



CAMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACION DE ALMERIA

BOLETIN INFORMATIVO

Octubre 1960



BOLETIN INFORMATIVO

DE LA CAMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACION DE LA PROVINCIA DE ALMERIA

REDACCION Y ADMINISTRACION: MÉNDEZ NÚÑEZ 13. - TELÉFONO, 2091

1.ª ÉPOCA AÑO XV

PUBLICACIÓN MENSUAL

OCTUBRE 1960

NÚMERO 169



Sumario:

	Pág.
Editorial	3
<i>I. - Crónicas y noticias generales</i>	
Comercio y estudio de mercados	6
El tomate alcantarao	8
Producción y comercio del melón	14
En torno a los salarios	15
La verdad sobre el capitalista	15
<i>II. - Ferias y exposiciones</i>	
Feria de Productos Industriales en Colombia	16
Feria de Industrias de la India	16
Feria en Montreux	16
Feria Agrícola e Industrial Europea de Jonkoping, Suecia	16
<i>III. - Comercio exterior</i>	
Devolución de los depósitos del 25 por 100 por importaciones	18
A las firmas industriales serán a las que se les conceda la importación de maquinaria en régimen global	18
Es admisible la importación de material de equipo a pago diferido	18
Desgravación fiscal en favor de las exportaciones Hojalata	18
Exportación de uva de mesa de Almería	19
Comercio exterior con los Países que integran el Benelux	19
Comercio exterior con Japón	19
Derecho de Aduana sobre la nareau en Francia	19
<i>IV. - Legislación</i>	
Índice Legislativo	20
LEGISLACION Y COMENTARIOS	
Consideraciones fiscales en torno al comerciante individual	25
<i>V. - Ofertas y demandas nacionales y extranjeras</i>	
34	
<i>VI. - Biblioteca</i>	
Publicaciones recibidas	36
INDICE COMERCIAL E INDUSTRIAL	39

Director:
El Secretario General de la Cámara
Oficial de Comercio.

Suscripción anual: 60 pesetas

DEPÓSITO LEGAL - AL 22-1958

A. LUQUE DEL AGUILA

EFFECTOS NAVALES

Depósito en exclusiva de
URRUZOLA, S. A.



Pinturas, esmaltes, barnices, etc.

Muelle, 2 ALMERIA Teléfono, 3271

GARAJE INGLES

REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA AUTOMOVILES-LUBRIFICANTES-GASOLINA

ADOLFO TELLEZ HERRERA

General Tamayo, 5

Apartado, 22

Teléfono, 3679

ALMERIA

LONDRES

11, GARRICK STREET, COVENT GARDEN

LONDON, W. C. 2.

TELEFONOS: TEMPLE BAR 7464 y 7465

VALENCIA

AVDA. J. ANTONIO, 12

TELEGRAMAS: SOLESPAÑA

TELEFONO, 214871

ALMERIA

MARTINEZ CAMPOS, 17

TELEGRAMAS: SOLESPAÑA

TELEFONOS { 1454
2159
2542



José Navarro Moner

EXPORTACIÓN - IMPORTACIÓN

MARCAS REGISTRADAS

SOL DE ESPAÑA - SOL DE ANDALUCIA - BLUE STAR - BESSIE

ALMERIA

GESTORIA "GARCIA GALINDO"

LEGALIZACION DE AUTOMOVILES E INDUSTRIAS Y GESTIONES

EN TODOS LOS ORGANISMOS

Navarro Rodrigo, 8

ALMERIA

Teléfono, 4000

Editorial:

HABLANDO DE TODO

En alguna ocasión hemos apuntado en estas mismas páginas, que la dedicación casi unánime que hoy se concede por los más diversos estamentos sociales a los temas económicos, encierra un signo positivo, demostrativo de una alentadora madurez de pensamiento del ciudadano español. Al hablar así, hemos rechazado, por irrelevante, al menguadísimo porcentaje de los que prestan su atención a tales acontecimientos guiados sólo por el insano deseo de hacer una crítica destructiva o movidos por angustiosas y pesimistas inquietudes respecto al porvenir económico patrio.

Hoy queremos añadir a todo ello, dejando así constancia de un

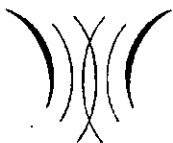
profundo sentimiento, lo descorazonador que nos resulta contemplar la existencia de personas que, alzando la bandera de una engañosa acción social, no exenta de tintes demagógicos, orientan sus quehaceres hacia inconfesables y bastardos fines, inspirados en un obtuso deseo de hacer prosélitos. Hagámosles el favor de que ignoran el tremendo daño que causan. De otra suerte, nuestro juicio tendría que ir expresado en los más despectivos calificativos.

De otro lado, es desconsolador ver la ligereza con que algunos, arrogándose una representación que nadie les ha concedido, se pronuncian sobre los más complejos temas en términos que pretenden revestir de la máxima autoridad, no obstante su absoluto desconocimiento de la materia.

Es hora de que se vayan poniendo mayores dosis de sentido común y de equilibrio, al hablar de puntos que a todos nos afectan más o menos directamente.

En tal sentido, sólo hemos de prestar nuestro oído a las informaciones provenientes del Gobierno y de los Organismos verdaderamente representativos y con capacidad responsable; siguiendo las directrices que ellos nos marquen, con auténtico sentido de disciplina y colaboración y con fé sincera de que estamos siguiendo el mejor camino para el bien de España.

A. F. R.



FRUTOS IBERO AFRICANOS, S. L.

= F. I. A. S. O. L. =

MARCAS REGISTRADAS:

FIASOL
ESPLENDOR
TOREADADOR

TELEGRÁFICA "FIASOL"

TELÉFONO { • 2992
- 3 LINEAS



GARCIA ALIX, 13
APARTADO, N.º 74



ALMERIA

TARIFA DE PUBLICIDAD PARA EL BOLETIN INFORMATIVO DE ESTA CAMARA

Dimensiones	Anual	Semestral	Trimestral	Mensual
Cubierta externa ..	3.000	1.700	1.000	400
1/2 id. id. ..	1.600	900	550	300
Cubierta interna ..	2.500	1.400	750	300
1/2 id. id. ..	1.400	800	450	200
1/4 id. id. ..	900	500	300	270
Página	1.800	950	500	275
1/2 id.	950	500	275	175
1/4 id.	500	275	200	125
Encartes	700	375	175	75

Por figurar en letra negra en el Índice Comercial e Industrial de suscriptores: 25 ptas. por Año.

Reportajes.—Se cobrarán por páginas completas de acuerdo con la tarifa señalada para las mismas.

NOTA.—El coste de clichés y fotografías será de cuenta de los anunciantes.

I.—CRONICAS Y NOTICIAS GENERALES

Comercio y estudio de mercados

La tendencia actual a la estabilización monetaria y el orden financiero lleva aparejada la convertibilidad de las monedas, lo que equivale (si desaparecen las restricciones comerciales) a la aparición de grandes áreas económicas con una misma moneda. El campo del comercio, antes bien deslindado entre nacional e internacional, adquiere ahora una nueva fisonomía y una nueva problemática.

Junto a la antigua fuerza de demanda surge ahora otra mucho mayor; a los gustos conocidos se añaden muchos desconocidos; a la capacidad de compra existente la sustituyen nuevas capacidades; los problemas de transportes, almacenaje, embalaje, técnica de venta, de entrega, de cobro, de ejecución de morosos, etc., adquieren nuevas significaciones.

Si nuestros comerciantes no estuviesen preparados para competir con los de los demás países que entrarán en esas áreas económicas donde tendrán que actuar, la producción española carecería de posibilidades en el exterior e incluso se abalanzarían en el interior los representantes de los comerciantes extranjeros, para operar sobre las posibilidades y gustos de los españoles y atraerlos hacia sus producciones. Los efectos económicos y sociales de esta posibilidad son muy importantes para que sigamos sesteando sin preocuparnos de preparar equipos de comerciantes que, como la vanguardia de nuestro nivel de renta, ataquen todas las posibilidades de venta en el exterior. No olvidemos que sólo se debe producir aquello que se puede vender y que sin producción no hay ni empleo ni ingreso nacional.

Este breve artículo tiene el propósito de sensibilizar a los comerciantes que desconozcan la significación del moderno estudio del mercado y atraerlos a las técnicas y cuadros de ideas que en él se manejan.

No hay posibilidad de operar eficazmente en un mercado si no se parte de

la base de que existen en él factores objetivos que hay que descubrir para poderlos aprovechar en nuestro favor. Gustos, nivel de renta, población, estado de las carreteras, productos sustitutivos, distribución estacional de los ingresos y gastos por cada región, posibilidad de empleo de emigrantes españoles en los lugares en que vamos a vender, prestigio de las firmas más vendedoras, técnicas de venta que empleen éstas, etc., etc., son otros tantos factores a tener en cuenta en una estrategia comercial moderna.

Un estudio científico de un mercado exige establecer los hechos, ver sus relaciones y sacar las conclusiones pertinentes. Hay que tender a operar con todos los factores, a ver el carácter de sus relaciones y a manejarlos lógicamente. Los métodos que se vienen utilizando para estudiar un mercado son:

1.º *Método histórico.* — Consiste en analizar los elementos esenciales del lugar en el que queremos vender, seguir su evolución en el tiempo y prever sus tendencias.

2.º *Método inductivo.* — Se basa en la generalización de ciertas verdades comprobadas en un sector concreto, haciéndolas válidas para todo el campo objeto de nuestro interés. Se apoya principalmente en la estadística.

3.º *Método deductivo.* — Se parte de unas premisas y se sacan unas conclusiones a través de un sistema de inferencias. En suma, está basado en que algo posterior se sigue de un anterior. El análisis matemático a través de las funciones de oferta, demanda, propensión marginal a consumir, etc., es su instrumento predilecto.

4.º *Método analítico.* — Teniendo en cuenta que un mercado constituye una realidad muy compleja y muy dinámica, en donde se interaccionan muchos factores, el método analítico tiende a la descomposición y mensurabilidad de cada uno de ellos. Las tendencias pueden oscurecer la significación de muchos fac-

tores que al ser absorbidos algebraicamente por otros más fuertes no se nos revelan con su verdadero carácter, aunque muchas veces son del mayor interés. Apunta fundamentalmente a la venta con discriminación de precios.

5.° *Método experimental.*—Consiste en la verificación de un medio empírico determinado, de una elaboración teórica. Ha dado grandes resultados en el dominio de las campañas publicitarias, y se poseen ya abundantes obras ilustradoras de la naturaleza de las técnicas de investigación empleadas.

Búsqueda de los hechos

El descubrimiento de las variables significativas que operan en un fenómeno que nos interesa interpretar es, sin duda, la más importante tarea del científico. Si consideramos como variable independiente a una dependiente, si por espejismo estimamos unitario a lo que es plural, estático a lo que es dinámico, las conclusiones serán necesariamente falsas. Un mercado resume una multitud de factores psíquicos, sociológicos, técnicos, demográficos, etc., y cada uno de estos aspectos exige especialistas que aislen variables para después, en equipo, analizar sus relaciones. La técnica de encuestas para conocer aspectos significativos de un mercado está muy desarrollada, sobre todo en Estados Unidos. Se pregunta, por ejemplo, a los consumidores de un distrito por las compras realizadas durante un día, el lugar de compra, el precio, los programas de radio y televisión que escuchan, el número de personas que componen la familia, la clasificación de esas personas, el lugar donde trabajan y lo que ganan. Las contestaciones se sistematizan, indicando el consumo de cada artículo por habitante, la renta de los consumidores, la edad y el sexo de los mismos, el número de establecimientos que venden el mismo artículo, el beneficio bruto de los detallistas, etc., etc.

En general se puede decir que la observación permanente y sistemática de los factores que determinan la estructura y evolución de la oferta y la demanda constituye la base de un estudio metódico del mercado. Es necesario un aparato de investigación perfeccionado, dotado de órganos capaces de aislar y cuantificar los factores clave de un mercado. Por último, podemos convenir en

que toda gestión científica de los negocios reposa sobre el conocimiento de los mercados, basado en el estudio de las leyes y principios generales que rigen la vida económica, en la investigación de las tendencias y en la búsqueda de una solución racional a los problemas económicos concretos.

Sumariamente podemos dar idea de la significación de estas tres fases del estudio del mercado.

PRIMERA FASE. — *Estudio de las leyes y principios generales que rigen la vida económica.*

Para ello es preciso conocer el instrumental analítico que nos proporcionan las obras sobre economía de la empresa, pero sobre todo los principios generales del pensamiento científico en todas las ramas, los métodos de investigación que se estén revelando como más eficaces. las concepciones filosóficas sobre la realidad del hombre aisladamente y en sociedad, el carácter de los procesos históricos, la relación entre mundo objetivo y mente humana, el sentido del determinismo y la libertad y, en general, ese repertorio de ideas vivas que se manejan en cada momento indistintamente en cualquier actividad del pensamiento creador.

SEGUNDA FASE. — *Investigación de las tendencias.*

Los tipos de tendencia que nos interesan son fundamentalmente las sociales, las políticas y las referentes a las condiciones industriales. Las tendencias sociales apuntan a la evolución de los tipos de estructuras, a las nuevas relaciones entre los grupos, a la redistribución de la renta nacional, aumento de las fuerzas sindicales, igualación de poderes adquisitivos, etc.

Las tendencias políticas se refieren a las direcciones liberales, socialistas, disolución de imperios coloniales, agrupaciones nacionales, organizaciones nacionales de carácter defensivo, ayuda mundial a los países menos desarrollados, seriedad de los Gobiernos para el cumplimiento de sus obligaciones internacionales, seguridad de los sistemas, posibilidades de retroceso por agitaciones interiores o exteriores, etc.

Las tendencias industrializadoras se refieren a los medios internos de reactiv-

vación económica, a las posibles ayudas externas, a los peligros de inflación, a la tendencia complementadora o desequilibradora de las estructuras económicas, a las técnicas comerciales y financieras empleadas, etc.

TERCERA FASE. *Solución de los problemas concretos.*

Por ejemplo, el estudio de un mercado local necesitará la clasificación cualitativa y cuantitativa de todos sus factores; oferta, demanda, transportes, impuestos, divisas, almacenes generales, técnica de ventas, de cobros, etc. En general, para un estudio de la demanda tenemos en cuenta: un presupuesto, unas modalidades de compra, una repartición nacional del esfuerzo publicitario, la indagación de las preferencias del comprador, su capacidad de compra, cómo y cuándo utiliza lo que compra, las posibles organizaciones de compradores, calidad, presentación y distribución del producto, etc.

