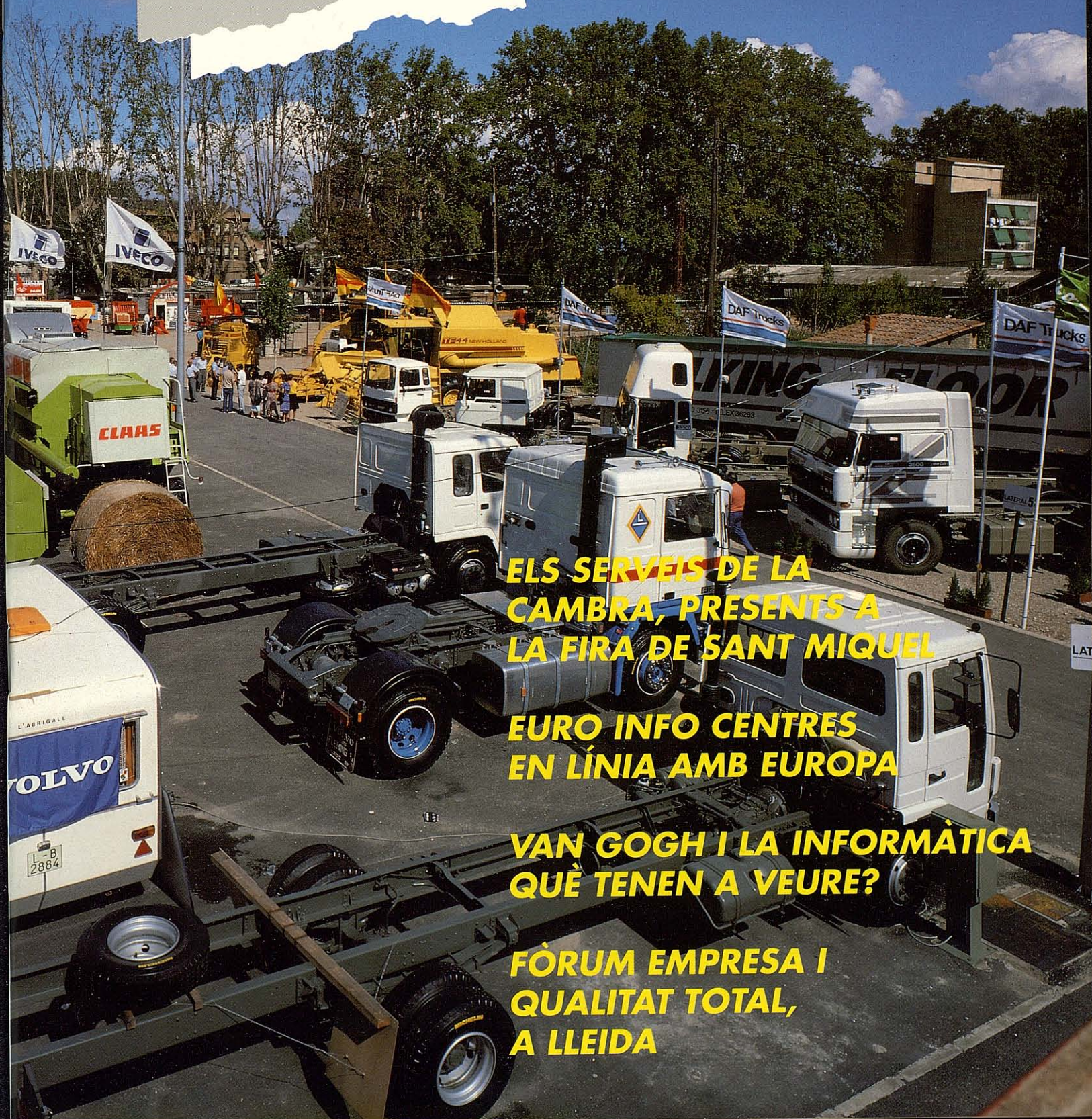
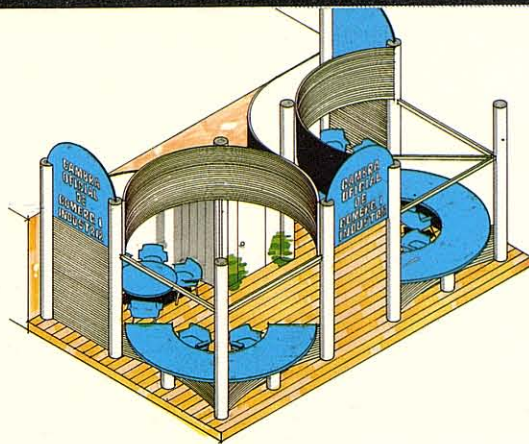


Núm. 1 - setembre 1990  
Revista de la Cambra Oficial de Comerç  
i Indústria de Lleida.

# LLEIDA COMERÇ I INDÚSTRIA



**ELS SERVEIS DE LA  
CAMBRA, PRESENTS A  
LA FIRA DE SANT MIQUEL**

**EURO INFO CENTRES  
EN LÍNIA AMB EUROPA**

**VAN GOGH I LA INFORMÀTICA  
QUÈ TENEN A VEURE?**

**FÒRUM EMPRESA I  
QUALITAT TOTAL,  
A LLEIDA**



**El Gran Sabor.**

## RENOVAR-SE O MORIR

**L**es Cambres de Comerç i Indústria obren les seves portes i finestres. No és que fins ara les tinguessin tancades. És que arriben nous aires, renovadors, que fan necessari una reflexió, un canvi.

Renovar-se o morir. La Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida, juntament amb les altres Cambres de Catalunya, ha escollit la primera opció. Renovar-se d'acord amb un procés general, europeu, que implica de ple l'àmbit empresarial. A nivell estatal, aquest canvi es concretitza amb l'elecció, el passat 18 d'abril, de nou Director del Consell Superior de Cambres d'Espanya -el Sr. Fernando Gómez Avilés Casco-, i amb la modificació del capítol III del Reglament General de les Cambres Oficials de Comerç, Indústria i Navegació d'Espanya, que regula el sistema electoral d'aquestes Corporacions (BOE, Ministeri d'Economia i Hisenda, Reial Decret 816/1990 de 22 de juny).

Parlar del 93 és ja un tòpic. Malgrat això cal parlar-ne encara més. Cal parlar de la necessària modernització de les nostres empreses, del repte que suposa entrar en competència directa amb Europa, del camí que ens hi duu, que no és gens fàcil. El 93 no és un mite, és una realitat molt propera.

Obrir les portes i finestres, en aquest context, és, per a la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida, implicar-se en aquest procés: definir les funcions, la trajectòria a seguir, els objectius -finalment-, a assolir.

Els objectius són clars: preparar amb urgència els nostres comerços i indústries, sensibilitzar-los cara a l'obertura de fronteres que suposaran els canvis previstos per a l'1 de gener de 1993, en definitiva fer-los conscients que -com les mateixes Cambres- cal renovar-se o morir.

Com assolir aquesta fita?

- Com a organisme consultiu de l'Administració, la Cambra de Comerç i Indústria de Lleida té l'obligació de defensar els interessos econòmics, generals i de caire empresarial del seu àmbit d'influència.

En aquest sentit, la Cambra assumeix plenament aquest paper: aconseguir que la província de Lleida sigui inclosa en els ajuts del FEDER, lluitar perquè l'Eix Occidental sigui una realitat, defensar i promocionar les comarques més deprimides de la seva demarcació són tres exemples cabdals d'una tasca que canvia dependent de les circumstàncies. Cara a l'any 1991, ens proposem de seguir lluitant per aconseguir noves fites, sempre oberts al diàleg i a les iniciatives, com a intermediaris que som entre l'empresari i l'Administració.



- En segon lloc, la Cambra es defineix com una entitat de serveis adreçada a l'empresari.

L'Assistència tècnica, l'assessorament i la informació són els tres punts cabdals d'aquesta faceta, donant una importància especial a tot el que fa referència al mercat exterior i l'exportació, però sense oblidar els aspectes de comerç interior que faran possible una bona infraestructura empresarial.

