre un 20 % flotante que es la que viene a última hora.

Sr. Bruguera. ¿Y después de Pascua no es una mala época para la venta?

Sr. Sabater. — Parece ser que hay un error de interpretación, Mr. Michel se refiere a la Pascua de Semana Santa.

Mr. Michel. — Explica el por qué no se sale hasta después de Pascua. El mes de enero, es un mal mes ya que es normalmente el que el comerciante dedica a pagar la propaganda de la campaña. El mes de febrero también es malo ya que no entra dinero en el comercio por ser muy escasa la venta. El mes de marzo no quieren hacer pedidos por pesimismo. Y el mes de abril con la proximidad de la Pascua la venta sube y entonces es el momento de iniciar la campaña.

Sr. Domingo. — ¿En Francia se hace stock o se compra lo que se vende?

Mr. Michel. — En conjunto se compra lo que se vende. Sólo hay tres o cuatro grandes empresas que fabrican o hacen fabricar grandes stocks, pero normalmente es como en España. De todas formas el problema de agosto en que normalmente cierran todas las Empresas, con el fin de evitar aglomeraciones y no poder servir a tiempo se procura hacer un almacenamiento de mercancía ya que después todo iría retrasado.

Sr. Pont. — ¿Se incorporan objetos para la campaña o por el contrario se deja para la siguiente?

Mr. Michel. — Cada mes acostumbran a añadirse unos diez objetos como novedad, pero a partir del mes de septiembre se

corta, excepto que salga una pieza excepcional que sí que es incorporada al muestrario. Lo demás se deja para la próxima campaña.

Sr. ... — ¿Se mantienen los precios durante todo el año?

Sr. Bruguera. — Es una pregunta que no puede tener contestación.

Mr. Michel. — Si se produce un aumento en una pieza, se acepta o se retira, de todas formas al fabricante se le dan las "gracias".

Sr. Alonso. — ¿Hay algún acuerdo en la SNAPO que obligue a los viajantes a salir en la misma fecha?

Mr. Michel. — Creo que en Francia ocurre como en España, el que antes sale antes vende. De todas formas en Francia en las reuniones sólo se habla en términos generales y sin profundizar, ya que son muy diferentes los problemas de una empresa a otra. Hace cinco o seis años, hubo un gran problema Fiscal en Francia y Hacienda sólo admitía tratos a través del Sindicato por lo que se produjeron infinidad de Altas, pero después de arreglado el asunto se dieron de Baja y quedaron los mismos que al principio. También en Francia hay una ley que prohíbe vender objetos para publicidad superiores al precio de 100 NF, y que indispensablemente han de llevar propaganda.

Sr. Gil. — ¿Qué porcentajes reciben los viajantes y cual es el aplicado en los escandallos de venta?

Mr. Michel. — El porcentaje que se da a los viajante oscila entre el 10 % y el 17 %, siendo libre en todas las empresas su aplicación.

En los escandallos se calcula de un 33 % a un 40 % sobre el precio de venta, esto hace unos años, ahora es más difícil dada la profusión de empresas y cada uno hace lo que puede. Lo que nos salvará es que vendemos a personas que no saben lo que compran, ya que al vendedor de lavadoras le vendemos plumas y éste no tiene idea del precio.

Sr. Fabregat. — (HOSTENCH). ¿Al producirse el ingreso de España en el Mercado Común, hará bajar los precios?

Mr. Michel. — La unidad que tiene EE.UU., no podrá producirse nunca en Europa, esencialmente por la diferencia de idioma. Siempre al comprador francés le interesará comprar más en Francia ya que los fallos podrán arreglarse en su propio país con más facilidad que en cualquier otro. Creo que lo esencial no está basado en el precio de venta sino en la agresividad. Italia, inundó el mercado Alemán de bolígrafos y actualmente en los muestrarios alemanes se llevan juntos los italianos y los

alemanes. En Alemania al ser más formales las personas, siempre se vende mejor.

Sr. Armengual. — ¿Qué piensa usted de FYVAR?

Mr. Michel. — Lo que he visto permite todas las esperanzas y admiro la unión entre fabricantes y vendedores y espero que en Francia lleguemos a ello. Estamos preparando una Feria y no se permitirán presentar muestras a los fabricantes que no se comprometan a Agremiarse. De todas formas no confío mucho en ello ya que la Ley no permite fijación de precios.

Sr. Sabaté. — Japón con su concurrencia, ¿puede perjudicar a Europa por sus grandes inventos, su agresividad, etc.?

Mr. Michel. — El Japón cada año aumenta los precios en un 12 % e Italia está consiguiendo costos más bajos que el Japón. La forma de vida en el Japón está europeizándose y los artículos de propaganda caros, los importa. Creo que el Japón no será problema para nosotros ya que tardan tres meses en fabricar, dos para enviar y por tanto debería pedirse antes de iniciar la campaña.

Sr. Ferrer-Burés. — Antes ha dicho que calculan de un 33 % a un 40 % sobre el precio de venta en sus escandallos. ¿Están incluidos los impuestos?

Mr. Michel. — No. Los impuestos representan alrededor de un 19 %.

Sr. Sabaté. — Cierra el acto agradeciendo la asistencia de Mr. Michel.

DEPOSITO LEGAL B - 20.722 - 68

GRAFICAS MENDOZA, S. A.

BARCELONA