Un estudio de la oferta exige la consideración de la competencia, de los métodos de venta, del control de los ven-

dedores, de los medios publicitarios, de los tipos de productos, etc., todo lo cual puede ser objeto de análisis muy desarrollados que tengan en cuenta posibilidades alternativas sobre las que decidiremos con un criterio de máximo beneficio.

No hay ninguna posibilidad de andar con éxito por el mundo del comercio supranacional sin más brújula que la rutina y la intuición. Las calidades personales del vendedor no son ahora menos necesarias que lo han sido antes; de lo que se trata es de dotar la mente de los vendedores con un caudal de recursos que sólo el método racional puede conseguirlo. La forma de manobrar con estos recursos deja sitio a las diferencias personales.

El método racional es imprescindible, y si la debilidad de nuestro comercio aisladamente no permite su introducción a la escala necesaria, habrá que ir por asociación a la creación de institutos de estudio de mercados.

(De «COMERCIO». Revista de la Cámara de Comercio de Madrid. N.º 121)

El tomate alicantino

Inglaterra consume tomate en proporciones fabulosas. El inglés medio lo consume durante todo el año — principalmente en el desayuno —, pero su nación no puede abastecerle más que en las épocas de producción que dura hasta finales de septiembre. En estas fechas empiezan a llegar de España tomates canarios y alicantinos, que cubren, junto a los producidos en las Islas del canal, toda la temporada de invierno. El 31 de enero termina la exportación permitida de tomates alicantinos, que es de los que nos vamos a ocupar, aunque para Canarias el permiso se extiende hasta mayo.

Las características que han hecho triunfar al tomate alicantino en el mercado mundial son, principalmente el color rojo intenso y encendido, la dureza de su piel que se mantiene durante varios días, condición esencial para la exportación.

Origen del cultivo en la provincia alicantina

En Canarias se viene haciendo este

cultivo desde hace muchos años con semillas inglesas. Y se pensó que Alicante, con sus condiciones climáticas semejantes a las de las Islas, quizá se prestara al cultivo igualmente; se probó, y los resultados fueron satisfactorios 100 por 100. Se pensó en la zona interior de la provincia; en Muchamiel exactamente, es donde se hicieron las primeras pruebas. Actualmente, el cultivo está extendido más hacia la parte interior por estar más defendida de las perturbaciones atmosféricas.

Las primeras pruebas a que nos referimos se hicieron en la campaña 1950-51, y que dieron como resultado la producción de 87 toneladas.

Las condiciones óptimas que se requieren respecto al terreno para el tomate de exportación, son esencialmente: El que el terreno en el que vayan a ser plantados sea virgen, esto es, que en él no se haya realizado ningún cultivo anterior. Y después de realizada una campaña es preciso descansar las tierras, al menos cada dos años. El único cultivo que se puede hacer en este espa-

MAC ANDREWS & C.º LIMITED.

Fundada en 1770

Navieros-Consignatarios-Seguros Marítimos
AGENTES DEL LLOYD'S

Línea Regular de carga y pasaje entre Reino Unido y España

CASA MATRIZ:
Plantation House
Mincing Lane
LONDON E. C. 3

CASA CENTRAL:
P. Duque Medinaceli, 5
BARCELONA

CASA EN LIVERPOOL:
Royal Liver Building
LIVERPOOL

SUCURSAL EN ALMERIA:
Gerona, 32 - Teléfono, 1403

MONTE DE PIEDAD Y CAJA DE AHORROS DE ALMERIA

Fundado en 1.900

Institución Benéfica, bajo la protección del Estado

OFICINA CENTRAL - Generalísimo, 33
AGENCIA URBANA - Plaza del Monte, 11

Oficinas en la provincia:

ADRA	ALIAMA	ALBOX
ALBOLODUY	BERJA	CUEVAS DE ALMANZORA
CANJAYAR	EL EJIDO	FIÑANA
CARBONERAS	GADOR	GARRUCHA
HUERCAL-OVERA	LAUJAR	LUBRIN
MACAEL	NIJAR	ORIA
TABERNAS	TIJOLA	VELEZ-RUBIO
SERON y VERA		

En proyecto nuevas oficinas en otros pueblos importantes de la provincia.

LIBRETAS DE AHORRO - CUENTAS CORRIENTES - INTERCAMBIOS
CON TODA ESPAÑA - CREDITOS Y PRESTAMOS - RECAUDACION DE
SEGUROS SOCIALES - CREDITO AGRICOLA - COMPRA VENTA DE
VALORES - PRESTAMOS PIGNORATICIOS DE MONTE DE PIEDAD.



GESTORIA **SORIA**

de ALBERTO SORIA RAMIREZ

Tramitación rápida de toda clase de asuntos

Avda. Generalísimo, 157

ALMERIA

Teléfono, 3671

PROVINCIA DE ALICANTE

SUPERFICIE Y PRODUCCION POR PUEBLOS, DE TOMATE DE EXPORTACION DURANTE LA CAMPAÑA 1959 60

Pueblos	Superficie Ha.	Producción Tm.
Alicante	530	14.625
Muchamiel	328	9.097
Campello	144	3.960
Novelda	137	3.767
San Juan.	96	2.640
Elche.	80	2.200
Monforte.	59	1.622
Agost	46	1.265
TOTALES.	1.420	39.176

cio de tiempo es el de leguminosas porque ceden al terreno nitrogenado y materias que lo enriquecen.

Todos estos requisitos los tiene Alicante en su provincia de una manera espontánea, ya que hay gran extensión de terrenos de condiciones vírgenes, de barbecho, sin cultivar, defendidos hacia el norte por una cadena de montañas. Estas zonas se encuentran hacia el interior, por el pueblo de Novelda.

En cuanto a la calidad del tomate que estos terrenos producen, comparada con la del canario, le aventaja en su aplicación para ensalada (ya que el canario es eminentemente de guiso), precisamente debido a la dureza del primero.

La clase de tomates de exportación no es la misma que se consume en España. Los sobrantes de la cosecha de exportación no se pueden dedicar a la industria conservera por no tener condiciones y no servir para su aprovechamiento.

El cloruro sódico da a los tomates dureza

La dureza característica del tomate alicantino se lo da precisamente el cloruro sódico. Como experimento se han realizado pruebas en la provincia de Murcia, a pocos kilómetros prácticamente de Alicante, y el tipo de tomate que se ha obtenido es blando; por tanto, no apto para la exportación.

El cultivo de tomate se hace con semillas inglesas, entre las que se encuentran los tipos más importantes: la «Storns Enibiton», la «Money Maker», que como su nombre indica, «hace riqueza, dinero», y la «Devons Surprise».

La importación y compra de estas semillas es carísima; normalmente, cada kilo viene a costar 5.000 pesetas. Y podemos decir que en 500 tahúllas, esto es, 42 hectáreas de terreno, el gasto de semilla a plantar es de 18 kilos.

Epoca de cultivo

Cuando llegan las semillas inglesas son sembradas en una proporción doble a las plantas que se quieren obtener en los viveros. La fecha del 15 al 30 de mayo. Pero los viveros deben estar separados al menos 20 kilómetros unos de otros, para evitar que el granizo o una tormenta destruyan por completo el cultivo de una campaña.

El trasplante desde el vivero al terreno definitivo se realiza entre el 15 de junio y el 15 de julio, y la recolección empieza sobre el 15 de septiembre—el 1 de octubre empiezan las exportaciones—, para acabar la recolección el 15 de febrero, aproximadamente.

Cómo se realiza el cultivo

Ya nos hemos referido a los terrenos, al clima y a las épocas en que se cultiva el tomate de exportación en Alicante. Pero es curioso saber cómo se realiza este cultivo y los gastos más importantes con que cuentan.

Lo fundamental casi es la defensa contra las plagas, que se realiza con abonos insecticidas en un 20 por 100 del gasto total de producción.

El regadío, en una producción del 20 por 100, también.

Los abonos en general en un 12 por 100.

Y las cañas, nota peculiar que distingue desde lejos a un campo dedicado a este cultivo y que, en realidad, constituye, en relación con los demás gastos, mínimo de 200 pesetas por tahúlla.

La recolección

Para la recolección hay que tener en cuenta dos cosas. En primer lugar es que en cuanto un tomate tenga sobre su superficie una insignificante gota de agua, es seguro que pudre. Por eso, es necesario cogerlo antes del rocío de la mañana, esto es, entre las ocho u ocho y media.

Y el otro, es que para la exportación de tomates han de cortarse con el picolo, ya que de este modo siguen absorbiendo algo de humedad.

EXPORTACION, POR PAISES, DE TOMATE DE ALICANTE EN EL ULTIMO QUINQUENIO

Países	1955-56	1956-57	1957-58	1958-59	1959-60
Inglaterra	9.733	10.485	14.499	16.123	15.408
Alemania	555	1.377	3.420	3.027	3.344
Francia	466	1.341	1.059	1.415	1.241
Suecia	201	358	683	1.603	1.925
Suiza	509	386	709	404	1.361
Otros países	237	525	364	463	551
TOTALES	11.071	14.472	20.734	23.035	23.380

Quiénes cultivan los tomates y quiénes se dedican a su exportación

Desde hace diez años que empezó la campaña tomatera en Alicante, aparte de ser una gran fuente de divisas para el país, es un enorme contingente laboral, en el que trabajan muchos obreros de uno y otro sexo, cuyo horario de trabajo es, generalmente, de ocho horas, aunque también se admiten horas extraordinarias. En los gastos totales de producción, los jornales ocupan un 25 por 100, y el número total de obreros empleados en este cultivo (entre siembra, producción, recolección y envasado, etc.) es de 8.000 a 9.000.

La superficie dedicada al cultivo ha sido, durante la última campaña de 1959-60, de 1.400 hectáreas, con una producción global de 39.176 toneladas entre los pueblos de Alicante, Muchamiel, Cambello, Novelda, San Juan, Elche, Monforte y Agost.

Y aunque el número total de productores se desconoce, hay en la provincia 72 exportadores que se dedican a repartir por el mundo este producto español con el sol de Alicante.

En esta provincia, la única condición que se necesita para ser exportador es la de tener en ella almacén abierto.

Gastos posteriores a la recolección

El tomate, después de recolectado, va a los almacenes donde se realiza el proceso de selección y clasificación por calidades y tamaños. En cuanto a tamaños, el registro general es la marca con las letras G, M, MM, MMM y P sobre el fruto o sobre el cereto.

El cereto es una especie de caja de madera con forma de pirámide truncada, con capacidad entre cinco y seis kilogramos de tomates, y que para evitar

que se dañen lo más mínimo van forradas en su interior de tela.

Toda esta preparación meticulosa que requiere el transporte de tomates es un gasto necesario en la producción de exportación, pero es un incremento de la industria del papel, madera y clavos, etc.

En relación también con los gastos, se incluyen también los de publicidad, en ocasiones francamente prácticos, como son una especie de carteles para los precios de los tomates exportados por una casa, y que por estar hechos en plástico admiten el cambio de números, y por su color blanco y limpio es un beneficio para el exportador, que atrae por la sensación de higiene al comprador hacia sus productos.

Medios de transporte

Hay varias formas de transporte. Entre ellas me voy a referir a los que, según los propios exportadores, tienen más ventajas.

En primer lugar, está TRANSFESA, que hace un envío directo, ya que los vagones que circulan por las vías españolas hasta la frontera francesa, al llegar a ella cambian de ejes y de ruedas siguiendo por las líneas francesas hasta el mar y allí son embarcados los mismos vagones hasta llegar a los mercados ingleses.

La enorme ventaja de este transporte es que es directo. Se coge el tomate hoy y a los seis días, sin haber sufrido el menos traslado, precintado el vagón en Alicante, llega intacto a Inglaterra.

También hay otro medio de envío, que es mediante barcos normales o de clima acondicionado, en los que los tomates viajan a una temperatura de 10 grados centígrados.

Los barcos que normalmente se utilizan son rápidos y de muy poca carga,

de 35.000 a 60 000 ceretos y de nacionalidad holandesa y filandesa, sobre todo. Pero estas llegadas masivas tienen el inconveniente de hacer bajar el precio de venta.

Otra forma de transporte es por ca-

rrera hasta la frontera y allí cambio a trenes, pero tiene precisamente esta desventaja, la del traslado de un medio a otro, que va en pérdida de tiempo y en perjuicio del tomate.

MEDIOS DE TRANSPORTE EMPLEADO PARA LA EXPORTACION DE TOMATE DE ALICANTE EN LAS TRES ULTIMAS CAMPAÑAS, CON INDICACION DE CANTIDADES Y TANTO POR CIENTO

	1957-58		1958-59		1959-60	
	Tm.	%	Tm.	%	Tm.	%
Transfesa	14.174	68,40	17.770	77,15	17.030	71,46
Rente	618	3,—	998	4,33		
Camión	5 582	26,95	3 919	17,—	3.800	15,94
Vapor	342	1,65	348	1,52	3.000	12,58
TOTALES	20.716	100,—	23.035	100,—	23.830	100,—

Mercado del tomate alicantino en Inglaterra y en el mundo

El tomate alicantino está creando un mercado internacional. En Inglaterra ya lo tiene formado. En la campaña última que acaba de terminar se ha exportado 23.830 toneladas, y los precios que han alcanzado en los mercados ingleses han sido, el más alto 23 chelines por cereto, y el más bajo, 10 chelines cereto.

Y en cuanto a la venta productor-exportador es de una media de 15 a 20 chelines cereto de seis kilos.

El valor bruto de las exportaciones últimamente realizadas ha supuesto 500 millones de pesetas.

Y del que se destina al consumo nacional (destrío), el precio de venta va de dos a siete pesetas kilogramo.

Está clarísimo, y las estadísticas lo

demuestran, que el tomate alicantino ha alcanzado una situación excelente en el mercado internacional de frutos.

En Inglaterra no sólo lo aceptan en grandes proporciones, sino que auguran un aumento. La revista *Fruit Trades Journal* titula un reportaje de su número del 17 de octubre último: «Grandes progresos en el nuevo año para la temporada del tomate de Alicante».

Y uno de los últimos acontecimientos en este aspecto ha sido que Estados Unidos empieza a solicitar el tomate grande y duro, típico de Muchamiel (Alicante).