Els Serveis de Fires, de Creació d'Empreses, de Legislació, d'Informació i Assessorament en Comerç Interior, Exterior i Promoció Industrial, la divulgació dels nostres informes tècnics, l'edició d'estudis d'interès empresarial, ... són aspectes que la Cambra de Comerç i Indústria de Lleida ofereix dia a dia, a canvi que l'empresari se'n vagi satisfet, i ben informat.

- Finalment, ens estem preparant per esdevenir un gran centre de formació i reciclatge dels empresaris i quadres directius, perquè creiem que si la informació és important, la formació és essencial.

Durant l'any 1989 la Cambra de Comerç i Indústria de Lleida ha impartit un total de 39 activitats de formació, desglossades en cursos, seminaris, jornades tècniques i conferències, a les quals han assistit 756 alumnes i que han suposat un total de 1.300 hores de dedicació.

Però encara no estem satisfets. Cara a l'any 1991, ens plantegem d'organitzar cursos més especialitzats, a la mida de cada empresa, que permetin als assistents donar aplicacions reals al seu aprenentatge, que els permetin, en definitiva, estar al dia en tot moment.

Renovar-se o morir. Renovar-se i tirar endavant, naturalment. Aquest és el camí que vol seguir la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida. Aquest és el camí que us convidem a seguir, empresaris, com un repte però també com una responsabilitat.

L'objectiu final és una empresa forta i competitiva amb les de la resta d'Europa.

## SUMARI

### **Edició**

Cambra Oficial de Comerç  
i Indústria de Lleida  
C/ Anselm Clavé, 2  
25007 Lleida

### **Elaboració**

Departament de Publicacions

### **Coordinació**

Núria Farrerri

### **Disseny**

Imatge 4

### **Composició i Muntatge**

Departament de Publicacions  
Cambra Oficial de Comerç i  
Indústria de Lleida

### **Impressió**

A. G. DALMAU - Lleida

### **Dipòsit Legal**

L. 1629 - 1990

Els Euro Info Centres  
obren les portes a  
l'Europa Comunitària.  
Euro Info Centres.  
El mitjà d'informació  
més eficaç perquè les  
nostres PIME posin la  
seva empresa en línia  
amb Europa  
Assabenteu-vos-en  
a la pàgina 8.



Van Gogh i la  
Informàtica.  
Què tenen a veure?  
Què té a veure la  
nostra tasca  
quotidiana  
amb un ordinador?  
Què cal saber a l'hora  
de decidir-se per un  
equip informàtic?  
Situeu-se a la  
pàgina 25.



Disseny Industrial.  
Un aspecte bàsic  
per a la projecció  
de l'empresa en  
el mercat.  
Història del  
Disseny Industrial  
i expectatives  
davant una  
situació canviant.  
Pàgina 14.



<b>1</b>	<b>LA NOSTRA PORTADA</b> Els Serveis de la Cambra, presents a la 36a Edició de la Fira de Sant Miquel, amb un estand obert a tothom qui el vulgui visitar.
<b>6</b>	Salutació
<b>8</b>	<b>COMERÇ EXTERIOR</b>
<b>10</b>	Els centres Europeus d'Informació Empresarial Incoterms 1990
<b>12</b>	<b>COMERÇ INTERIOR</b>
<b>12</b>	La Franquícia Associació de Comerciants per carrers de Lleida
<b>14</b>	<b>INDÚSTRIA</b> El Disseny Industrial
<b>17</b>	<b>LEGISLACIÓ</b>
<b>19</b>	El nou NIF Mútues Patronals: Reflexions sobre la reforma
<b>20</b>	<b>LA CAMBRA PER DINS</b>
<b>21</b>	Convenció Internacional Mondial Food Missió Empresarial a Grècia - sector Maquinària Agrícola
<b>22</b>	<b>TRANSPORTS I COMUNICACIONS</b> El Túnel de Viella
<b>24</b>	<b>INFORMÀTICA</b> Van Gogh i la Informàtica
<b>26</b>	<b>MÓN EMPRESARIAL</b> AVENTUR o l'aprofitament dels recursos naturals i turístics del Pallars
<b>30</b>	<b>1r FÒRUM EMPRESA I QUALITAT TOTAL</b>
<b>32</b>	<b>PUBLICACIONS</b>
<b>34</b>	<b>FIRES</b>
<b>35</b>	Fires Internacionals Tèxtils - 1990 Jornades Tècniques Fira Sant Miquel/Eurofruit 1990
<b>38</b>	Recull de Premsa

Aventur. Una empresa pionera en l'aprofitament dels recursos naturals del Pallars. L'oferta més completa en esports d'aventura. Pàgina 26.



Fòrum Empresa i Qualitat Total. Per la millora de la qualitat en l'activitat empresarial. A Lleida, el 27 i 28 de setembre. Informació a la pàgina 30.





Hble. Sr. Lluís Alegre  
i Selga.  
Conseller de Comerç,  
Consum i Turisme

En primer lloc, voldria felicitar la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida per la iniciativa d'editar aquesta publicació, la qual, sens dubte, contribuirà a mantenir un flux d'informació entre l'entitat i els seus electors, pel que fa a tots aquells temes que, d'una manera o altra, afecten el món econòmic en general i a l'empresa en particular.

Voldria aprofitar aquesta ocasió per comentar els objectius de política general del Departament en matèria de comerç, i la seva repercussió a les terres de Lleida.

En matèria de comerç, tenim un gran objectiu, i al mateix temps un gran repte: la modernització de les estructures comercials de Catalunya, tot cercant l'equilibri entre les petites, mitjanes i grans empreses de distribució per tal que el consumidor català tingui una oferta adient a les seves necessitats canviants, tant pel que fa a productes com a tipus d'establiments i formes de comerç.

En aquest sentit, el Departament, des de l'any passat ha establert uns nous programes d'actuació per tal d'estimular la modernització dels establiments, incentivant, amb subvencions a fons perdut, la seva adaptació a les noves exigències del mercat, sobretot quan som davant una fita històrica com l'entrada en vigor, l'1 de gener de 1993, del Mercat Unic Europeu.

Des del govern de la Generalitat i des del Departament, som molt conscients de la importància i de les repercussions de tot tipus que comporta un fet d'aquesta magnitud; és per això que tots plegats hem de fer un esforç per

posicionar l'estructura comercial de Catalunya en òptimes condicions de competitivitat i productivitat.

En aquest sentit, el Departament ha iniciat una campanya de sensibilització que sota el lema Obre el comerç al futur pretén reafirmar aquesta necessitat d'adaptació, oferint el recolzament econòmic a totes aquelles empreses comercials que vulguin modernitzar i informatitzar el seu establiment.

Cal afegir que aquesta línia d'ajuts preveu un tractament diferencial per les actuacions que realitzen els comerços situats a les comarques de muntanya, qüestió que incideix d'una manera especial a les terres de Lleida.

En el sector serveis i, en concret, en el sector del comerç, el factor humà té un protagonisme fonamental; en aquest sentit, el Departament, des de fa temps, duu a terme, a través de les Cambres, Agrupacions, Federacions i Gremis de comerciants, tot un seguit de cursos, seminaris i jornades per tal de donar a conèixer les tendències actuals i futures del comerç, i al mateix temps posar al dia els coneixements tècnics de les persones que desenvolupen la seva vida professional en el sector.

Hem d'adaptar els comerços, però també hem de conèixer les noves tendències i les noves tècniques que permetin una adequada adaptació dels negocis a les exigències del mercat. La combinació entre l'esforç dels empresaris del sector, les organitzacions i entitats que els representen, i el recolzament que trobareu al Departament farà que Lleida i Catalunya tinguin una estructura comercial competitiva i adaptada al temps.



Sr. Ramon Santesmasses  
i Mestre.  
President de la Cambra  
Oficial de Comerç  
i Indústria de Lleida

Lleida. Comerç i Indústria neix com un replantejament de l'antic Butlletí Informatiu de la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida. Neix com una via oberta de comunicació entre la Cambra i l'empresari, però també com un ens d'informació actualitzada del nostre àmbit econòmic i empresarial.