Y lo que constituía hasta ahora una prueba, como fueron los 60.000 kilogramos enviados van camino de ser un nuevo mercado del tomate alicantino, duro, rojo y luminoso como el sol de España.

ENTRADAS DE TOMATE EN EL REINO UNIDO VERIFICADAS DURANTE LOS MESES DE OCTUBRE A ENERO, INCLUSIVE DE LAS CAMPAÑAS QUE SE INDICAN (En Tm.)

Procedencia	1954-55	1955-56	1956-57	1957-58	1958-59
Islas Canal	10.117	7.444	7.354	9.407	6.888
Alicante	7.399	10.552	10.924	14.335	16.792
Canarias	28.146	31.108	30.086	32.021	35.106
Otros países	8.745	1.513	2.910	2.107	3.232
TOTALES	54.407	50.617	51.274	57.870	62.014

(De «Annona»)

BAZAR ALMERIA

Discos normales y microsurdos de las
mejores marcas

Lavadoras; Tocabiscos y los mejores
Receptores

Generalísimo, 29 Tel. 1797
Tiendas, 31 Tel. 2492
Ricardos, 1

OFICINA: Rostrico, n.º 1 - Tel. 1688



HIJOS de
Ignacio Ruiz Ortega
S. R. C.
COMERCIANTE
EXPORTADOR

COLONIALES, ALCOHOLES Y VINOS AL POR MAYOR. FABRICA DE AGUARDIENTES
ADEREZADORES DE ACEITUNAS
DEPOSITARIOS DE COCA-COLA Y DE CERVEZA "EL AGUILA"
ALMERIA

DIREC. { JUAN LIROLA, 4 Y 7
TELEGRAMAS: HINO

TELE. { OFICINAS, 2844 Y 3159
BODEGAS, 1997

Producción y comercio del melón

Al iniciarse nuestra campaña de exportación de melones correspondiente al año en curso, la Dirección General de Comercio Exterior ha fijado las normas que han de regir respecto a esta exportación y que sintetizamos a continuación.

Después de señalar como fecha de comienzo de la campaña el 20 de julio, indica que los precios de exportación de los melones no quedan sujetos a límite mínimo, debiendo consignarse, sin embargo, en los talones de despacho el precio base de cinco pesetas el kilogramo para las ventas en consignación y el precio real contratado en el de las ventas en firme.

Las licencias de exportación serán autorizadas únicamente por las Delegaciones regionales de Comercio de Valencia y Murcia.

Se empleará el sistema de licencia global para todos los mercados, excepto los de Brasil y Estados Unidos, en los cuales regirá el sistema de licencia individual.

En estos dos países las ventas se harán en firme, exigiéndose el correspondiente crédito irrevocable. En los demás países las ventas serán en firme o en consignación.

Tanto en los documentos como en los envases deberán figurar las variedades de melones de que se trate, lugar de origen, número de piezas por caja y peso de las mismas, debiendo estar el fruto en perfectas condiciones de madurez comercial, quedando en vigor todas las normas técnicas dictadas en campañas anteriores.

* * *

Durante los últimos años, la superficie dedicada al cultivo del melón ha experimentado un notable aumento, que, naturalmente, ha repercutido en el volumen de la cosecha, y más aún en el valor de ésta.

Durante el decenio 1941-50 se sembraron algo menos de 30.000 hectáreas de melón. En estos últimos años la superficie ha aumentado hasta unas 36.000 hectáreas aproximadamente. En aquel decenio la cosecha media fue de unos cuatro millones de quintales métricos,

elevada ahora en cerca de unos 800.000 ó 900.000 más. Por último, frente a un valor de 400 millones de pesetas, una cosecha reciente, como es la de 1958, aportó más de 1.800 millones de pesetas a pie de finca, calculándose la actual en 2.000 millones.

El melón es uno de los frutos más populares y de cultivo más extendido. Excepto en las provincias del litoral Norte y en alguna otra, como Segovia, Palencia y Tenerife, se cultiva esta planta. Destacan por sus producciones las siguientes: Valencia, con cerca de 400.000 quintales; Madrid, de donde proceden los melones de la variedad «Villaconjos, con 370.000 quintales; Murcia, con más de 350.000; Córdoba y Toledo, que oscilan entre 310.000 y 340.000 quintales, y Alicante y Sevilla, que se aproximan a los 300.000. A pesar de ello, la mayor superficie provincial dedicada al melón la da Badajoz, con unas 4.500 hectáreas, frente a las 1.900 que dedica Valencia y Madrid. Ocurriendo, sin embargo, que mientras que Badajoz tiene un pequeño rendimiento de fruto por hectárea (unos 4.500 kilos), Valencia y Madrid dan alrededor de los 20.000 La media española del rendimiento de melones por hectárea viene a ser de unos 12.000 a 13.000 kilos.

Independientemente del amplio consumo que se hace de esta fruta en España, el melón viene exportándose regularmente hacia diversos países. Clientes de este producto son: Irlanda, Alemania, Brasil, Finlandia, Estados Unidos, Canadá, Francia, Gran Bretaña, Noruega y algunos más que, sin ser habituales en nuestro mercado exportador, realizan también compras de esta misma fruta.

Las exportaciones registradas en los últimos años han sido del siguiente orden: Año 1954, 62.129 quintales métricos; 1955, 118.290; 1956, 127.299, 1957, 101.902; 1958, 108.891. En este último año el valor de la exportación fue de unos 60 millones de pesetas, poco más o menos.

(De "Economía Mundial")

Núm. 1.033.

En torno a los salarios

El Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos francés ha hecho un interesante estudio comparativo de los costes de la mano de obra en los diversos sectores industriales de los países de Europa occidental en abril de 1959 que, en su conjunto, puede considerarse válido hasta la fecha de hoy. De él surgen algunas circunstancias interesantes; la industria metalúrgica y mecánica francesa tiene los salarios más bajos de tal sector dentro del Mercado Común Europeo, pese a que el salario medio francés para el sector manufacturero considerado en su conjunto esté a un nivel medio en el plano europeo. Los costes de la mano de obra en el sector tipográfico, sin embargo, son los más altos de todo el Mercado Común Europeo.

Los costes de la mano de obra británica, son por término medio más bajos que los alemanes, pero más elevados en el sector mecánico y eléctrico, en los tipográficos, de curtidos, textil y mobiliario. También se ha revelado que los seguros y otros aditamentos del salario propiamente dichos son más elevados en Europa que en Estados Unidos. El estudio francés confirma, por otra parte, que los salarios europeos son inferiores a los norteamericanos. La media de este último es de 2,68 por hora contra

1,08 de Suecia (que tiene la media europea más alta) y 0,57 de Holanda (la media más baja), en dólares.

La mayor carga de gastos de previsión sociales la tiene Italia, donde representa el 43 por 100 del salario total, contra el 34 por 100 de Francia, el 31 por 100 de Alemania occidental, el 24 por 100 de Bélgica, el 23 por 100 de Holanda, el 13 y el 12 por 100, respectivamente, en Suiza y Gran Bretaña, y el 17 por 100 en los Estados Unidos.

El estudio ha sacado a la luz que los gastos monetarios en salarios no expresan el coste efectivo de la mano de obra para los fines de la producción. El obrero norteamericano, por ejemplo, tiene el auxilio de un equipo mayor y mejor, lo que le permite un rendimiento de trabajo efectivo más alto que el de un obrero europeo. Además, diversos industriales norteamericanos han comprobado que el trabajador calificado europeo no es tan eficiente como el norteamericano, no porque su especialización o calificación sea inferior, sino porque está orientado hacia una concepción artesana, de mayor perfección del producto, en lugar de hacia una mayor cantidad de producción.

(De «Nueva Economía Nacional»)
Núm. 1 198

La verdad sobre el capitalista

El último que cobra es el capitalista, que es el que se halla al final de la línea. El capitalista es el único hombre que se atreve a comenzar un negocio sin ninguna garantía de recompensa. Es el que corre riesgos.

En vez de ser un ladrón, como la creen pueriles teorizantes, el capitalista es el que lleva generalmente el peso del mundo. En la práctica, todos le censuran y le limpian los bolsillos.

Un capitalista proyecta una gran obra. Arriesga dinero en ella. Paga a los obreros. Remunera el talento. Satisface, además, muy probablemente, lo que mandan las leyes. Paga a toda clase y condición de hombres. Arriesga los accidentes, las tormentas, las huelgas y los incendios. Retribuye a grandes masas de gente que se preocupa poco por la obra en sí. Y, finalmente, si algo queda, entonces cobra él mismo.

Si el promedio de los nombres, el promedio de los electores, comprendiera

esto, la útil labor del capitalista no se parecería tanto como se parece hoy a una carrera de obstáculos.

Es una equivocación pertinaz y perniciosa creer que los capitalistas obtienen grandes beneficios. Este error o engaño es propagado continuamente por los Sindicatos y por las Ligas y Sociedades anticomerciales. El resultado de ello es, por una parte, que el capitalista sea considerado como enemigo de la sociedad, y por otra, que muchas personas traten de ser capitalistas sin saber cómo han de hacerlo.

Irreflexivamente se suele decir que «el capital es tímido». Esto no es cierto. El capital es audaz. El capital es con frecuencia temerario. De lo que yo me quejo es de que el capital es sobrado temerario, de que no se protege lo suficiente a sí mismo.

(De «COMERCIO». Revista de la Cámara de Comercio de Madrid. N.º 121)

II.—FERIAS Y EXPOSICIONES

Feria de Productos industriales en Colombia

Existe el propósito de celebrar en Colombia una Feria de Productos industriales, particularmente de máquinas-herramientas, durante el mes de abril del próximo año.

Quienes puedan tener interés en con-

currir a dicha Exposición, pueden dirigirse a la Comisaría General de Ferias y Exposiciones, que les facilitará informaciones según le vayan llegando de nuestra Representación en Bogotá.

Feria de Industrias de la India

En los meses de noviembre y diciembre, y para fecha aún no fijada se celebrará en Nueva Delhi la Feria de Industrias de la India. El Consejo Superior de Cámaras Oficiales de Comercio, In-

dustria y Navegación de España posee folletos indicativos que se enviarán a quienes estén interesados en concurrir al citado certamen.

Feria en Montreux

La Dirección General de Expansión Comercial comunica a nuestro Consejo Superior lo siguiente.

«Con esta fecha se ha recibido en este Ministerio el siguiente despacho de nuestro Consejero Comercial en Berna:

«Tengo la honra de informar a V. E. que el año próximo se celebrará en Montreux el primer Festival Internacional de Artes y Ciencias de la Televisión, al

que al parecer ya han anunciado su asistencia americanos, rusos, japoneses, etc. Dentro de esa manifestación se celebrará una Feria Comercial de la Rama y tendrá lugar una conferencia de Peritos de Teledifusión.

Lo que traslado a V.E. por si fuera interesante la participación española en dicha reunión».

Feria Agrícola e Industrial Europea de Jonkoping, Suecia

La Comisaría General de Ferias y Exposiciones se ha dirigido a nuestro Consejo Superior en escrito que dice así:

«El Ilmo. Sr. Director General de Relaciones Económicas nos remite el siguiente escrito:

«El Embajador de España en Estocolmo se dirige a este Departamento por Despacho de fecha 21 de los corrientes comunicando que del 25 de mayo al 4 de junio de 1961 tendrá lugar en Jönköping la Feria Agrícola e Industrial Euro-

pea. Dicho certamen es de iniciativa privada y la participación extranjera no es oficial, sino formada por fabricantes y exportadores de diversos países, cuya importancia se ignora en el momento presente».

Lo que traslado a V.I. al mismo tiempo que adjunto documentación de la Feria, con objeto de que se sirva comunicarlo a posibles industriales participantes en la misma.

Minas de Gádor, S.A.

CARBONATO DE CAL - TIERRAS DECOLORANTES

BENTONITAS

EXPLOTACIONES MINERAS: ALMERIA, MALAGA, ETC.

OFICINAS CENTRALES:

SERRANO, 7
MADRID

FÁBRICA:

ALMERIA
APARTADO. 85

Banco Español de Crédito

Domicilio Social: Alcalá, 14
MADRID

Capital Desembolsado y Reservas... 2.323.889.389'49 ptas

500 Dependencias en España y Africa

DEPARTAMENTO DE EXTRANJERO

Cedaceros, 4 Madrid

SUCURSAL DE ALMERIA: Generalísimo, 64 - Teléfonos { 3983
1873

Ejecuta bancariamente toda clase de operaciones mercantiles y comerciales

Está especialmente organizado para la financiación de asuntos relacionados con el comercio exterior.

Servicio Nacional del Trigo

Libretas de Ahorro

SUCURSALES EN LA PROVINCIA: Berja, Cuevas de Almanzora, Huércal-Overa y Vera

III.-COMERCIO EXTERIOR

IMPORTACION

Devolución de los depósitos del 25 por 100 por importaciones

La Dirección general de Comercio exterior comunica que estando terminando la devolución de las cantidades que se ingresaron como depósito del 25 por 100 por importaciones, se observa que algunos depositantes no solicitan la devolución, quizá por creer que es necesario que la mercancía esté despachada de

aduana. No es así, ya que se devuelven los depósitos en todos los casos, siempre que a la carta solicitándolo, dirigida a la Subdirección General de Comercio Exterior, se acompañe el resguardo bancario original de depósito y el ejemplar del «Interesado» de la licencia.

A las firmas industriales serán a las que se les conceda la importación de maquinaria en régimen global

Con cargo a los próximos repartos de los cupos globales, los contingentes para maquinaria solamente se concederán para firmas industriales, quedando de momento en suspenso la concesión de

licencias a las firmas comerciantes.

Es necesario la llamada hoja blanca o certificado de necesidad para que las solicitudes de importación puedan ser informadas favorablemente por A.T.I.

Es admisible la importación de material de equipo a pago diferido

La Dirección general de Comercio Exterior, en lo que respecta a las importaciones de material de equipo a pago diferido, observa el criterio de autorizar esta clase de importaciones en cualquier sistema o régimen de pagos que le sugieran las firmas importadoras, es decir, que se admite por dicho Organismo

el pago al contado o pago diferido, según le interese o convenga al importador. Este sistema operatorio se aplica en cualquier importación, independientemente del régimen que se siga en ésta, es decir, que se puede importar maquinaria a pago aplazado, en régimen liberal, global o bilateral.

EXPORTACION

Desgravación fiscal en favor de las exportaciones: Hojalata

Informamos a nuestros lectores que la desgravación fiscal concedida por el Decreto de 21 de julio último, no es de aplicación, hasta el presente, a las conservas exportadas y menas para los envases que las contienen, que constituyen una parte del coste de las mismas.

Por el contrario, la exportación separada de envases de hojalata, entra de lleno en la aplicación de la Orden Ministerial de 10 de agosto pasado por cuanto la desgravación afecta al capítulo 73 del vigente Arancel de Aduanas.

Exportación de uva de mesa, de Almería

Campaña 1960-61

Desde que dieron comienzo las exportaciones, iniciadas en los primeros días del mes de septiembre, hasta el 30 de octubre, los envíos de uva efectuados al extranjero, tanto por vía marítima desde nuestro Puerto, como por ferroca-

rril, a los distintos países consumidores, arrojan según la estadística llevada en esta Cámara sobre la exportación de la indicada fruta, las cantidades que se ponen de manifiesto en el estado que se inserta a continuación:

P A I S E S	BARRILES (21 Kg. nt.)	MEDIOS BARRILES (10,500 Kg. nt.)	CAJA O PLATÓ (10 Kg. nt.)	PLATÓ (5 Kg. nt.)
Alemania.....	431	4.628	65.728	20.149
Brasil.....	—	22.072	—	—
Colonias francesas.....	—	4.000	—	—
Colonias inglesas Africa.....	800	1.685	10	—
Dinamarca.....	9.653	21.337	10.838	53.271
Extremo Oriente.....	98.844	7.002	5.365	—
Finlandia.....	—	—	1.000	3.718
Inglaterra.....	18.104	233.060	31.025	694.501
Irlanda.....	65	34.101	—	—
Islandia.....	3.555	—	—	—
Noruega.....	250	3.668	44.899	—
República de Ghana.....	20	230	170	—
Suecia.....	3.473	42.226	25.065	3.700
Suiza.....	—	—	3.537	1.800
Venezuela.....	—	—	11.229	—
TOTALES.....	135.195	374.009	198.866	777.139

Comercio exterior con los Países que integran el Benelux

La Dirección general de Expansión Comercial comunica a nuestro Consejo Superior lo siguiente:

«Como consecuencia de las conversaciones sostenidas con motivo de las negociaciones que llevaron a la conclusión del Acuerdo Comercial Benelux-España, firmado en Madrid el 2 de junio

de 1960, los Gobiernos de Bélgica y Países Bajos han dado su conformidad a la propuesta española concediendo el régimen de exención de licencia de importación para los productos españoles cuya importación en dichos países esté liberalizada».

Comercio exterior con Japón

La Dirección general de Expansión Comercial ha dirigido a nuestro Consejo Superior el siguiente escrito:

«Según comunica nuestra Oficina Co-

mercial en Tokio, el aceite de naranja ha sido incluido por el Gobierno japonés en la lista de artículos de aprobación automática a su importación».

Derechos de Aduana sobre la naranja en Francia

Los derechos de Aduanas sobre la naranja devengarán su tarifa de invierno a partir de 1.º de octubre, como sigue:

Naranjas del Mercado Común: 28 %.
Naranjas fuera del Mercado Común: 31.50 %.

IV. — LEGISLACION

Indice Legislativo

(a) DE CARACTER FISCAL

ACUERDOS INTERNACIONALES. — Ratificación del Gobierno de Italia al Convenio Internacional relativo al Instituto Internacional del Frio, de 1 de diciembre de 1954. (B. O. del 28 de septiembre de 1960).

Ministerio de Asuntos Exteriores. — Ratificación por el Gobierno de los Países Bajos del Convenio aduanero relativo a la importación temporal para uso privado de embarcaciones de recreo y aeronaves, firmado en Ginebra el 18 de mayo de 1956.

Ministerio de Asuntos Exteriores. — Ratificación por el Gobierno de los Países Bajos del Convenio Aduanero relativo a la importación temporal de Vehículos comerciales de carretera. (B. O. del 1 de octubre de 1960)

Jefatura del Estado. Instrumento de ratificación del Convenio Aduanero entre España y Portugal relativo al Tráfico Internacional por carretera, ferrocarril y rios limítrofes. (B. O. del 3 de octubre de 1960).

Ministerio de Asuntos Exteriores. — Adhesión del Gobierno de Chile al Convenio sobre la circulación por carretera firmado en Ginebra el 19 de septiembre de 1949. (B. O. del 4 de octubre de 1960).

ADUANAS: — Orden del Ministerio de Hacienda (B. O. del 27 de septiembre de 1960), por la que se dispone que las mercancías definitivamente abandonadas en las Aduanas que antes se ofrecían a determinados Organismos— hoy suprimidos— puedan ser vendidas en pública subasta.

Corrección de erratas de la Orden del Ministerio de Hacienda de 7 de julio de 1960, por la que en uso de la facultad conferida por la disposición adicional cuarta de la Ley Arancelaria número 1

1960 de fecha 1 de mayo, se modificaban los artículos 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147 y 148 del vigente texto refundido de las Ordenanzas Generales de la Renta de Aduanas, aprobado por Decreto de 17 de octubre de 1947. (B. O. del Estado del 27 de septiembre de 1960).

Corrección de erratas de la Orden del Ministerio de Hacienda de 21 de julio de 1960, por la que en uso de la facultad conferida por la disposición adicional cuarta de la Ley Arancelaria número 1 1960 de fecha 1 de mayo, se modificaban los artículos 149, 150, 152, 153, 154, 155, 156, 168 y 169 del vigente texto refundido de las Ordenanzas Generales de la Renta de Aduanas, aprobado por Decreto de 17 de octubre de 1947. (B. O. del 10 de octubre).

APROVECHAMIENTOS FORESTALES. — Orden del Ministerio de Agricultura (B. O. del 28 de septiembre de 1960), por la que se fijan los precios índice para las subastas de aprovechamientos forestales, excepto resinas, espartos y albardines.

ARTICULOS ALIMENTICIOS. ENVASES. — Orden de la Presidencia del Gobierno (B. O. del 11 de octubre de 1960), sobre ampliación hasta 31 de diciembre 1960, del plazo señalado en la de 23 de marzo de 1960, sobre estampillado de bolsas de papel empleadas en artículos alimenticios.

ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE DESARROLLO. — Decreto-Ley de la Jefatura del Estado (B. O. del 22 de septiembre de 1960), por el que España se adhiere al Convenio constitutivo de la Asociación Internacional de Desarrollo.

CÓDIGO DE LA CIRCULACIÓN. — Decreto de la Presidencia del Gobierno (B. O. del 18 de octubre de 1960), por el que se mo-

AGENCIA PAEZ

CONSIGNACIONES - TRANSITOS - EMBARQUES
FACTURACIONES - TRANSPORTES POR CARRETERA
CON CAMIONES PROPIOS

Paseo San Luis, 10
Teléfonos 550-2445
ALMERIA

Paseo de Cervera, 5
Teléfono, 1743
MURCIA

Antonio Peregrín Zurano

ALMENDRA

ESPARTO



Teléfonos: 1650 y 1652

Apartado, 40

Martínez Campos, 19

ALMERIA

Almacenes Morales, S. A.

Tejidos Detall y Mayor

Plaza San Pedro, 12

*Telfs: { Detall 1680
 { Mayor 1835*

Almería

difica el artículo 294 del Código de la Circulación.

COMISIÓN INTERMINISTERIAL. — Orden de la Presidencia del Gobierno (B. O. del 10 de octubre de 1960), por la que amplía con un representante del Ministerio de Comercio y dos del Sindicato Nacional del Combustible la Comisión encargada del estudio del consumo de energía constituida en el Ministerio de Industria. (B. O. del 10 de octubre de 1960).

CONSEJO SUPERIOR DE FERROCARRILES Y TRANSPORTES POR CARRETERA. — Orden del Ministerio de Obras Públicas (B. O. del 10 de octubre de 1960), por la que se aprueba el Reglamento de Régimen Interior del Consejo Superior de Ferrocarriles y Transporte por Carretera. (Corregida por el B. O. del Estado del día 18 de octubre de 1960).

CRÉDITO CINEMATográfico. — Orden del Ministerio de Información y Turismo (B. O. del 10 de octubre de 1960), por la que se regula el crédito cinematográfico creado por la Ley de 17 de julio de 1958,

Orden del Ministerio de Hacienda (B. O. del 10 de octubre de 1960), sobre crédito cinematográfico.

CRÉDITOS. — Orden del Ministerio de Hacienda (B. O. del 27 de septiembre de 1960), por la que se desarrolla el Decreto-ley de 10 de agosto último que autorizaba la concesión de créditos por plazo superior a noventa días.

ENVASES. — Orden de la Presidencia del Gobierno (B. O. del 24 de septiembre de 1960), por la que se deroga la de 23 de julio anterior relativa al envasado de harinas en sacos nuevos.

EXENCIÓN DE IMPUESTOS. — Decreto-Ley de la Jefatura del Estado (B. O. del 24 de septiembre de 1960), sobre exención del Impuesto sobre el Gasto a la importación de determinadas mercancías.

Decreto de la Jefatura del Estado (B. O. del 24 de septiembre de 1960), sobre exención del Derecho fiscal a la importación de determinados productos alimenticios.

INDUSTRIAS DE LA CARNE. — Resolución del Ministerio de la Gobernación (B. O. del 1 de octubre de 1960); por la que se rectifica la Circular de fecha 2 de agosto último relativa a permisos sanitarios de funcionamiento de las industrias de la carne.

INDUSTRIAL TEXTIL ALGODONERA. — Decreto de la Presidencia del Gobierno (B. O.

del 17 de octubre de 1960), sobre reorganización de la industria textil algodonera.

LIQUIDACIÓN DE IMPUESTOS. — Orden del Ministerio de Hacienda (B. O. del 27 de septiembre de 1960), por la que se regula la aplicación de tipos de cambio en las liquidaciones a practicar por Impuestos sobre Sociedades, sobre las Rentas del Capital, sobre los Rendimientos del Trabajo Personal y sobre Emisión y Negociación de Valores Mobiliarios cuando las bases impositivas estuvieren expresadas en moneda extranjera.

ORDEN DEL MÉRITO POSTAL. — Orden del Ministerio de la Gobernación (B. O. del 17 de octubre de 1960), por la que se aprueba el Reglamento de la Orden del Mérito Postal, establecida en la Ordenanza Postal.

PAPEL. — Orden de la Presidencia del Gobierno (B. O. del 12 de octubre de 1960), por la que se declara vigente la Orden de 15 de abril de 1959 sobre exención del canon de papel prensa al destinado a embalaje de plátanos y tomates canarios para exportación.

PATATAS. — Resolución del Ministerio de Agricultura (B. O. del 14 de octubre de 1960), por la que se dan normas para la protección fitosanitaria de las zonas productoras de patata de siembra.

Orden del Ministerio de Agricultura (B. O. del 17 de octubre de 1960), por la que se dictan normas que han de regir el comercio de la patata de siembra en la campaña 1960-61.

REVISIÓN DE PRECIOS. — Orden del Ministerio de Obras Públicas (B. O. del 8 de octubre de 1960), por la que se determinan para el mes de agosto de 1960 los índices de revisión de precios de las obras a que se refiere la norma primera de las dictadas por Orden de 7 de febrero de 1955 (B. O. del Estado del 14), para el desarrollo del Decreto de 13 de enero anterior, que suspende la aplicación de la Ley de Revisión de Precios de 17 de julio de 1945.

Resolución del Ministerio de Obras Públicas (B. O. del 12 de octubre de 1960), por la que se determinan los índices de revisión de precios de unidades de obra en las de conservación y reparación de carreteras y caminos vecinales aplicables al mes de agosto de 1960, solamente en aquellas obras a que se refiere la norma primera de las dictadas por Orden de 7 de febrero de 1955 (B. O.

del Estado del 14), para el desarrollo del Decreto de 13 de enero de 1955, que suspende la aplicación de la Ley de Revisión de Precios de 17 de julio de 1945.

TABACOS. — Orden del Ministerio de Agricultura (B. O. del 4 de octubre de 1960), por la que se aprueba la convocatoria para el cultivo del tabaco durante la campaña 1961-62. Corregida por el B. O. del día 8.

TARIFAS POSTALES. — Orden de la Presidencia del Gobierno (B. O. del 14 de octubre de 1960), por la que se sustituye el apartado b) del artículo tercero de la de 18 de abril de 1959, sobre fijación de tarifas de paquetes postales.

TASAS Y EXACCIONES PARAFISCALES. — Corrección de erratas de la Orden del Ministerio de Hacienda de 23 de julio de 1960; que dictaba normas para la recaudación, inspección y contabilidad de las tasas y exacciones parafiscales. (B. O. del 11 de octubre de 1960).

TRIGO Y CULTIVOS FORRAJEROS. — Orden del Ministerio de Agricultura (B. O. del 18 de octubre de 1960), por la que se dispone la realización de siembras de trigo y cultivos forrajeros para el año agrícola 1960-61.

UVAS DE ALMERÍA. — Orden del Ministerio de Comercio (B. O. del 1 de octubre de 1960), por la que se rectifica el capítulo tercero «Envases» de la Orden de 6 de junio de 1960, que reguló la próxima campaña de exportación de uva de Almería, publicada en el Boletín Oficial del Estado número 142, de 14 de junio.

b) DE CARACTER SOCIAL

JURADOS DE EMPRESA. — Decreto del Ministerio de Trabajo (B. O. del 11 de octubre de 1960), por el que se modifican los artículos diecinueve y veinte del Reglamento de Jurados de Empresa.

MEDALLA DEL TRABAJO. — Decreto del Ministerio de Trabajo (B. O. del 27 de septiembre de 1960), por el que se aprueba el Reglamento de la Medalla del Trabajo.

MUTUALIDADES LABORALES. — Resolución del Ministerio de Trabajo (B. O. del 14 de octubre de 1960), por la que se incorporan las Empresas y trabajadores para la Investigación y Explotación Petrolífera a la Mutualidad Laboral de Industrias Extractivas.

PLUS FAMILIAR. — Orden del Ministerio de Justicia (B. O. del 17 de octubre de 1960), por la que se dan normas para el percibo del Plus Familiar por los empleados de Notaría. Corregida por el B. O. del día 18.

REGLAMENTACIONES DE TRABAJO. — Orden del Ministerio de Trabajo (B. O. del 27 de septiembre de 1960), por la que se igualan determinados beneficios, para cada categoría profesional, en las distintas Reglamentaciones por las que se rige la industria textil. Corregida por el B. O. del Estado del día 10-10).