Lleida. Comerç i Indústria neix amb la il·lusió d'un projecte llargament estudiat, que tindrà una continuïtat i anirà consolidant-se a mesura que vagin apareixent nous exemplars, a mesura que aquesta comunicació que pretenem establir amb les nostres empreses sigui del tot directa.

Lleida. Comerç i Indústria pretèn ser, doncs, una nova eina per assolir els objectius que ens hem fixat, que són la contínua informació i assessorament cara a l'empresari. Resta oberta, doncs, a tots els vostres suggeriments, inquietuds o informacions, que com a representants o integrants de l'àmbit empresarial de les nostres comarques vulgueu fer-nos. És més, necessitem les vostres opinions, els vostres estudis, en definitiva us necessitem a vosaltres, perquè aquesta revista tiri endavant i constitueixi, realment, un ens d'informació útil.

Em complau, doncs, de convidar-vos, no solament a fullejar-la sinó també a fer-ne una crítica constructiva, en vista a poder millorar-la en properes edicions. Només així ens sentirem satisfets de la tasca endegada.

No vull acabar aquesta Salutació sense parlar-vos d'un altre projecte que -com Lleida. Comerç i Indústria - la Cambra ha aconseguit recentment. Em refereixo a la

construcció d'una Àrea de Serveis a l'Àrea Niu del Polígon Industrial El Segre, fet que ens permetrà, a partir d'ara, ésser encara més aprop de l'empresari, oferir-li uns serveis més directes, en definitiva, conviure en el seu àmbit més autèntic.

L'Àrea de Serveis compta, actualment, amb una entitat bancària -Banc de Sabadell- i un dispensari de Mútua Lleidatana, a més d'una oficina permanent de la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida. Hi ha, d'altra banda, un local destinat a Cafeteria-Restaurant, una sala d'actes i diversos despatxos. Al primer pis s'instal·laran unes dependències que la Cambra cedirà a l'Associació d'Empreses del Polígon.

El projecte d'aquesta construcció fou aprovat pel Ple de la Cambra el 21 de novembre de 1988, després del qual hom inicià els treballs previs de replantejament i cates, i més tard es convocà el concurs públic per a l'adjudicació de la construcció i de la utilització dels locals. Tot plegat, tot això ara ja és una realitat palpable. L'Àrea de Serveis de la Cambra al Polígon ja ha començat a funcionar, i desitjo molt sincerament que la visiteu i us en serviu tant com cregueu convenient, perquè ha estat planificada i construïda amb un objectiu molt clar: donar serveis.

Espero, doncs, que tant la revista que us presento ara com l'Àrea de Serveis del Polígon constitueixin dues fites significatives en el camí que ens hem fixat per tal d'arribar a un objectiu molt clar: millorar al màxim les nostres empreses. Nosaltres servim a aquesta causa.

COMERÇ EXTERIOR

**E**l projecte del Euro INFO CENTRES forma part del programa de mesures a favor de les Petites i Mitjanes empreses que la Comissió de les Comunitats Europees va promulgar en el DOGC 86/28/1 del 14-11-1986.

**Neix la idea**

La Comissió de les Comunitats Europees, conscient de la problemàtica que suposaria per a les PIMES el mercat únic de 1993, i davant les dificultats d'aquestes per accedir a la informació Comunitària, va presentar, en una Comunicació remesa al Consell, al Parlament i al Comitè Econòmic i Social, una sèrie de mesures per tal de pal·liar aquesta manca d'informació.

Des del mes de setembre de 1987, la Comissió va iniciar la implantació d'aquest projecte dins els Estats membres, encarregant una sèrie de funcions informatives a organismes ja existents, col·laboradors habituals de les PIME disseminats per tot el territori de la Comunitat, com són : Institucions locals, regionals, entitats bancàries i consolats, totes aquestes representatives de la majoria d'empreses de la zona en qüestió.

**Necessitats de les empreses enfront del repte de 1993**

El que veritablement necessiten les empreses és una informació actualitzada per tal d'adaptar-se molt ràpidament a l'evolució tecnològi-

ca, econòmica i social que s'està produint en el nostre entorn.

Aquesta informació ha de cobrir una sèrie d'aspectes:

- La política comunitària amb la seva normativa i els programes d'actuació.
- Temes més específics, com la fiscalitat en cadascun dels dotze països de la Comunitat i els requisits legals d'establiment en cada país.

A més a més, és molt important que tota la informació tramesa a les empreses sigui canalitzada per un únic intermediari; d'aquesta manera s'agilitza el procés d'adaptació.

**Apareixen els EURO INFO CENTRE**

Per assolir totes aquestes necessitats, la Comissió ha creat unes estructures de difusió de la informació, una de les esmentades són els E.I.C.. Tenen com a missió la creació d'uns canals d'informació permanents entre la Comissió de les Comunitats Europees i les empreses.

Aquests EURO INFO CENTRES es troben en organitzacions existents amb força experiència pel que fa a funcions d'ajuda i assessorament a les empreses, com les Cambres de Comerç, atès que coneixen la realitat econòmica i social del seu entorn.

Per aquests E.I.C. ha de circular la informació en els dos sentits; és a dir, informació de les institucions comunitàries cap a les empreses, i de les empreses cap a les institucions.





Molt aviat, quan tots els Euro Info Centres atorgats per la Comunitat Europea siguin operatius, hom trobarà una xarxa de 200 E.I.C. repartits per tota la geografia comunitària.

### Objectius de l'E.I.C.

Els objectius són molt clars i els podríem resumir d'aquesta manera:

- ✓ Donar tota la informació necessària a les empreses pel que fa a qüestions relacionades amb la C.E.
- ✓ Assistir i assessorar les empreses en les possibilitats de participar en les activitats i accions que les Comunitats Europees posin en pràctica, comptant també amb l'establiment de relacions de cooperació de caire durable amb empreses d'altres països comunitaris, ja siguin en la part comercial, tècnica o financera.
- ✓ Servir de portaveu de les empreses davant la Comissió de la C.E.
- ✓ Finalment, la creació d'una xarxa en què el seus integrants s'ajudin mútuament, a fi de facilitar a les empreses la informació màxima tant de caràcter nacional com regional, i fins i tot local.

### Mitjans de què disposen els E.I.C.

Els Euro Info Centres estan dotats d'un personal especialitzat, molt capacitat i amb mitjans d'informació força sofisticats.

La informació a què tenen accés els E.I.C. es pot desglossar en diferents àrees:

- ✓ **AJUT ALS USUARIS:**  
Conté bases de dades com BIANEGUIDE, BROKERSGUIDE, DUNDIS, etc. on es dona informació per obtenir referències d'altres bases de dades i sistemes d'informació que operen a la C.E.
- ✓ **FONS DOCUMENTALS:**  
Bases com (SCAD, BIBLOS) que contenen referències bibliogràfiques respecte a les activitats comunitàries, com també els documents que constitueixen el fons documental de l'ICEX.
- ✓ **INVESTIGACIÓ I DESENVOLUPAMENT:**  
ARCOME, BIOREP, EUREKA, EABS, DOMIS, etc. donen informació de projectes d'investigació, organitzacions dedicades a la investigació, referències de resultats publicats de programes d'investigació i noves tecnologies.
- ✓ **BASES LINGÜÍSTIQUES:**  
HESAURI, IMTRAIUS. Comprèn bases de dades terminològiques amb vocabulari científic i inventari de tots els glossaris estructurals vigents.



✓ **ECONOMIA I INDÚSTRIA:**  
TED, CELEX, ELISE, PABLI, etc.

Conté licitacions de concursos públics de més de 80 països, legislació i jurisprudència d'àmbit comunitari, intercanvi d'idees, acumulació de resultats, informació respecte als projectes de desenvolupament finançats per la C.E. als països A.C.P. i fins i tot l'oferta exportable espanyola.

un total de 33 punts, distribuïts per tota la geografia catalana.

Caldrà, doncs, que les empreses, en aquest repte del mercat únic de 1993 que s'apropa, contactin amb les Cambres de Comerç per posar-se en línia directa amb Europa.