Orden del Ministerio de Trabajo (B. O. del 28 de septiembre de 1960), por la que se da nueva redacción al punto 4) del artículo 19 de la Reglamentación Nacional de Trabajo en los Locales de Espectáculos y Deportes, de 29 de abril de 1950.

Orden del Ministerio de Trabajo (B. O. del 30 de septiembre de 1960), por la que se acuerda el abono de una gratificación de una mensualidad en el mes de octubre del corriente año a los empleados de las Empresas de Producción y Distribución de Gas y grupo D) y «Pequeñas Empresas eléctricas».

REPRESENTANTES DE COMERCIO. — Orden del Ministerio de Trabajo (B. O. del 30 de septiembre de 1960), por la que se proroga el plazo concedido a las Empresas y a los Organismos correspondientes de la Seguridad Social para la ejecución de lo dispuesto en el artículo quinto de la Orden de 27 de junio de 1960.

RETRIBUCIONES. — Decreto del Ministerio de Trabajo (B. O. del 11 de octubre de 1960), por el que se ordena la retribución del trabajo por cuenta ajena.

BRISEIS, S. A.

ESENCIAS - PERFUMERIA

JABONES

Domicilio Social: M A D R I D

FÁBRICAS: Verdi, 110 y Martí, 1 - Teléfonos: 370041 y 272844

BARCELONA

Calle Estación, 2 - Teléfono, 1936

ALMERIA

SIMON CANO CRESPO

F R U T A S



ALMERIA

Consideraciones fiscales en torno al comerciante individual

I

Introducción

Vamos a tratar en estas líneas de un problema que si siempre es interesante, en la hora actual, es decir, a partir de la Ley de Reforma Tributaria de 26 de diciembre de 1957, ha adquirido una importancia inusitada.

La Ley de Reforma Tributaria, antes aludida, ha tenido varias y muy importantes metas, pero para nosotros, sin duda alguna, apuntó preferentemente hacia la supresión del fraude fiscal. Por otra parte, como estaba en el pensamiento de la Administración la idea de que existían numerosos comerciantes individuales que permanecían de hecho al margen de toda imposición, el resultado fué una preocupación minuciosa por la situación tributaria de éstos.

Como el Derecho tributario opera siempre sobre conceptos o figuras jurídicas preexistentes, para un mejor encuadre del tema vamos seguidamente a exponer una brevisimadigregación acerca del concepto que del comerciante tiene nuestro Código de Comercio. Podremos así observar la influencia que esta Ley sustantiva ha podido tener sobre nuestro sistema impositivo.

El artículo 1.º del Código de Comercio dice: «Son comerciantes, para los efectos de este Código: 1.º Los que, teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, se dedican a él habitualmente. 2.º Las compañías mercantiles e industriales que se constituyesen con arreglo a este Código».

Se desprende de aquí que para la Ley de 1885 hay dos clases de comerciantes: los individuales y los sociales, pero sin hacer diferenciación alguna respecto de los comerciantes individuales, de tal forma que igual concepto le merece un vendedor ambulante que un gran industrial. Y esto, desde un plano sustantivo, es ya injusto, no conforme con la verdadera naturaleza de las cosas, pues sobre los pequeños comerciantes recaen obligaciones contables y mercantiles muy gravosas.

Pues bien, nuestro sistema tributario se ha basado evidentemente en el artículo 1.º del Código de 1885, ya que en principio sienta dos clases de sistemas impositivos, uno para los comerciantes individuales y otro para los sociales, aunque existe la excepción de las comunidades de bienes, que, sin ser entes jurídicos, quedan sujetas a tributar como comerciantes sociales. Por otra parte, basándose en la uniformidad de los comerciantes individuales, desde el punto de vista mercantil, el sistema fiscal los sujeta a igual presión tributaria, sin tener en cuenta prácticamente las dimensiones estructurales de la empresa, salvo lo que se dirá en el apartado tercero.

II

Situación de los comerciantes individuales antes de la Ley de Reforma Tributaria de 1957

Prescindiendo de una detallada exposición acerca de los antecedentes históricos de esta clase de imposición, digamos tan solo que queda formalmente establecida por el artículo 6.º de la Ley de 23 de mayo de 1845, consistiendo en un derecho fijo sobre la base de población y en otro proporcional al alquiler de la casa habitación del contribuyente y de los almacenes, fábricas y tiendas destinadas al ejercicio de su comercio o industria.

El Decreto-ley de 11 de mayo de 1926 dicta las bases para la ordenación de la contribución industrial, que todavía, en cuanto no se opongan a lo establecido en la nueva reforma, están en vigor. Este Decreto-ley establecía una cuota fija según tarifas, que actuaría como mínima, y otra variable complementaria, resultante de las ventas realizadas, a cuyo efecto se estableció el libro especial de ventas. La verdad es que la imposición sobre las ventas tuvo un escaso significado práctico.

La Ley de Reforma Tributaria de 16 de diciembre de 1940 produjo una alteración sustantiva de esta materia. A partir de la misma los comerciantes individuales se dividirían en dos clases:

1.^a Los comprendidos en alguno de los siguientes apartados¹:

- a) Capital empleado en el negocio superior a 100 000 pesetas.
- b) Cuota pagada por la contribución industrial superior a 2.000 pesetas.
- c) Volumen global de ventas superior a 250.000 pesetas.
- d) Número medio de obreros empleados en el negocio, que determina la imposición cuando exceda de 50, aunque esto no era de aplicación a los contratistas de obras.
- e) Que el contribuyente ejerciese la profesión de banquero.

2.^a Todos los restantes comerciantes e industriales no comprendidos en los apartados anteriores.

Pues bien, estos últimos quedaban únicamente sujetos a las tarifas de la contribución industrial, ya que esta Ley de 16 de diciembre de 1940 dejó en suspenso la imposición anual sobre las ventas, que con posterioridad fué suprimida definitivamente por la Ley de 19 de enero de 1943, aunque continuó la obligación de llevar por parte del comerciante el aludido libro especial de ventas, y dejando a discreción del ministro de Hacienda la conveniencia de suprimir esta última formalidad. Este libro fué creado por el Real Decreto de 1 de enero de 1926 para dar cumplimiento a la base 3.^a del Decreto-ley de 11 de mayo de 1926 sobre la imposición sobre las ventas.

Los comerciantes comprendidos en el número 1.^o quedaron sujetos a la Tarifa III de Utilidades, y, dado el valor del dinero de aquella época, fácilmente puede observarse que sólo los comerciantes de cierta envergadura quedaban sujetos a dicha imposición. Más adelante trataremos de esta cuestión.

III

Régimen actual

La Ley de Reforma Tributaria de 26 de diciembre de 1957, en su artículo 54, establece que «la contribución industrial de comercio y profesiones se integrará en lo sucesivo en el impuesto sobre las actividades y beneficios comerciales e industriales, abreviadamente «Impuesto

Industrial», que se crea por la presente Ley. De su ámbito quedarán excluidos los profesionales».

Para dar desarrollo a este artículo y a los siguientes, que se refieren a este impuesto, se dictó la instrucción provisional de 9 de febrero de 1958, que fué parcialmente modificada por la Orden ministerial de 22 de enero de 1959. La reg.^a 1.^a de la instrucción, que reproduce los conceptos de la Ley creadora, separa dos clases de imposición: la cuota fija o de licencia fiscal y la cuota por beneficios.

La cuota fija o de licencia fiscal es exigible por el mero ejercicio de industria, comercio, arte u oficio, no exceptuados expresamente. En realidad esta licencia fiscal es la antigua Contribución Industrial y de Comercio, y tanto es así, que hasta que no se publiquen las nuevas tarifas del Impuesto Industrial seguirán vigentes las antiguas y las reglas para su aplicación, en cuanto no se opongan a la Ley de Reforma Tributaria de 1957 y disposiciones complementarias. La presión tributaria que tales tarifas van a suponer viene determinada por el artículo 128 de la misma y por el número 2 del artículo 1.^o de la Ley de 26 de diciembre de 1958, a cuyo tenor «las cuotas que se señalen en ningún caso podrán ser superiores al 10 por 100 del beneficio presunto, manteniéndose en su actual cuantía para las actividades a que se refieren los epígrafes de la Tarifa I, Sección 3.^a, de las vigentes». Además, a esta cuota hay que sumarle el recargo provincial del 41 por 100 y municipal (máximo) del 25 por 100.

Podemos, pues, obtener la siguiente consecuencia: todos los comerciantes, cualquiera que sea su actividad, los beneficios o pérdidas que obtengan, tributarán por un 16 por 100 sobre los beneficios que a título de presunción fija la Hacienda como normales para la clase de negocio que corresponda. Por otra parte, en el caso de tener diferentes actividades, consideradas distintas fiscalmente, deberán existir tantas cuotas como actividades².

Esta acumulación de cuotas es sumamente peligrosa, pues puede hacer aumentar desproporcionadamente la deuda tributaria; en realidad, las acti-

¹ El artículo 1.^o de la Ley de 29 de marzo de 1941 y el Decreto de 22 de enero de 1944, modificaron la Ley de 16 de diciembre de 1940.

² Téngase en cuenta, sin embargo, lo que se dispone para la sección 1.^a de la Tarifa I de la Contribución Industrial.

vidades que se realizan son en muchas ocasiones esporádicas, derivadas de la situación actual, en que es necesario realizar pequeñas operaciones al margen del negocio principal para seguir manteniéndolo. Creemos sinceramente que la multiplicidad de cuotas fijas debe ser aplicada con criterio muy restrictivo por la Administración financiera y, además, una futura reforma tributaria deberá sentar las bases para fijar un límite a esta suma de cuotas en cuanto, por lo menos, al comerciante individual se refiere. Lo contrario es negarle la posibilidad de existencia y adaptación a las diferentes coyunturas económicas.

Con referencia a la cuota por beneficios, se establece: «Toda actividad sujeta al pago de licencia fiscal ejercida por una persona física, estará también gravada por la cuota por beneficios». Por otra parte, la Orden ministerial de 30 de diciembre de 1958 dispuso que «a partir de 1 de enero de 1959 se liquidará la cuota de beneficios a personas físicas por actividades que devenguen cuota de licencia superior a 2.000 pesetas anuales, o cuyo volumen anual de operaciones excedan de las 300.000 pesetas al año».

De la comparación de estas cifras con las que sujetaban a los comerciantes a tributar por la Tarifa III en la Ley de 16 de diciembre de 1940, se saca la consecuencia de que la Hacienda ha incidido de manera clarísima sobre los pequeños y medianos comerciantes, antes al margen de la cuota por beneficios, pues basta observar que cuando el índice del volumen de ventas exceda de 300.000 pesetas, pasan a tributar por el 20 por 100 de los beneficios, y aunque en la Ley de 16 de diciembre de 1940 era de 250.000, teniendo en cuenta el valor del dinero de entonces y el de ahora, para una parificación sería necesario que el volumen de las ventas actuales ascendiese, cuando menos a 2 500.000 pesetas.

Por otra parte, la Ley de Reforma Tributaria de 1940 estableció que los beneficios de los comerciantes individuales quedarían gravados por la escala contenida en el artículo 40 de la misma, aunque el tipo máximo no podía exceder en ningún caso del 16 por 100. La escala era la siguiente³:

Beneficio de más de:	Sin exceder de:
0	4 % del capital
4 %	5 % » » 11 % del gravamen
5 %	5,5 % » » 13,3 % » »
5,5 %	6 % » » 14,4 % » »
6 %	6,5 % » » 15,4 % » »
6,5 % en adelante	16 % » »

Como hoy el tipo uniforme es del 20 por 100, resulta meridiano que la presión tributaria se ha acentuado enormemente. Además, con el sistema de evaluación global puede suceder (y de hecho sucede, por desgracia, muy frecuentemente) que incluso los comerciantes que han obtenido pérdidas durante el ejercicio fiscal se les presuma, sin embargo, un beneficio que habrá de gravarse por el 20 por 100. Luego veremos cómo, por otra parte, es más injusta esta fijación de beneficios a través del procedimiento de evaluación global, para los comerciantes individuales que para los sociales.

IV

Comparación entre las empresas individuales y sociales

a) Consideraciones generales.

Vimos con anterioridad que determinadas empresas individuales se encuentran sujetas a una imposición del 20 por 100 sobre sus beneficios, teniendo como mínimo de tributación la cuota de licencia fiscal, cuya presión tributaria también examinamos.

Existe, pues, una apariencia de trato favorable para el comerciante individual respecto al social, sociedades colectivas, comanditarias, simples o por acciones, limitadas, anónimas o simplemente civiles, pues estas sociedades quedan gravadas en un 30 por 100 ó 25 por 100 sobre el total de sus beneficios y, además, toda distribución que se realice a los socios con carácter de dividendo queda sujeta al impuesto sobre las rentas del capital⁴, cuya escala es la siguiente:

³ Esta escala fué modificada sucesivamente por la Ley de 31 de diciembre de 1944, de 22 de diciembre de 1949 y de 16 de diciembre de 1954.

⁴ Téngase presente lo dispuesto en el párrafo 2.º del artículo 46 de la Ley de 16 de diciembre de 1940.

OXIDOS DEL SUR

FABRICACIÓN DE OXIDOS DE HIERROS ROJOS,
AMARILLOS, GRISES Y NEGROS

GUILLERMO HERRERA

López Falcón, 5

ALMERIA

Apartado, 51

Fernando Vizcaino González

HEAD OFFICE

O. MEDINA OLMOS, 5

ALMERIA

(SPAIN)



BRANCH OFFICE

KLOSTERTOR, 4

HAMBURG 1

(GERMANY)

IMPORT & EXPORT

DIE MARKE FÜR FEINSCHMEKER

PACKERS AND EXPORTERS OF ALMERIA KEEPING GOLDEN GRAPES

Telegramas: FERVIZCAINO

Teléfono, 3998

ALMERIA

Talleres Cabezuelo S. R. C.

FUNDICION - CONSTRUCCION - MAQUINARIA

GENERAL LUQUE, 60
TELEFONO, 2076

ALMERIA

Si el dividendo representa % del capital		Tipo
Más de	Si no exceder de	Ley 16-2 57
—	4	8
4	5	9
5	6	11
6	7	13
7	10	15
10	14	18
14	20	22
20	25	26
25	—	30

Esta apariencia se desvanece, sin embargo, cuando, examinando con más detenimiento la legislación fiscal y la realidad mercantil española, se observa que los socios de colectivas, limitadas, y colectivos de comanditarias sin acciones, únicamente quedan gravados por un 15 por 100 (más un recargo municipal no superior al 32 por 100, y, en determinadas circunstancias, otro, también municipal, del 10 por 100) en concepto de impuesto sobre los rendimientos del trabajo personal por las utilidades que perciban como retribución a los servicios prestados a la sociedad. La realidad es que muchas de estas sociedades solamente pagan impuestos por este concepto, ya que los beneficios son absorbidos por las remuneraciones de esta clase de socios. Estos, por otra parte, obtienen de estas remuneraciones una desgravación de un tercio a los efectos del impuesto sobre la renta (pues son rentas de trabajo), lo que no ocurre en el caso del comerciante individual.

De lo que acabamos de decir se desprende, con toda evidencia, que las utilidades de los comerciantes individuales no deberían gravarse uniformemente, sino que, por el contrario, habría que discriminar la parte que corresponde en realidad a la renta del trabajo, según un criterio probablemente de signos externos, a fin de que solamente el resto (beneficio-renta de trabajo del empresario) fuese gravado por el Impuesto Industrial a través de la modalidad de la cuota sobre los beneficios.

En el caso de una sociedad anónima, cuyos beneficios son repartidos, es indudable que se dé en total una mayor presión tributaria, en comparación con un comerciante individual; existe, en primer lugar, el impuesto sobre las sociedades; luego, cuando los beneficios

se reparten, el impuesto sobre la renta del capital, y, por último, estos mismos beneficios vienen a formar parte de la base para la contribución sobre la renta a que están sujetos los socios.

Pero lo frecuente, cuando las sociedades o los comerciantes tienen cierta importancia, es que dediquen parte de sus beneficios a nuevas inversiones. En este caso se pone de relieve muy especialmente la ventaja de la sociedad respecto a la persona física. Con un ejemplo lo veremos más claro:

Supongamos un comerciante y una sociedad anónima (la forma más onerosa fiscalmente de sociedad), cuyos beneficios arrojan a final de ejercicio un volumen de 2.500.000 pesetas. De estos beneficios solamente se retiran 500.000 pesetas, y el resto se dedica a nuevas inversiones.

La tributación del comerciante sería la siguiente (prescindiendo de la licencia fiscal):

A) Impuesto industrial (cuota beneficios).

Case	Tipo	Cuota
2.500.000	20 %	500.000 Ptas.

B) Impuesto sobre la renta.

Base	Tipo	Cuota
0 y 100.000	—	—
100.000 y 125.000	2,50	625,00
125.000 y 150.000	2,90	1.350,00
150.000 y 175.000	3,85	2.312,50
175.000 y 200.000	4,60	3.462,50
200.000 y 250.000	5,90	6.421,50
250.000 y 300.000	7,55	10.187,50
300.000 y 400.000	10,05	20.237,50
400.000 y 500.000	13,35	33.587,50
500.000 y 600.000	16,65	50.237,50
600.000 y 700.000	20,00	70.237,50
700.000 y 800.000	23,35	93.537,50
800.000 y 900.000	26,65	120.187,50
900.000 y 1.000.000	29,85	150.037,50
1.000.000 y 2.000.000	33,00	480.037,50

La tributación de una sociedad anónima compuesta de dos socios a partes iguales sería ³:

A) Impuesto sobre las sociedades.

Base	Tipo	Cuota
2.500.000	30 %	750.000.000

³ Una vez constituida la sociedad anónima por tres personas, ésta puede quedar subsistiendo incluso en el caso de que sea una sola la que al final la forme.

B) Impuesto sobre la renta del capital (se presume un dividendo repartido del 6 por 100 del capital).

Base	Tipo	Cuota
500.000	11 %	55.000,00

C) Impuestos sobre la renta.

Como la base imponible para cada socio, suponiendo que no existan otros ingresos, es de 222.500 pesetas, la cuota aproximada sería de 7.750 pesetas para cada uno, es decir, un total de 15.500 pesetas.

Hallando la diferencia entre ambas tributaciones, resulta una cantidad de 159.537,50 pesetas en favor de la sociedad. Esta cifra es sobradamente elocuente para que hagamos ningún comentario. Si la comparación la hubiésemos hecho además con otra clase de sociedad, la diferencia hubiese sido aún mucho más notable.

Lo que hemos dicho para las inversiones es igualmente aplicable al caso de ampliación, mejora, etc., de la empresa. Es decir, que los comerciantes necesariamente verán gravados todos sus beneficios por el impuesto Industrial y el de la Renta, mientras que las sociedades se verán afectadas solamente por el 25 ó 30 por 100, según la clase de la misma, en cuanto a las cantidades dedicadas a ampliaciones o mejoras.

El régimen de evaluación global plantea también interesantes problemas al comparar los comerciantes individuales y las sociedades.

En efecto, la cifra fijada al comerciante individual en régimen de evaluación global es válida no solamente para el impuesto industrial, cuota de beneficios, sino también a los efectos de fijación de la base en el impuesto sobre la renta. En las sociedades, por el contrario, no ocurre así, lo cual es perfectamente lógico, de tal forma que la base estimada en régimen de evaluación global se computará única y exclusivamente a los efectos del impuesto sobre las sociedades, y de ninguna forma para el impuesto sobre las rentas del capital ni para el impuesto sobre la renta. Esto, aparte de suponer un trato desfavorable para el comerciante individual, es también un obstáculo para que se acoja al régimen de evaluación global.

b) *El impuesto de Derechos reales.*

Los empresarios individuales están

también peor tratados en la legislación de Derechos reales y sobre la transmisión de bienes (Reglamento aprobado por Decreto de 15 de enero de 1959).

Nos encontramos, de entrada, con que en el número 8 del apartado a) del artículo 6.º de dicho Reglamento se dispone lo siguiente: «Las negociaciones de efectos públicos o de valores industriales o mercantiles que se realicen en las Bolsas de Comercio, mediante contrato intervenido por agente de Bolsa o corredor oficial de Comercio, o sólo mediante la intervención de los mismos, cuando no funcionen las Bolsas o en plaza donde no existan, gozarán de exención del impuesto».

De la lectura de este precepto legal se desprende que las transmisiones de empresas sociales, cuando pueda hacerse en la forma que en dicho artículo se dispone, están exentas del impuesto de Derechos reales, e igualmente la transmisión, en la misma forma, de valores entre padres e hijos por actos *inter vivos*. En el caso de que las transmisiones fuesen hechas por escritura pública o por documento judicial o administrativo, según disposición del apartado 6.º del artículo 20 del mismo Reglamento, tributarán por un 1 por 100.

Ahora bien, aunque en nuestra legislación mercantil o de orden sustantivo en general, no existe un concepto unitario de empresa, sin embargo, en la vigente legislación del impuesto de Derechos reales, apartado 1.º del artículo 47, se dispone: «Cuando en el mismo contrato y título, y por precio único, se transmitan bienes muebles, inmuebles y Derechos reales, sin especificar la parte de precio que a cada uno de ellos corresponda, se aplicará el tipo de liquidación correspondiente a los inmuebles (6 por 100)», y continúa diciendo: «Por este mismo tipo se liquidará la transmisión de una empresa mercantil o industrial en que se incluyan con el inmueble en que esté instalada, los bienes de cualquier naturaleza que sirvan a la explotación objeto de aquélla».

En resumen, que para el impuesto de Derechos reales la empresa mercantil es considerada como un todo, y este todo como un bien inmueble, pasando, por tanto, a tributar por el tipo más alto del impuesto. Pero no solamente esto, sino que, si hacemos aplicación del apartado 2.º del artículo 9.º, las transmisiones de

empresas entre padres e hijos por actos *inter vivos* tributarán por la tarifa de las herencias, siempre que el tipo aplicable sea superior al 6 por 100.

Estas breves líneas que hemos dedicado al impuesto de Derechos reales bastan por sí solas para poner de manifiesto el preferente trato que se da a la empresa social, que pueda transmitirse en la forma que hemos examinado, respecto a la empresa individual; trato que va desde la exención total hasta el gravamen por la escala de las herencias, con los altos tipos que ello supone. Por otra parte no hay base en nuestro Derecho constituido, de orden sustantivo para considerar a la empresa como un todo jurídico y adscribirla al concepto de bien inmueble. Este es un caso en que la legislación fiscal se adelanta al Derecho privado y, por desgracia, para lograr simplemente una mayor presión tributaria sobre cierto sector de la economía española.

c) *Obligaciones formales.*

En el aspecto contable, por muy extraño que parezca, el comerciante individual está peor tratado que el social; recae sobre él una carga contable superior y, sin embargo, todo razonamiento en esta materia nos lleva a la idea contraria.

La Hacienda pública ha partido siempre del supuesto siguiente: que los comerciantes individuales no llevaban los libros de contabilidad que dispone el artículo 33 del Código de Comercio. Consecuentemente, les ha obligado a llevar otros que se ajustan más a los fines de la exacción e inspección de los impuestos (libro especial de ventas...).

En el régimen vigente, es decir, en la regla 25 de la instrucción provisional para el impuesto Industrial aprobada por Orden ministerial en 9 de febrero de 1958, se dispone: «*Los contribuyentes que opten por el régimen de evaluación individual llevarán su contabilidad ajustándose a los preceptos del Código de Comercio y a los libros registros que se indican en la siguiente regla...*».

«La contabilidad llevada según el Código de Comercio tendrá el carácter de principal. Las anotaciones de los libros registro merecerán la consideración de contabilidad específica de cada actividad industrial o mercantil y tendrán, por tanto, un carácter objetivo y subor-

dinado a la contabilidad principal. De ejercer más de una actividad, o la misma, en diversos lugares, se utilizarán libros registro independientes». En la regla 26 se establece igualmente los libros que deberán llevar las empresas, según sean mercantiles, industriales y de servicios.

Todo ello quiere decir que habrá de llevarse una doble contabilidad: la del Código y la fiscal. Por otra parte, dentro de la de esta última clase podrán existir una o varias, según exista una o más actividades o se ejerza en distintos lugares. Esto, desde luego, es una carga excesiva para cualquier comerciante que, a veces, es él mismo quien atiende al negocio, sin ningún empleado.

En régimen de evaluación global se suprime la contabilidad fiscal, pero sigue subsistiendo la obligación de la contabilidad exigida por el artículo 33 del Código de Comercio. Además, el comerciante acogido al régimen de evaluación global, si quiere encontrar efectiva protección contra posibles injusticias en la fijación de las bases impositivas, deberá llevar también la contabilidad fiscal para entablar los recursos pertinentes.

En las sociedades, por el contrario, rige otro sistema más simple, pues no exigen otros libros que los del Código de Comercio.

V

Conclusiones

De todo cuanto anteriormente acabamos de exponer, podemos sacar, a manera de resumen, las siguientes conclusiones:

1.^a El comerciante individual, en estos últimos lustros, viene siendo gravado cada vez más, tanto desde el punto de vista de una mayor presión tributaria por elevaciones de los tipos, como por una mayor extensión respecto a los sujetos obligados al pago.

2.^a A pesar de que el comerciante es, generalmente y al mismo tiempo, propietario y director de la empresa, si es que no desempeña también otros cargos subordinados, todas las rentas provenientes de la empresa individual se las sujeta a tributar como beneficios por el impuesto Industrial.

Sería justo que hasta cierto límite, de acuerdo con determinados signos exter-

FRANCISCO ROMERO, S. L.

Despacho Central de la RENFE

Servicio de Puerta a Puerta

Rueda López, 7 Teléfono, 1511

TRANSPORTES GENERALES

Fletamentos - Consignaciones

Alvarez de Castro, 14

Teléfonos: 1559 y 2120

Distribuidores de Butano, S. A.

Venta de cocinas, calentadores, estufas y
accesorios, aparatos de Camping-Gas

Rueda López, 2 - Teléfono, 2120

A L M E R I A

"CONSERVAS SANTA ISABEL"

Joaquín Vázquez Vázquez
PESCADOS Y VEGETALES

Fábricas en:

A D R A, Carretera de Málaga, 27 - Teléfono, 27

ALMERIA, Carretera de Málaga, 60 - Teléfono, 2755

MALAGA, Peso de la Harina, 14 - Teléfono, 3876

Especialidad en sardinas en aceite

Marcas "Santa Isabel" y "Jova"

nos, la renta de estos empresarios tributará como renta de trabajo, con la consiguiente detracción de un tercio a los efectos del impuesto sobre la renta, y sólo aquella parte que superase el límite anteriormente señalado pasaría a tributar por el Impuesto Industrial.

3.^a Las cantidades que los comerciantes individuales destinan a ampliaciones del negocio, mejoras, etc., deberían estar exentas del impuesto sobre la renta, para parificar así a estos comerciantes con las sociedades, que en esto tienen un trato más favorable, como pudimos comprobar.

4.^a Igualmente habrían de darse unos plazos prudenciales a fin de que los beneficios de las empresas individuales que fuesen invertidos durante los mismos quedasen exentos del impuesto sobre la renta.

5.^a La transmisión de empresas individuales con carácter oneroso e *inter vivos*, como se dijo, tributa por el tipo del 6 por 100, salvo cuando se trata de transmisiones entre padres e hijos, en

cuyo caso puede corresponder un tipo superior según la escala de las herencias.

La lógica pide, sin embargo, que este tipo quede reducido a un máximo de un 1 por 100, pues los valores de las sociedades—transmitidos de cierta forma—, o están exentos, como se vió, o, por el contrario, quedan gravados por el 1 por 100 si se transfieren mediante documento notarial, judicial o administrativo.

6.^a De igual modo que las bases fijadas para las sociedades en régimen de evaluación global no se tienen en cuenta para el impuesto sobre los rendimientos del capital, como asimismo tampoco para el impuesto sobre la renta que grava a los socios, lo mismo debería legislarse para los comerciantes individuales, en cuanto a dicha evaluación y a los efectos del impuesto sobre la renta.

7.^a Debería darse una solución racional al problema de la contabilidad.