### La Xarxa d'informació a Catalunya.

La totalitat de les tretze Cambres de Comerç Catalanes han signat un conveni mitjançant el qual es constitueix una xarxa d'informació que permetrà que l'Euro Info Centre situat a la Cambra de Comerç de Barcelona, connectat informàticament amb la resta de Cambres de Catalunya i amb el Centre d'informació a Brussel·les, pugui donar tots els seus serveis arreu de les comarques Catalanes.

Les Empreses catalanes podran accedir, en igualtat de condicions, sigui quin sigui el seu lloc d'implantació, a tota la informació que necessitin, simplement dirigint-se a la seva Cambra de Comerç o a les seves Delegacions, on els serveis Tècnics atendran directament les empreses que sol·licitin informació i assessorament de temes relacionats amb les Comunitats Europees.

D'aquesta manera hom obtindrà una veritable xarxa d'informació constituïda per

COMERÇ EXTERIOR

**L** objectiu dels Incoterms és donar un conjunt de normes internacionals per a la interpretació dels termes comercials més usuals en el comerç internacional.

Sovint les parts d'un contracte internacional (contracte compra-venda internacional), ignoren les normes de comerç del país de l'altra part contractant. Això pot provocar desacords, discussions i plets. Per solucionar aquests pro-

blemes la Cambra de Comerç Internacional publicà, el 1936, un conjunt de regles internacionals per a la interpretació dels termes comercials. Hom les conegué com a Incoterms 1936. Posteriorment, hom feu correccions i ampliacions el 1953, 67, 76 i 80, i la darrera el 1990, amb el propòsit d'actualitzar les normes d'acord amb les pràctiques actuals del comerç internacional.

El principal motiu de la revisió actual ha estat la utilització creixent de correu electrònic (fax) en els contractes de compra-venda internacional, amb la consegüent necessitat d'adaptació dels termes comercials. El 1990 és possible l'ús del fax quan les parts han de proveir documents, com per exemple factures comercials, documents de transport, o documents necessaris per al despatx de duana.

Una altra raó important en la modificació dels Incoterms ha estat el canvi en les tècniques de transport. En concret, la creixent utilització de càrrega en contenidors, transport multimodal, ... En els Incoterms 1990 el terme *Free carrier ... named point* (FCA) ha estat adaptat per tal que s'ajusti a tots els tipus de transport, sense tenir en compte la forma ni la combinació d'aquests. En conseqüència, els termes de la versió anterior que tenien algunes formes concretes de transport (*FOR/FOT* and *Fob Airport*), han estat suprimits.

Respecte als termes comercials dels INCOTERMS, aquests han estat agrupats en quatre categories bàsiques, començant pel terme pel qual el venedor posa a disposició del comprador la mercaderia objecte de transacció, en la seva pròpia factoria, magatzem, etc.; aquest grup consta d'un únic terme (*Ex works*, terme E); seguit del segon grup pel qual el venedor efectua el lliurament dels productes a un transportista assignat pel comprador (*FCA, FAS i FOB*, els termes F); continuant amb els termes C, corresponents al tercer grup, pel qual el venedor ha de contractar el transport, però sense assumir el risc de danys i perjudicis de la mercaderia, ni els costos addicionals després de l'embarcament i tramesa (*CFR, CIF, CPT i CIP*); i finalment els termes D, pels quals el venedor ha de suportar tots els costos i riscos fins al lliurament de la mercaderia en el país de destí. (Vegeu quadre amb la nova classificació).

INCOTERMS 1990

NOUS TERMES

INCOTERMS 1980

GRUP E Departure Origen	EXW	Ex Works	EXW
GRUP F Main carriage unpaid port principal impagat	FCA	Free Carrier	FRC
	FAS	Free Alongside Ship	FAS
	FOB	Free on Board	FOB
GRUP C Main Carriage paid port principal pagat	CFR	Cost and Freight	CFR
	CIF	Cost, Insurance and Freight	CIF
	CPT	Carriage Paid To	DCP
	CIP	Carriage and Insurance Paid To	CIP
GRUP D Arrival Destí	DAF	Delivered At Frontier	DAF
	DES	Delivered Ex Ship	EXS
	DEQ	Delivered Ex Quay	EXQ
	DDU	Delivered Duty Unpaid	
	DDP	Delivered Duty Paid	DDP

D'altra banda, cada terme comercial ha estat desglossat en les obligacions de cada part contractant (comprador i venedor), agrupades en 10 apartats:

**Venedor:**

1. Subministrar les mercaderies d'acord amb el contracte.
2. Llicències, autoritzacions i formalitats.
3. Contracte de transport i assegurança.
4. Lliurament.
5. Transferència de riscos.
6. Repartiment de costos.
7. Avís al comprador.
8. Prova de lliurament, document de transport o missatge electrònic.
9. Verificació embalatge-marques.
10. Altres obligacions.

**Comprador:**

1. Pagament del preu.
2. Llicències, autoritzacions i formalitats.
3. Contracte de transport.
4. Rebre la mercaderia.
5. Transferència de riscos.
6. Repartiment de costos.
7. Avís al venedor.
8. Prova de lliurament, document de transport o missatge electrònic equivalent.
9. Inspecció de la mercaderia.
10. Altres obligacions.

**Observacions:**

- En els contractes de compra-venda internacional s'ha d'especificar que estaran sotmesos a les regles dels INCOTERMS 1990.

- La utilització dels Incoterms no significa que en cas de desacord entre les parts contractants, aquestes puguin recórrer a les Regles d'Arbitratge de la Cambra de Comerç Internacional. Per aquesta raó haurà d'especificar-se una clàusula en el contracte.

NOTA: La Cambra de Comerç disposa de la versió original dels INCOTERMS 1990.



CAJA DE AHORROS CAJERO AUTOMATICO



BAR-RESTAURANTE



SERVICIO DE CREDITO EN ELECTRODOMESTICOS



GARANTIA PRYCA EN ELECTRODOMESTICOS



TRANSPORTE ELECTRODOMESTICOS GRATIS



ABIERTO DE LUNES A SABADO DE 9 DE LA MAÑANA A 9 DE LA NOCHE



PARKING GRATUITO PARA 2.100 VEHICULOS



1.500 CARRITOS PARA AYUDARLES A HACER SUS COMPRAS



TARJETA DE FIDELIDAD SOLICITELA Y PODRA PAGAR CON TALON



GALERIA COMERCIAL

CENTRE COMERCIAL

**PRYCA**

LLEIDA

Gran Passeig de Ronda, 63

*Al teu costat*

COMERÇ INTERIOR

**T**enim una franquícia quan un empresari o comerciant accepta signar un contracte amb una altra empresa, normalment més forta i poderosa, la qual li dóna, a canvi

- el nom comercial, la marca, prestigi
- mètodes empresarials i comercials ja provats i que funcionen
- el saber fer

El propietari d'una marca és el franquiciador.

El qui s'adhereix a la franquícia és el franquiciat

**FRANQUICIADOR**

Pot ser un empresari, comerciant, o bé qualsevol professional que hagi obtingut bons resultats d'una determinada tasca, ja sigui empresarial, comercial, de serveis, etc.

És propietari de la marca, la patent, i el nom comercial.

Aporta al franquiciat:

- nom
- gènere
- mètodes comercials o empresarials
- merchandising
- disseny, decoració
- saber fer

**FRANQUICIAT**

També pot ser un empresari comercial o bé qualsevol professional.

Aporta al franquiciador:

- inversió inicial en l'establiment abans del contracte amb el franquiciador
- inversió mínima marcada com a dret o quota d'entrada (lloguer de pisos)
- cànon de vendes establert de molt diverses maneres
- quota de publicitat (comuna a tota la xarxa franquiciada)

A més a més té el deure de complir amb: nom, gènere, mètodes, merchandising, etc.