(De «COMERCIO». Revista de la Cámara de Comercio de Madrid. N.º 121)



V. — OFERTAS Y DEMANDAS NACIONALES Y EXTRANJERAS

Firmas canadienses que han expresado sus deseos ante la Oficina Comercial de España en Ottawa (Canadá) de entrar en contacto con casas españolas:

<u>Firma</u>	<u>Producto</u>	<u>Firma</u>	<u>Producto</u>
Wheel Realty Ltd., 556 Sherbourne St., Toronto, Ontario.	Calzado	Windsor Tradinf Co. Ltd. 940 Cote de Liesse Rd. Room, 205 Montreal, P. Q.	Ferretería, esco- petas, artículos de hierro forjado, etcétera

Conn-Arts Studio, 641 Caledonia Ave., Toronto 10, Ontario	Estatuas de már- mol, piedra, muc- bles, bancos para iglesia, azulejos decerámica y mo- saico, cerámica	F. & F. Enterprises, General Import Agencies. 82 Whi- tley Ave., Downs- view (Toronto) On- tario.	Agencia de im- portación en ge- neral. Especial- mente artículos de regalo, artesa- nía, y de novedad.

Islanderaft 241 Vic- toria St., 2nd floor, Toronto, Ontario.	Artículos artísti- co de hierro for- jado	Es conveniente dirijan sus ofertas en INGLES.	



ASESORAMIENTOS JURIDICOS MERCANTILES

Oficina Técnica en:

*Organización y dirección de contabilidades.-Constitución, transformación, fusión y li-
quidación de Sociedades.-Organización de Empresas.-Contabilidad de costos.-Formación
de balances.-Seguros Sociales.-Tributación.-Publicidad.*

DECLARACIONES DE RENTA

Dirigida por: José Llorca Pérez y José Puertas Gómez de Mercado
Javier Sanz, n.º 1

ALMERIA

Cerámica Santa Elena, S. A.

Fábrica de ladrillo hueco y macizo - Teja, Rasilla y piezas especiales al vacío

OFICINAS:

Aguilar Martell, 11-2.º
Teléfono, 2331
ALMERIA
(ESPAÑA)

FABRICA:

Benahadux (Almería)
Teléfono, 14
Exportador n.º 9365

Enrique Ruiz Espinar

C E R V E Z A S

D A M M

Padre Santaella, 6-15-17
Teléfonos: 3664-2404

ALMERIA

Miguel Sánchez y Cñía. S. L.

EXPORTACION - IMPORTACIÓN

TELÉFONOS:

2528 OFICINAS
2918 PARTICULAR

REYES CATÓLICOS, 13

DIRECCIÓN TELEG.

MISACA

ALMERIA
(SPAIN)

VI. — BIBLIOTECA

Publicaciones recibidas

BOLETINES Y REVISTAS

Boletines de las Cámaras Nacionales de Comercio, Industria y Navegación.

Alava. — Boletín n.º 57, Septiembre de 1960.

Barcelona. — (Industria). Boletín Informativo n.º 56, Agosto.

Bilbao. — «Información». Núms. 1.061 al 1.063.

Cádiz. — Circular Informativa. (Semanal). Números 48 al 52.

Granada. — Boletín núm. 9, Octubre 1960.

Huesca. — Boletín de Información. Número Septiembre del 60.

La Coruña. — «Orientación Económica y Financiera». Boletín n.º 74, Septiembre 1960.

Las Palmas. — Boletín de Información Económica. Núm. 23, Agosto.

León. — «Economía Leonesa». N.º 181, Septiembre de 1960.

Madrid. — «Comercio». (Comercio). Núm. 121, Octubre de 1960.

Madrid. — «Industria». (Industria). Boletín n.º 213-214.

Palamós. — Boletín Informativo, número Mayo de 1960.

Santa Cruz de Tenerife. — Boletín Informativo n.º 80, Agosto del 60.

Salamanca. — Boletín núm. Agosto-Septiembre 1960.

Tarragona. — Hoja Informativa número 418.

Valencia. — «Comercio, Industria y Navegación». Información de las Cámaras de la Región Valenciana. Núm. 610, Agosto del 60.

Vigo. — Boletín de Información n.º 1, Septiembre del 60.

Zamora. — «Comercio e Industria». Boletín n.º 40, Septiembre del 60.

Zaragoza. — Boletín núm. 4, Octubre-Noviembre del 60.

Boletines de las Cámaras Oficiales de Comercio de España en el extranjero

Cuba (La Habana). — «Información Hispano Cubana». Núm. Agosto del 60.

Argelia (Orán). — Boletín de Información n.º 23.

Francia (Paris). — «L'Espagne». Boletín núm. 57, Septiembre del 60.

Marruecos (Tetuán). — Boletín n.º 72.

Boletines y Revistas de las Cámaras de Comercio extranjeras; extranjeras en España y otras Entidades Económicas

Colombia (Barranquilla). — Boletín semanal núms. 216 al 224.

Rumania (Bucarest). — Boletín de Información núms. 9 (69) Septiembre y 10 (70) Octubre del 60.

Rumania. — El Comercio Exterior Rumano. Número II (35).

Boletines y Revistas económicas y financieras

Annona. Revista de la Comisaría General de Abastecimientos y Transportes núm. 66, Agosto de 1960.

Suplementos quincenales de la revista Annona. Núms. 112 al 114.

Boletín Informativo de Importación y Exportación. Núms. 330-331 al 333.

Boletín de la Comunidad Económica Europea. Junio-Julio 1960.

Boletín de Londres. Revista de Información Económica Mundial editada por el Banco de Bilbao en Londres. Número 153, Septiembre del 60.

Boletín de Estadística Industrial. Publicación de la Cámara de Industria de Madrid. Núms. 6 y 7, Mayo-Agosto del 60.

- Boletín de Información de la Embajada de S. M. Británica, número 299.
- Boletín Informativo del Departamento Extranjero del Banco Central, número 137.
- Boletín Informativo del Departamento Extranjero del Banco Hispano-Americano, número 159, Septiembre-Octubre de 1960.
- Boletín de Información del Círculo de la Unión Mercantil e Industrial de Madrid. Octubre 1960.
- Circular núm. 76-79 del Colegio Oficial de Titulares Mercantiles de Almería. Junio-Septiembre de 1960.
- Comercio Exterior de Suecia. Publicación de la Asociación General para la exportación Sueca. Número 4, 1960
- Economía Mundial. Números 1.031 al 1.035.
- El Economista. Núms. 3.697 al 3.701.
- España Económica. Números 3.240 al 3.243.
- Estadística del Comercio Exterior de España, Abril 1960.
- Horario-Guía de Ferrocarriles. Número 256. Octubre de 1960.
- Información Comercial Española (Semanal). Números 703 al 706.
- Información Comercial Española. (Mensual) n.º 325, Septiembre 1960.
- Información Económica. Publicado por Acción Social Patronal, Octubre de 1960.
- Informaciones Sociales. Publicación de Acción Social Patronal, Octubre de 1960.
- Mundo Agrícola, número 103, Octubre de 1960.
- Nouvelles de la C.C.I. Boletín mensual de la Cámara de Comercio Internacional, núm. 8, Octubre de 1960.
- Nueva Economía Nacional, números 1.195 al 1.198.
- Productividad. Boletín de Información de la Comisión Nacional de Productividad Industrial. Número 88, Septiembre de 1960.
- Noticias de Actualidad. Publicación del Servicio de Información de los Estados Unidos, número 14.
- Presence Normande. Revue de Hante-Normandie, número 6, Octubre de 1960.
- Revista de Información del Instituto Nacional de Industria, número 2, Julio 1960.
- Revista Siemens, número 8.
- Servex. Boletín del Servicio Extranjero del Banco de Bilbao. Números 356 y 357.
- Siembra. Organo de los Sindicatos Agrícolas Nacionales, Septiembre 1960.

LIBROS

- Catálogo Oficial de la Marché Européen de L'Amenblement. 1960.
- Catálogo Oficial de la XX FERIA Oficial de Muestras de Zaragoza. 1960.
- Estadística del Comercio Exterior de España. Tomo I. 1959.
- Estadística de Pesca. Publicación de la Dirección General de Pesca Marítima. 1959.
- Estudios de Oposición Cambiaria. Por M. Casals Collderrera.
- Guía Inter-Iberoamericana Industrial y Comercial. Edición 1959-1960.

BANCO CENTRAL

Alcalá, 49 y Barquillo, 2 y 4 - MADRID

Oficina Central, 300 Sucursales y 80 Agencias Urbanas en Capitales y principales plazas de España y Marruecos

Capital en Circulación..... 375.000.000 de Ptas.

Fondos en Reserva..... 740.000.000 « »

Corresponsales en todas las plazas importantes de España y de Extranjero

(Aprobado por la Dirección General de Banca, Bolsa e Inversiones con el núm. 2.135).



JOSE MARIA LIROLA RUBIO

Productor y Exportador
de las famosas uvas
de mesa de Dalías



M A R C A S :

LIROLA RUBIO -- ELENA LÓPEZ

Postal Oficinas: Calle Reina, 19

Postal Particular: Calle Almanzor, 14

Telegramas: JOMALI

ALMERIA - ESPAÑA

BANCO DE BILBAO

MAS DE 100 AÑOS AL
SERVICIO DE SUS CLIENTES

UNICO BANCO ESPAÑOL CON
SUCURSALES EN OTROS PAISES

BB

AUTORIZADO POR LA D.G. DE C.B. Y E. CON EL N.º 3478

HOSTAL EUROPA

Recientemente inaugurado

Teléfono en todas las
habitaciones



Plaza del Carmen, 5

Teléfono, 1795

ALMERIA

Índice Comercial e Industrial

de suscriptores a este Boletín

Agentes de Aduanas

- J. Guillermo Berjón - P. Generalísimo Almería
 Hijo de Alfredo Rodríguez. S. L. - Gerona, 9 »
 Pablo Ginerés Serralta - C. Real »
 Vda. de J. Bautista Martínez - A. de Castro, 19 »
 S. A. López Guillén - Plaza Emilio Pérez, 1 »
 Ignacio Blasco Albendín - Alvarez de
 Castro, 21, »
 José Puerta Romero - Alvarez de Castro, 14 »

Agentes Comerciales Colegiados

- Eduardo Contreras Soria - Alcalde
 Muñoz, 41 Almería
 Antonio Cutillas Gil - Real, 5 »
 Juan P. Granados Giménez Albox »
 Alberto Luque del Aguila - Muelle, 2 »
 Antonio Castro Rodríguez - Cucarro, 33
 Teléf. 28-69, »

Agentes de Transportes

- Agencia Reyes - Gerona, 20 Almería
 Agencia Páez - Paseo San Luis, 8 »
 Francisco Romero, S. L. - Alvarez de Castro, 14 »
 Manuel Villalobos Gutiérrez - E. Villalobos, 6
 Berja »

Almacenistas de Coloniales

- Hijos de I. Núñez Ortega - Juan Litola Almería
 Vda. de Antonio Alemán - Obispo Orberá, 5 »
 Antonio Fernández Caparrós - S. Trinidad, 5 »
 Góngora-Roche, S. A. - Puerta Purchena, 6 »
 Vda. de Pedro Alemán, S. A. - Puerta
 Purchena, 5 »
 Francisco Ros Méndez Benahadux
 Manuel Martínez Sánchez - Aguadulce
 Roquetas

Almacenista Relojos

- Marcelino Ibáñez Jiménez - Fernández
 Bueso, 2 Almería

Alquiler y venta de toldos

- Francisco Ordoño Martínez - Fernández
 Bueso, 10 - Teléfono, 27-38 Almería

Artículos de Escritorio

- Francisca Ruano Díaz (Papelería España)
 Generalísimo, 16 Almería

Aprovechamientos minerales

- Compañía Andaluza de Minas - Avda.
 Vivar Téllez Almería
 S. A. Leopoldo Bárcana - Trajano, 9 »

Asentadoras de Frutos

- Antonio Rodríguez Córdoba y Cía. SRC.
 Mercado, Almería
 Antonio Miras Almansa - Castelar, 6 »
 Baltasar Sáez Verdegay - Mercado »

Automóviles

- Miras y Martín SRC. - (Garage, Estación de
 servicio, talleres, etc.) - Av. Vivar Téllez Almería
 Modesto García Ortega - (Venta accesorios)
 Rueda López, 11 »
 Adolfo Téllez Herrera - (Accesorios) Gene-
 ral Tamayo, 7 »
 Darío Rodríguez Ramón - (Accesorios) Na-
 varro Rodrigo, 18 »
 Vda. de Eduardo Romay - (Accesorios) Re-
 yes Católicos, 10 »
 Jesús Viciana Requena - (Accesorios) Gene-
 ralisimo, 90 »
 Antonio Martín Ramírez - (Gasolina) N. Ri-
 vas, 8 Adra »
 Modesto García Ortega - (Garage y Talleres)
 C.ª del Perú »
 Blas García Vicente - (Recauchutado y taller
 de reparación) Reyes Católicos, 22 »
 Miguel Miras López - (Accesorios) - Par-
 que José Antonio, 28. »
 José M.ª Artero Pérez - (Accesorios) - Na-
 varro Rodrigo, 3 »
 Juan José Rivera Zapata - Navarro Ro-
 drigo, 24 »

Bancos

- Monte de Piedad y Caja de Ahorros - Ge-
 neralísimo, 33 Almería
 Banco Central - Generalísimo »
 Banco de Bilbao - Generalísimo, 100 »
 Banco de España - Pl. de Emilio Pérez »
 Banco Español de Crédito - Generalísimo, 68 »
 Banco de Santander - Generalísimo, 92 »

Bentonitas

José Navarro Vargas - Calvo Sotelo, 5 Almería

Bicicletas

Antonio Verdejo Belber. - Generalísimo, 70
(Venta y exposición)

Café y Bares

Francisco Torres Ruiz - Generalísimo Almería

Jerónimo Tara Martínez - Generalísimo »

Nicolás Castillo Marcos - Pta. Purchena, 18 »

Calzados

Rafael Sánchez Ortega-Pta. Purchena, 21 Almería

Pedro Plaza Ortega - Pta. Purchena, 31 »

Luis Sánchez Ortega - Generalísimo, 51 »

Francisco Plaza Ortega - Generalísimo, 8 »

Cámara frigorífica

Manuel González López.-Obispo Orberá, 32. Almería

Corveza

Enrique Ruiz Espinar, (Depositario de DAMM),
Javier Sanz Almería

Carbones

Compañía G. de Carbones - Plaza Virgen
del Mar, 6 Almería

Contrataciones e Industrias S. A. - Méndez Núñez, 13 duplicado »

Antonio Robles Gómez - Av. Vivar Téllez »

Coloniales

Daniel López Burgos y Cía. S. L. - Mercado Almería

Luis Morales Navarro - Conde Ofalia »

Confiterías

Miguel Mateos Sánchez-Generalísimo, 18 Almería

Francisco García Gómez - Castelar, 7 »

Consignatarios de Buques

Berjón y Cía, Ltda. - Generalísimo, 135 Almería

Mac Andrews & C.ª Ltd. - Gerona »

Hijos de M. Condominas - Generalísimo, 86 »

Hijos de R. Giménez, S. L. - Generalísimo, 165 »

Hijo de A. Rodríguez, Ltda. - Gerona, 9 »

Romero Hermanos, S. A. - Plaza San Pedro, »

Francisco J. Ruso - P. San Luis, 4 »

S. A. López Guillén - Generalísimo, 159 »

Francisco Romero, S. L. - Alvarez de Castro, 12 »

Transportes, Aduanas y Consignaciones,
Aguilar Martell, 10. »

Contratistas

José Ronco Infantes - Aguilar Martell Almería

José Alemán García - Méndez Núñez, 14 »

Constructora Duarín - P. Virgen del Mar, 10 »

Droguerías y Perfumerías

Almacenes Iberia, S. A. - M. Núñez, 15 Almería

Manuel Soler Asensio - Pl. Conde Ofalia »

M. Salvador y Cía., S.R.-Pta. Purchena, 19 »

Ebanisterías

Enrique Arriola Gómez - R. Belén Almería

José Casas Sánchez - Pl. San Pedro »

José Torresano - Avd. Vilches »

Manuel Rodríguez Mazo - Comercio, 5
Alhama de Almería

Efectos Navales

Juan Canals Armengol - P.º San Luis Almería

A. Luque del Aguila.-Muelle, 2. »

Electricidad

Sociedad Hidroeléctrica del Chorro-

Rueda López Almería

Empresa Nacional de Electricidad - Avda.

Vivar Téllez »

Embarque de Frutas

Enrique Sánchez Salinas-Muelle Almería

Espartos

Antonio Peregrín Zurano - Pl. Conde Ofalia, 26 Almería

Espartos Romero, S. L. - Terriza, 37 »

Espectáculos

Vda. de Isidoro Vertiz Iturregui - Generalísimo, 71 Almería

Especuladores de Frutas

José García González-Partidores, 16
Gádor (Almería)

Vda. de Antonio Romero Real - N. Rivas, 98

Adra »

Exportadores de Frutas frescas

José Navarro Moner-Mnez. Campos, 17 Almería

Santiago Martínez Plaza-Queipo de Llano, 36 »

Enrique López Andrés - Castelar, 14 »

José M.ª Lirola Rubio - Almanzor, 14 »

Gerarda Giménez Robles-Paura, 26 Berja »

Antonio Góngora Zamora-El Ejido, Dalías »

Frutos Ibero-Africanos, S. L.-García Alix, 13 »

Simón Cano Crespo-Alvarez de Castro, 2 »

Angel Barquero Macía-P. Alfonso Torres »

Miguel Sánchez y C.ª - Reyes Católicos, 13 »

Modesto Ruiz Roca - Carretera de Granada, 184 y 186 »

Alejo Alcaráz Sánchez - Parque José Antonio, 57 »

F. R. U. A. L., S. L. - Zaragoza, 2 »

Francisco Vázquez Gallardo-S. Serra, 15 Almería	Fábricas de Jabones	
Berja »	Briseis, S. A. - Calvo Sotelo, 20	Almería
Manuel Martínez Cantón - Calvario, 48	Fábrica de Perfumería	
Alhama de »	Briseis, S. A. - Calvo Sotelo, 20	Almería
Martín Hermanos, S. L.-Real, 54	Ferretería	
S. A. López Guillén-Pl. Emilio Pérez »	Fernando Fernández Morales - Puerta	
Cristóbal Peregrín Zurano-C. Ofalia, 26 »	Purchena, 3	Almería
Fernando Vizcaíno González - O. Medina	Francisco Lucas Martínez-Sucursal - Na-	
Olmos, 5 »	varro Rodrigo, 9	»
Gonzalo Alcoba Valdívila - General Primo	Francisco Lucas Martínez - General	
de Rivera, 12 »	Saliquet, 37	»
José Antonio Cuesta González - Genera-	Juan Marco Domenech en T. ^a -Juan Lirola	Almería
lísimo, 129 »	Terriza Hermanos S.R.C. - A. Martell, 21	»
Luis Batiste Llorca - Pl. Virgen del Mar, 18 »	Gestores Administrativos	
José Martínez García - Plaza Béjar, 1 »	Francisco García Galindo - Navarro	Almería
A. García España-Calvo Sotelo, 12 »	Rodrigo, 6	»
Fermin Enciso Alcoba y Cía. - Tte Socías, 1	Soria Pamírez Alberto - Generalísimo, 157	»
Berja »	Manuel Orozco Espinar - Generalísimo, 115	»
Miguel Canet Ruiz - Conde Ofalia, 7-2. ^o »	Joyerías y Relojerías	
Joaquín Galindo Ojeda - General Ta-	Agustín Apoita Echevarría-Genera-	
mayo, 3-3." »	lísimo	Almería
Manuel Martín Fornieles - Reina, 41 »	Joyería Miras - Generalísimo, 17	»
José Batlles Rodríguez - Plaza de San	Laboratorios Farmacéuticos	
Sebastián, 6 »	Francisco Durbán Quesada-Santos	
José Benitez Barros - Generalísimo, 111 »	Zárate, 20	Almería
Francisco Martínez Díaz - Méndez Nuñez, 18 »	Laboratorios "Durban Quesada" - Carre-	
Francisco García Villegas - Fernández	tera Athadra, 40	»
Bueso, 4 - (Ciudad Jardín) »	Maquinaria y Motores	
Manuel Villegas Maldonado - Dalfas »	Antonio González Vizcaíno - Genera-	
José Dólera Montiel - Paco Aquino, 42 »	lísimo, 34	Almería
Miguel Carretero Rodríguez - General	Joaquín Cabas Otón - Generalísimo, 157	»
Tamayo, 3. »	Motores Diesel Matacás-Rosellón, 288	Barcelona
Manuel Rodríguez Américo - Zagal, 2	Materiales de Construcción	
2. ^o derecha. »	Fábrica de Mosaicos «La Cartagenera» S. A.	
Exportadores de Frutos secos	Carretera de Granada	Almería
Antonio Peregrín Zurano-C. Ofalia, 26	Carámica «Santa Elena, S. L.» Benahadux	»
Almería	Francisco Ordoño Martínez - Fernández	
Manuel Peregrín Caparrós - Calvo	Bueso, 10 - Teléfono, 27-38.	»
Sotelo, 27	Antonio Gallardo López - Isabel La	
Pulpí »	Católica, 38	Vera »
Exportadores de Productos Minerales	Mercerías y Paqueterías	
Guillermo Herrera Lafuente-López Falcón, 4	Diego Pérez Segura, Tiendas	Almería
Almería	Francisco Escámez Morales - Plaza Vivas	
Exportadores de Tejidos Artístico	Pérez, 2	»
Amalia Ana Sánchez Yebra - Antonio Ruiz	Juar Palenzuela López - Calvo Sotelo, 9	
Alliabla (Almería)	Huércal de Almería	
Fábrica de Calzados	Muebles	
Miguel Giménez e Hijos, S. L. Vera (Almería)	Vicente Lasalvia Gómez - Hernán Cor-	
Fábricas de Conservas	tés, 15	Almería
Joaquín Vázquez Vázquez - C. ^a Málaga	Panaderías	
Adra (Almería)	Francisco López Hidalgo - Plaza Flores, 9	Almería
Industrias y Conservas Almerienses, S. L.		
Gádor »		
Conservas Morato, S. L. - C. ^a de Málaga »		
Fábricas de Gaseosas		
Antonio Nieto Calcedo - Cuevas de Almanzora		
(Almería)		
Fábricas de Harinas		
Diego Rodríguez García Calvo Sotelo, 9		Almería
Almería		
José Rodríguez García-Cañada S. Urbano »		
Fábricas de piensos		
Industrias y Conservas Almerienses, S. L.		
Cuatro Torres - Gádor (Almería)		

Peluquerías de Señoras

Cayetano Núñez Callejón - Ricardos, 8 Almería

Pescados en general

Antonio García Martín (Morato) - Pedro Jover, 12 Almería

Prácticos del Puerto

Corporación de Prácticos del Puerto La Chanca Almería

Productos Químicos y Farmacéuticos

Farmacéutica del Sur, S. L. - Generalísimo, 85 Almería

Romero Hermanos, S. A. - Plaza San Pedro, 7 »

Minas de Gádor, S. A. - C.ª Granada »

Restaurantes

Nicolás Castillo Marcos-P. Purchena, 17 Almería

Seguros

«La Unión y el Fénix Español», Delegación de Almería - Emiliano Abad Capella en C. B. - Generalísimo Almería

Sastrerías

Francisco Fernández Gómez - Generalísimo, 42 Almería

Juan Bretones Cuadrado - Méndez Núñez, 6 »

Salazones de Pescado

Manuel González López - Obispo Orberá, 32. Almería

Serrerías Maderas

Rafael Martínez Hernández-A. Muñoz, 43 Almería

S. A. López Guillén - Pl. Emilio Pérez »

Terriza Hermanos, S.R.C. - A. Martell, 12 »

Serrería de Mármoles

Amador Martínez Valdés - Pl. España, 8 Olula del Río (Almería)

Juan Rubio Ortiz Olula del Río »

Sociedades de Recreo

Casino Cultural Almería

Círculo Mercantil e Industrial »

Suministros a la agricultura

PROCAMPO - Reyes Católicos, 20 Almería

Talleres de Fundición y Metalurgia

Francisco Oliveros, S. A. - Rambla del Obispo Almería

Miguel García Bretones - Juan Lirola »

Talleres Cabezuelo, S.R.C. - Gral. Luque »

Tejidos y Confecciones

Almacenes «El Aguila» S.A.-Generalísimo Almería

Carlos Benarroch Benollet-Gral. Saliquet, 33 »

Francisco Crespo López - Generalísimo, 57 »

Francisco Gómez Ibáñez - Tiendas, 39 »

José Marín Rosa e Hijos, S.R.C. - Generalísimo. »

Almacenes Morales, S. A. - Pl. San Pedro »

Tomás Pérez Pérez - Generalísimo, 6 »

Joaquín Pérez Romero - Tiendas, 29 »

José del Pino Castillo-P. Alejandro Salazar »

Juan Ramírez Salar - Hernán Cortés, 1 »

Riva-Lara, S. A. - Generalísimo, 71 »

Vda. de José Molina, S. en C. Pta. Purchena »

Francisco Fernández Gómez - Generalísimo, 10 »

Andrés Gómez Cervantes Vera »

Hijo de D. Caparrós Pastor Vera »

Luis Salas Pardo Chirivel »

Transportes de Viajeros

Anónima Alsina Graells de A. T. - Generalísimo, 85 Almería

Autobuses de Almería, S. L. - Mártires de La Salle, 5 »

Ultramarinos

Francisco García Bretones - Puerta Purchena, 26 Almería

Juan Viciano Andrés - Tiendas, 38 »

Venta de Muebles

Juan Marco Domenech en T.ª Juan Lirola, 5 Almería

Enrique Arriola Gómez - Plaza Flores, 1 »

J. Ruiz Collado - General Varela, 10 «Cuevas del Almanzora »

Venta de Loza y Cristal

Juan Navarro Ruiz - Reyes Católicos, 2 Almería

Mario Torres Gázquez - Tiendas, 35 »

Vinos

Perfecto Alcalde Jiménez - C. Granada Almería

Federico Estrella Alcaraz-Pl. del Carmen, 6 »

Hijos de Ignacio Núñez Ortega, S.R.C. General Saliquet. »

Juan Tonda Tonda - Pl. San Sebastián »

Gabriel Cara Fernández - Juan Bonachera, 23 Roquetas de Mar »

MODESTO RUIZ ROCA

Exportador de Frutas



Almacenes: Carretera de Granada, 184 y 186

Teléfono, 3452

Apartado, 169

Telegramas: "FRUSARO"

ALMERIA

(España)

DIRECCIÓN TELEGRÁFICA: AMA
APARTADO DE CORREOS, NÚM. 62

Teléfonos } Oficina 1847
 } Particular 1848

ANTONIO MIRAS ALMANSA

IMPORTADOR DE SEMILLAS

PATATAS DE SIEMBRA - PLATANOS
DE CANARIAS

Ventas al por mayor y menor - Cuenta
propia y Comisión

EXPORTACIÓN - IMPORTACIÓN
DE PRODUCTOS DE LA TIERRA

MERCADO CENTRAL

OFICINAS: San Francisco, 8

ALMERIA

Antonio Góngora Zamora

Exportador de frutas - Especialidad en uvas

Marcas registradas

Góngora Brothers - Seven Seas

Teléfonos 26 y 28 - Telegramas: ANGORA-ALMERIA

EL EJIDO (Almería)

Joaquín Cabas Otón

Motores Diesel y Eléctricos - Bombas Sumergidas

Instalaciones de Riego - Minería - Industria - Marina

MURCIA

Gran Vía José Antonio, 11

Teléfonos: 6350 y 6351

CARTAGENA

Carmen, 32

Teléfonos: 2696 y 1854

ALMERIA

Av. Generalísimo, 157

Teléfono, 3848

Hijo de Alfredo Rodríguez Ltda.

Servicios marítimos fruteros para

todos los Puertos del Mundo

ALICANTE - MALAGA - ALMERIA

Miras

JOYERIA

RELOJERIA

PLATERIA

OPTICA



Generalísimo, 45 - Teléfono 2491

ALMERIA

JOSE MARIN ROSA E HIJOS, S.R.C.

MAYOR Y DETALL



ESTABLECIMIENTOS:

CASA CENTRAL:

ALMACENES AVENIDA

Generalísimo, 37 - Teléfono, 2007

SUCURSAL:

TEJIDOS MARIN ROSA

Tiendas, 5 - Teléfono, 2006

ALMERIA

F. Enciso Alcoba & Co.

EXPORTERS OF:—

**"LA ERMITA" GOLDEN ALMERIA GRAPES
& ESSENTIEL OILS**

BERJA (Almería)

TEL: ADD: FERENCIAL

TEL: N.º 92

« » 24 (PRIVATE)

FLETAMENTOS DE BERJA, S. L.

SHIP'S AGENTS & BROKRES



**PARQUE JOSÉ ANTONIO, 21
ALMERIA**

**TEL: ADD: FLETAMENTOS
TEL. N.º 3217**