DADES D'IDENTIFICACIÓ		
Nom de la societat:	FRANQUICIADOR	
Sectors d'activitat		
Adreça		
Telèfon		
Responsable de la cadena:	<i>Persona a qui ens hem d'adreçar, cas que vulguem contactar amb la firma</i>	
HISTORIAL		
Any de creació de la cadena: Inici de la firma franquiciadora com a tal		
Establiments Territori a Espanya	Propis. Franquiciats/Associats.	De la mateixa firma Adherits
Establiments a l'estranger		
Xifra de vendes global	(bruta)	
DADES ECONÒMIQUES		
Canon/Dret d'entrada	Inversió per entrar a la franquícia	
Quota/Royalty de funcionament	Quota per funcionar	
Quota/Royalty de publicitat	Quota per la publicitat	
TIPUS D'ESTABLIMENT		
Població mínima de la zona d'implantació		
Superfície de venda		
Inversió		
Xifra mitjana anual de vendes		

## ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS PER CARRERS DE LLEIDA

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DEL CARRER MAJOR.  
Sr. Joan Miquel Guarro i Callizo.  
Carrer Major, 52.  
Tel. 24 10 36 / 24 15 61.

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DEL CARRER MAGDALENA.  
Sr. Jaume Piñol i Bertran.  
Carrer Magdalena, 39.  
Tel. 23 80 30

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DEL CARRER DEL CARME.  
Sra. Pilar Payá i Gomez.  
Carrer del Carme, 47.  
Tel. 23 74 93.

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DE CAP PONT.  
Sr. Domingo Font i Purroy.  
Av. de València, 14.  
Tel. 20 15 67.

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DE PI I MARGALL.  
Sr. Cugat Tel. 24 09 27

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DE MARTI RUANO.  
Sra. Lluçia Font.  
Martí Ruano, .  
Tel. 26 51 11.

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DEL CARRER REMOLINS.  
Sra. Isabel Dorilla.  
Carrer Remolins, 12.  
Tel. 23 65 00.

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DE ROVIRA ROURE.  
Sr. Enric Aresté.  
Rovira Roure, .  
Tf. 24 97 29 / 26 99 82 / 23 02 27.

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DE RICARD VINYES I BALMES.  
Sr. Miquel Llasera.  
Plaça de Ricard Vinyes, 10.  
Tel. 24 24 00.

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DE BALÀFIA  
Sr. Ramon Palacio i Clusa  
Carrer de la Garrotxa.  
Tel. 24 04 45 / 23 87 13

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DE BLONDEL.  
Sr. Josep Valentines  
Av. de Blondel, 80  
Tel. 27 02 29

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DEL CARRER CAVALLERS  
Sr. Francesc Vila  
Carrer Cavallers, 22  
Tel. 24 15 03

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DE SANT JOAN  
Sr. Ramon Aurellano i Ramos  
Plaça de Sant Joan.  
Tel. 24 20 37

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DE DOCTOR FLEMING  
Sr. Joan Morera i Montesinos  
Doctor Fleming.  
Tel. 23 31 72.

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DE SANT LLORENÇ  
Sr. Josep Vilafranca i Resa.  
Les Monges, 8  
Tel. 27 35 76

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DEL CARRER TEMPLARIS  
Sr. Antoni Egea i Gazquez  
Unió, 11  
Tel. 26 02 18

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DEL CARRER DEMOCRÀCIA  
Sr. Joan Sendra  
Democràcia, 9.  
Tel. 24 75 23 / 24 22 58

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DE SANTA TERESA  
Sra. Montserrat Guardiola.  
Governador Montcada, 9  
Tel. 27 15 92.

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DE PORTAFERRISSA.  
Sra. Esther Lladonosa.  
Clot de les Monges, 2.  
Tel. 24 33 68.

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DE RAMBLA DE FERRAN  
Sr. Joan Mestre i Morell.  
Apartat de Correus 14.  
Tel. 23 80 03

ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS  
DEL CARRER DE SANT ANTONI  
Sr. Jordi Mañé  
Carrer de Sant Antoni, 26  
Tel. 27 37 73

### DIFERENTS TIPUS DE FRANQUÍCIA

- . De serveis (hotels i perruqueries)
- . De producció (fabricants = xarxa dist)
- . Industrial (transmissió tecnologia)
- . De distribució (no fabricant, si distribueix la seva marca)

### Què és el saber fer?

Conjunt de coneixements tècnics i comercials relacionats amb la fabricació i la comercialització d'un producte o d'un servei.

S'adquireix a poc a poc, a base d'experiència; el saber fer representa un bé material amb un valor freqüentment important, i ens dóna l'èxit.

Existeixen, a més, diferents tipus de classificacions segons socis i forma de la franquícia.

PROMOCIÓ  
INDUSTRIAL

**F**ins ara el tema disseny era exclusiu de les grans empreses multinacionals o institucions. Ara, gràcies a l'experiència de professionals especialitzats en els diferents sectors industrials, podem aplicar aquesta experiència a la Petita i Mitjana Empresa, a les quals s'adreça especialment aquest article.

Mitjançant aquesta iniciativa, molt empresaris poden gaudir d'una identitat amb què comuniquen el que són, la qual, fins ara, no podien utilitzar per raons pressupostàries.

Per definir què és el Disseny Industrial, podríem fer-ho amb les paraules de l'arquitecte argentí Tomàs Maldonado, que fou Director de l'Escola de Disseny d'Ulm (Alemanya), hereva directa dels ensenyaments de la Bauhaus, i que va definir-lo com *una activitat creadora l'objectiu de la qual és determinar les quantitats formals dels objectes que produirà la indústria. Aquestes quantitats formals no són només els aspectes externs, sinó principalment aquelles relacions estructurals i funcionals que converteixen un sistema en unitat coherent, tant des del punt de vista del fabricant com de l'usuari. El Disseny Industrial s'estén fins abastar tots aquells aspectes de l'ambient humà que es troben condicionats per la producció industrial.*

És important la relació establerta entre el disseny i la

indústria, i, en general, el creixent protagonisme dels valors intangibles en la configuració del producte comercial; aquest és un aspecte bàsic per a la projecció de l'empresa en el mercat.

El disseny del producte es configura com una arma clau en la lluita per la competitivitat mitjançant l'aportació constant d'aspectes diferencials, tant pel que fa a la funcionalitat del producte com a la seva imatge formal. Tant es així, que pocs productes, ja siguin de consum o industrials, poden quedar fora de qualsevol de les àrees d'intervenció del disseny en l'empresa, entenent per disseny un conjunt d'intervencions orientades a explorar no solament les possibilitats del producte en si sinó també les que es deriven de la imatge que pot projectar qui el produeix o el comercialitza.

### Breu història del Disseny Industrial al nostre país

Si fem un molt breu resum de la història del disseny industrial al nostre país, constatem que Catalunya comença a incorporar el disseny dins la seva estructura industrial ja en el segle XVIII, quan apareix, gràcies a la Manufactura d'Indianes de cotó, la primera escola de disseny al nostre país. L'extraordinària qualitat d'aquestes manufactures d'Indianes de Barcelona obre el gran mercat que afavorirà la necessària acumulació de capitals per al segon procés d'industrialització: la fabricació de maquinària i la indústria pesada.

Durant la segona meitat del segle XIX sorgeix la necessi-

tat de crear escoles tècniques -escoles de disseny- per a les diferents necessitats de la societat. En aquest sentit, homes com Sampere i Miquel, José de Manjarrés, i Miquel Badia, i entitats com l'Associació d'Arquitectes o els mateixos municipis reclamen que s'iniciïn, es desenvolupin, o s'adaptin els estudis per tal de tenir cobertes unes necessitats del camp de la producció que d'una altra manera no se solucionen, o bé es resolen per mitjà de la importació.

---

És important la relació establerta entre el disseny i la indústria, i, en general, el creixent protagonisme dels valors intangibles en la configuració del producte comercial; aquest és un aspecte bàsic per a la projecció de l'empresa en el mercat.

---

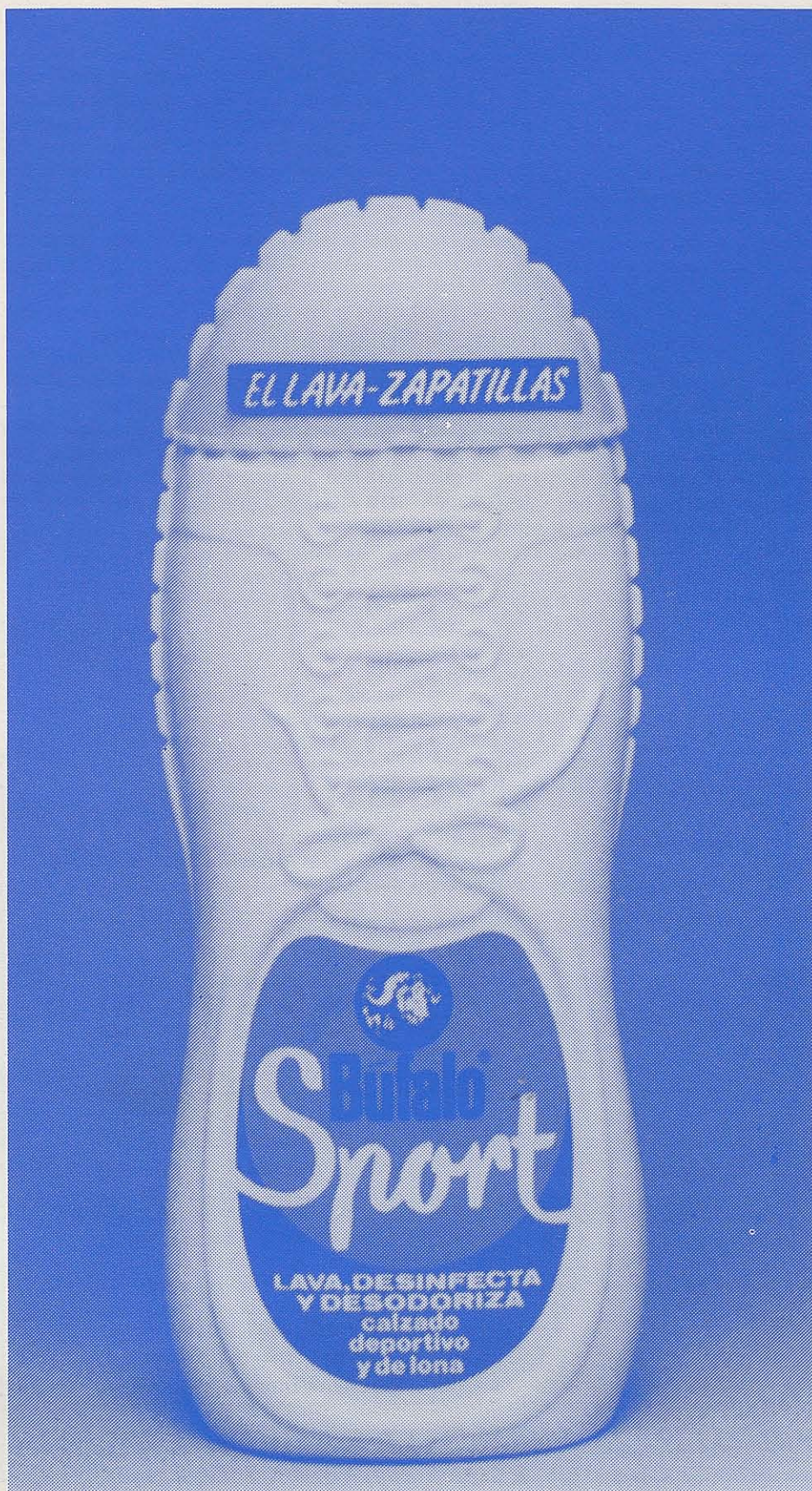
Si examinem el procés de desenvolupament de la indústria durant el segle XIX, constatem que es van dibuixant les perspectives del futur del disseny industrial, de les quals una serà fonamental: donar cos als nous productes de la indústria, omplint de significació els estris de la vida quotidiana i adaptant aquesta a les necessitats pròpies del nou tipus de societat, com també als individus que s'hi desenvolupen.

D'aquesta manera, els objectes que produeix la indústria al segle XX es van transformant a un ritme tan trepidant com la mateixa societat. Així, els productes de la primera dècada d'aquest segle es caracteritzaran per l'apogeu de la burgesia urbana, mentre que els de la tercera època - els feliços vint- ens forniran un model de disseny adaptat al sorgiment de les professions liberals.

A aquests nous factors respon el desenvolupament de l'*Art Déco* o *Estil 25*, de gran importància al nostre país, i que permetran la introducció de noves concepcions en el camp del disseny. En aquest sentit cal remarcar l'obra de Josep Mainar i Santiago Marco.

Les mateixes preocupacions són presents a tot el moviment racionalista que, provinent d'Europa i Amèrica, serà assumit pel grup GATEPAC, i més profundament a Catalunya pel GATPAC. Dins aquest moviment cal destacar l'obra dels arquitectes Sert, Torres Clavé, i altres components del grup durant la dècada següent.

L'experiència truncada de la II República i la crisi posterior afectaran el disseny fins al punt que no en podem parlar fins a finals dels anys quaranta. És en aquest moment quan alguns pioners com Marquina, Pey, Ricard, Marinello, Bastardes, Galí, Milà i, anteriorment, Bonet, intentaran donar un significat als productes industrials. Paral·lament, a Madrid es desenvolupen algunes activitats entorn del disseny, destacant la



Societat d'Estudis per al Disseny Industrial, promoguda pels arquitectes Carlos de Miguel, Luis Feduchi i Javier Carvajal. Les seves realitzacions es basen sobretot en l'experiència europea que, acabada la II Guerra Mundial, reprèn el camí truncat. Durant els anys cinquanta apareix el grup R, que intentarà reprendre l'experiència anterior a la Guerra Civil. A partir d'aquí s'intensificaran els contactes amb l'estranger en congressos, reunions i viatges, tots encaminats a l'associació de professionals i a la projecció internacional.

Durant els anys seixanta es crea l'ADI associat al FAD, s'institueixen els premis Delta i s'inauguren les escoles de disseny, amb unes intencions que permeten esperar un desenvolupament més científic de les tasques del dissenyador. D'aquestes escoles sorgiran les noves generacions que intentaran abordar tant els problemes tècnics com els conceptuals, per aconseguir una major coherència del producte amb la realitat del nostre país, i enfocant-ho tot des del prisma humanista que és propi del disseny.

**Expectatives davant d'una situació canviant. El futur del disseny industrial.**

Gaudeix de general acceptació la idea que el món i les societats que formen la humanitat es troben en un període de transició. Malgrat tot, el que és clar és que el detonant de la crisi econòmica que arrossega la social és l'encariment desmesurat del cost de l'energia i de diverses matèries primeres com a conseqüència.

Tot això posa en qüestió uns models socials que es remeten a la idea que els

#### PROMOCIÓ INDUSTRIAL

recursos naturals són inextinguibles, per la qual cosa es converteixen en una amenaça per al medi natural per la seva actitud devastadora i negligent envers els elements essencials del sistema.

Amb la crisi de la societat industrial apareix també el fenomen dels excedents de mà d'obra i productius, amb la qual cosa el debat sobre el lleure i l'ocupació que fa pocs anys era tractat amb aires d'utopia, adquireix carta de naturalització en una societat que no pot generar ocupacions suficients per al seu potencial de població activa.

Per superar aquestes contradiccions i recuperar una

força moral capaç de mobilitzar les societats cap a un futur possible, caldrà molta imaginació, creativitat, generositat i ciència. L'aportació de la cultura del Disseny a aquesta comesa pot ser essencial, entre altres raons perquè bé s'ha dit que el disseny constitueix una disciplina pont entre les tècniques i les humanístiques, en la seva concreta tasca d'ajustar els sistemes i productes de la tècnica a les capacitats perceptives, operatives i intel·lectuals de l'home.

Pot ser la darrera oportunitat per abordar la fusió de les dues cultures, la científicotècnica i la humanística, a l'encalç d'una noció de progrés diversa a la que ha regit fins als nostres dies. I aquesta nova noció potser compregui la idea de tornar al ciutadà la capacitat per utilitzar quotidianament uns principis científics que li permetin desenvolupar-se amb tecnologies que domini i no el dominin a ell; que el

facin més responsable sobre les conseqüències de qualsevol procés d'artificialització o que, a la fi, el facin més participatiu en els processos de gestió, producció i distribució d'uns recursos.

No s'ha de descartar la síntesi, en benefici de l'home, que podria donar-se entre, per un part, els amplis moviments utopistes els últims anys, com els ecologistes, la cultura alternativa o allò de bell de les petites ciutats, i l'aplicació conscient de tot el que posen a les nostres mans les innombrables conquestes tecnològiques, si el fi és l'home i no la seva destrucció.

En aquestes pinzellades del que és el Disseny Industrial i la seva evolució històrica al nostre país hom ha volgut reflectir la seva importància com a element bàsic de competitivitat per a les empreses, el valor afegit que suposa per aquestes, com també la transcendència que implica en la inversió, en la producció i en la racionalització de la producció.

En una economia cada cop més internacionalitzada i competitiva, hem de ser conscients que tant l'empresa com el producte s'han de modernitzar, incorporant noves tecnologies, nous dissenys i ampliant la perspectiva als mercats exteriors.

**MENSAJEROS  
RADIO**

**MISSATGERIA URGENT**

198 oficines a Espanya  
i amb connexions en tot el món

**MIRW**  
WORLDWIDE COURIER

**TRUQUIN'S. SOM AL SEU SERVEI!!!**

Lleida, Avgda. de les Garrigues, 13, entresol

Tàrrrega, Doctor Riu, 7, baixos

Vielha, Avgda. del Pas d'Arro, 15, 1r. 1a. D

Telèf. 20 57 58

Telèf. 31 30 68

Telèf. 20 60 00

URBÀ - «a l'instant»

PROVINCIAL, REGIONAL I NACIONAL - «avui per avui»

PROVINCIAL, REGIONAL I NACIONAL - «lliurament el matí següent»

INTERNACIONAL

Informi-se'n **900 100 128** trucada gratuïta

**\* TRAMESA NOCTURNA LLIURADA AMB RETARD NO TINDRÀ CÀRREC**



## LEGISLACIÓ

**E**l Reial Decret 338/1990 de 9 de març, pel qual es regula la composició i la forma d'utilització del Número d'Identificació Fiscal (NIF) es publica al BOE número 63 de data 14 de març i la seva entrada en vigor està prevista pel proper 1 de setembre de 1990.

Aquesta disposició desenvolupa el manament de l'article 113 de la Llei 33/1987 de 23 de desembre de Pressupostos Generals de l'Estat pel 1988, article que disposa que les persones jurídiques, com també les Entitats sense personalitat a què fa referència l'article 33 de la Llei General Tributària, hauran de tenir un número d'identificació fiscal per les seves relacions de naturalesa o amb transcendència tributària.

A més de la disposició abans esmentada, la idea d'un NIF té uns antecedents més llunyans, i hem de remuntar-nos fins al Decret de 29 de gener de 1954, que creà un índex de les Entitats subjectes a la Tarifa 3a de la Contribució d'Utilitats, disposició desenvolupada per les Ordres de 10 d'abril de 1954, 11 de juny de 1963 i 25 de febrer de 1965. El Decret 2423/1975 de 25 de setembre regula el Codi

d'Identificació Fiscal de les persones jurídiques i Entitats en general, configurant un Codi d'Identificació per les societats i altres Entitats.

Però ha estat l'article 113 de la Llei de Pressupostos Generals de l'Estat pel 1988 el que ha suposat la confirmació per mitjà d'una

norma amb rang de llei, l'existència d'un sistema d'identificació de les persones i entitats subjectes de drets i deures en la gestió tributària.

El Reial Decret 338/1990 aconsegueix el manament legal de regular reglamentàriament la composició del NIF, com també la forma en que aquest haurà d'utilitzar-se en les relacions de naturalesa o amb transcendència tributària.

L'esmentat Reial Decret consta de 15 articles, 3 disposicions addicionals, una transitòria i una disposició final.

#### Entrada en vigor.

L'1 de setembre de 1990, data a partir de la qual les relacions de naturalesa o amb transcendència tributària que s'iniciïn, es produeixin o continuïn, es regiran per la normativa del Reial Decret. No obstant això, la disposició transitòria segona fixa un termini de tres mesos comptats a partir de l'entrada en vigor, perquè els titulars de comptes bancaris o dipòsits de valors en Entitats o establiments de credit d'obertura o constitució anterior a l'entrada en vigor del Reial Decret facilitin el NIF a cadascuna de les Entitats de credit amb què operin, establint-se l'obligació que les Entitats de credit

comunicuin a l'Administració tributària els comptes i altres operacions respecte a les quals el titular no hagués facilitat el seu NIF.

#### Àmbit subjectiu.

Tota persona física o jurídica tindrà un NIF per les seves relacions de naturalesa o amb transcendència tributària.

També el tindran les Entitats sense personalitat a què fa referència l'article 33 de la Llei General Tributària, que inclou, entre altres, les comunitats de propietaris en règim de propietat horitzontal, els Fons de Pensions o d'Inversió Mobiliària, com també les Agrupacions d'interès econòmic i les unions temporals d'empreses.

#### Composició.

Respon a la idea de fonamentar-se en codis o números d'ús actual, i serà el següent:

-per les persones jurídiques i Entitats sense personalitat, el Codi d'Identificació que s'assigni d'acord amb el Decret que regula el Codi d'Identificació de les persones jurídiques i Entitats en general.

- per les persones físiques de nacionalitat espanyola, el número del seu DNI seguit del corresponent codi o caràcter de verificació (lletra majúscula que haurà de constar en el propi DNI).

També es preveu la composició del NIF de les persones físiques que no tinguin nacionalitat espanyola, el dels espanyols menors de 14 anys i els estrangers menors de 18.

#### Forma d'utilització.

Els empresaris i professionals l'hauran de fer constar a les factures i altres documents que expedixin o rebin com a conseqüència de les operacions que realitzin o en les quals intervinguin, i a més, tenen l'obligació de fer constar el NIF d'altres persones amb què s'estableixin



relacions econòmiques o professionals, en els documents, declaracions o comunicacions amb transcendència fiscal.

#### LEGISLACIÓ

A més, haurà d'utilitzar-se en determinades relacions amb transcendència tributària, entre les quals podem destacar les següents;

- Percepció i pagament de rendiments del treball personal depenent o procedents del capital mobiliari.

- Adquisició o transmissió de valors o actius financers amb rendiment implícit.

- Escritures i documents

que tinguin per objecte la constitució, adquisició, transmissió, modificació o extinció de drets reals sobre béns immobles.

- Operacions amb entitats de credit.

- Operacions d'assegurança o financeres amb entitats d'assegurances.

- Aportacions a Plans de Pensions.

Els subjectes passius o obligats tributaris hauran de consignar el seu NIF en totes les declaracions, comunicacions o escrits que presentin davant l'Administració Tributària. Cas de no tenir-lo, s'haurà de fer constar aquesta circumstància, i l'Administració el podrà assignar d'ofici.

#### Assignació del NIF.

Pot ser a instància de l'obligat tributari o d'ofici.

Les persones físiques que puguin ésser titulars de relacions jurídiques de naturalesa tributària, i particularment, els empresaris i professionals, hauran de sol·licitar-lo abans de començar les seves activitats en territori espanyol.

Les persones jurídiques i Entitats hauran de sol·licitar-lo dins els 30 dies següents a la data de la seva constitució o establiment en territori espanyol, tenint caràcter provisional fins que no s'hagi aportat la còpia de l'escriptura o el document fefaent de la seva constitució i dels Estatuts socials, com també la certificació de la seva inscripció, quan procedeixi, en qualsevol registre públic. També es podrà assignar un NIF a persones jurídiques o entitats en període de constitució.

#### Acreditació del NIF.

Mitjançant l'exhibició de la tarja expedida a l'efecte, del DNI o d'un document oficial en què hi consti el NIF. També es podrà acreditar per mitjà de comunicació realitzada pel obligat tributari de manera fefaent, essent responsable de la seva veracitat.

# CONSORCI PER A LA NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA

CENTRE DE NORMALITZACIÓ  
DE LLEIDA



LEGISLACIÓ

**A**quests dies s'està debatent al Parlament Espanyol la Llei de Pressupostos per a l'any 1990, que comporta d'esquillada i amb una Disposició Addicional, concretament la catorzena, una substancial reforma de les condicions d'actuació de les Mútues, i les situa a les portes d'una transformació molt important de l'actual context assegurador dels accidents de treball.

La Disposició Addicional del Projecte de Llei de Pressupostos/90 estableix com a requisits mínims per poder continuar col.laborant les Mútues Patronals en la gestió de la Seguretat Social:

- a) Un mínim de 50 empresaris associats
- b) Un mínim de 30.000 treballadors assegurats.

La reforma legislativa present atorga a les Entitats que actualment no arriben als mínims exigits en el Projecte Llei, un període transitori de 3 anys per a la seva adaptació, o bé a través de la consecució d'aquests mínims, o bé a través de la unió o fusió amb altres entitats. Això suposarà que de l'actual panorama de les Mútues d'accidents de treball, en què hi ha un nombre aproximat de 122 entitats, en restin una 50, aproximadament, ja sigui amb la seva actual denominació i estructura, ja sigui amb la creació de noves entitats per fusió o absorció.

És convenient, però, tenir clar que aquesta veritable reconversió que suposa la reforma legislativa no és conseqüència, com ha succeït amb d'altres activitats, d'una crisi del sector, -que tret de rares excepcions individuals no ha existit-

Per això els criteris sustentadors de la reforma no han estat criteris de solvència econòmica sinó d'estructuració i limitació del nombre d'entitats, en un intent de crear macroentitats que, pensem, no milloraran el servei que actualment donen moltes d'aquestes entitats més petites.

Per tant, aquest període transitori tampoc no suposarà per als empresaris associats en aquestes Entitats cap tipus de risc, ni econòmic ni de cobertura, per les raons abans esmentades, i pel peculiar estatut jurídic de les Mútues Patronals. Cal recordar que els Fons d'aquests Organismes col.laboradors de la Seguretat Social pertanyen precisament a aquesta, i el sistema de recaptació es fa mitjançant l'INSS, és a dir, l'empresari no paga directament les seves quotes a la Mútua, sinó que a través de les cotitzacions mensuals de la Seguretat Social ho ingressa a l'INSS, i aquest posteriorment ho abona a les Mútues.

Aquesta reforma legislativa és criticable des de diferents punts de vista, i la Mútua Lleidatana ha tramès als grups polítics que ho han demanat una sèrie de consideracions que, en resum, són les següents:

1. La proposta legislativa respon únicament a criteris quantitius de treballadors i empreses, i no a criteris de qualitat de serveis o solvència econòmica.
2. Suposa una greu limitació a un dels principis orientadors de l'esperit del mercat lliure europeu: la lliure competència, ja que el seu efecte impedeix, restringeix o falseja aquest principi, i amb una consideració de previsible institucionalitat pels mateixos motius.



3. Vulnere la llibertat d'opció i associació dels empresaris que actualment i per voluntat pròpia han constituït entitats d'accidents de treball amb el seu perfecte compliment de les obligacions legals.

4. L'augment desorbitat que suposa passar d'un mínim de 2.000 treballadors en la normativa anterior a 30.000 treballadors establerts pel projecte i amb un període tan limitat de 3 anys.

5. El servei que les Mútues han anat realitzant des de principis de segle (fins i tot abans de la creació de la Seguretat Social) ha estat totalment satisfactori per a empreses i treballadors.

6. La normativa del projecte suposa la creació de macroentitats, i fulmina radicalment el tradicional esperit Mutualista, que especialment a Catalunya ha tingut una tradició històrica, social i econòmica de primer ordre, ja que aquestes macroentitats s'allunyen de les bases, que són els mutualistes, i la participació democràtica dels elements socials que la componen es veu mediatitzada per la pròpia dimensió del nou organisme, sense que això comporti una millora del servei.

En aquest context es troba la Mútua Lleidatana, que ocupa el núm. 62 en el Ranking de les 122 Mútues Patronals existents, una de les poques entitats financeres genuïnament lleidatanes que resten, i que en el temps de la seva creació (l'any 1925) va ésser l'aglutinador d'il.lusions de persones que en aquells moments representaven un dels elements més dinàmics de la societat lleidatana, motiu pel qual ha d'adreçar tots els esforços, en primer lloc a aconseguir els requisits exigits durant aquest període transitori de 3 anys, amb el suport de tots els sectors socials de les Terres de Ponent, apel.lant en aquest sentit a la motivació que l'empresariat lleidatà ha demostrat sempre a l'hora de donar suport a projectes amb els quals se sentin identificats; i, en segon lloc, si les circumstàncies impedeixen reeixir en aquest projecte, i aconsellen la Fusió, aquesta s'haurà de realitzar amb d'altres Entitats que, com la Mútua Lleidatana, són les dipositàries de la tradició històrica Mutualista a Catalunya, i que d'aquesta manera sigui possible el màxim de respecte i reconeixement de l'identitat i personalitat de la Mútua Lleidatana.

## 1. CONVENCIO INTERNACIONAL MONDIAL FOOD

## 2. MISSIO EMPRESARIAL A GRECIA - SECTOR MAQUINARIA AGRICOLA

### LA CAMBRA PER DINS

# 1

Del 5 al 8 de juny se celebrà, a l'Hotel du Golfe en Deauville (França), la convenció **Mondial Food**, en què hi participaren la Cambra Oficial de Comerç i Indústria juntament amb quatre empreses de Lleida.

Aquest certamen consisteix en un conjunt de reunions a nivell individual entre compradors de tot el món i exportadors, principalment d'Espanya i França, en què totes les empreses pertanyen al sector alimentari. Enguany hi participaren 170 empreses, 70 compradors i 100 exportadors.

Els compradors que hi assistiren provenien de països d'Europa, els Estats Units, el Japó i l'Àrabia Saudita, representant, sobretot, importants cadenes d'hipermercats i distribuïdors, com *Euromarche*, *Kongsgruppen*, *Agrifrance S.A.*, *Trader's Joe Co.*, *Schenell and Gut*, *Takashimaya Co. Ltda.*, etc.

El mecanisme del Certamen és el següent: les entrevistes es programen prèviament; hom edita un llibre de tots els compradors assistents, amb les seves característiques i els productes en què estan interessats; hom realitza el mateix amb els exportadors i els productes que presenten. A partir d'aquestes publicacions i elecció prèvia de l'exportador i el comprador, es programa el planing de treball de cada empresa per als tres dies que dura la Convenció. El nombre d'entrevistes és

d'unes 20 per empresa.

Els exportadors porten productes per exposar i degustar, i disposen d'una sala per als contactes comercials.

Al mateix temps, els àpats consisteixen en buffets lliures, en els quals hom tasta tots els productes presentats (productes lactis, xarcuteria, oli, conserves, plats preparats, sucres, begudes, condiments, ...)

Entre les empreses franceses participants eren presents: *Leblanc*, *Caves de Roquefort*, *Chocafrance*, *Groupe 3H*, *Brunet*, ...

Les quatre empreses de Lleida i la Cambra de Comerç se situen en un saló habilitat per a les reunions, degustacions i presentació dels seus productes.

La Cambra aprofità aquest Certamen per presentar les seves publicacions i opuscles de les diverses comarques de Lleida, per tal de promocionar-la tant a nivell empresarial com turístic.

La Convenció Mondial Food començà amb una presentació global de tots els productes alimentaris de les firmes exportadores; això permeté poder afegir noves visites al planing de treball de cada empresa.

A continuació hom efectuà la presentació de *Le port de Havre*, promocionat pel Port Autònom i per la Cambra de Comerç de Le Havre, després de la qual hom oferí un sopar.

Una tarda del Certamen fou dedicada a Lleida, durant la qual la Cambra de Comerç i les quatre empreses oferiren una degustació dels seus productes (xarcuteria, cervesa, oli i aigua amb gas), i una presentació de les terres de Lleida, i a continuació tingué lloc un sopar.

Enguany és el tercer cop que se celebra el *Mondial Food*, organitzat per la societat *Adhésion et Associés*. És el primer any que la Cambra hi participa. Els resultats obtinguts han estat qualificats positivament per les empreses lleidatanes assistents, ja que hom efectuà contactes empresarials molt interessants, arribant a possibles acords comercials.



# 2

grecs, per tal d'incrementar les exportacions i la nostra presència en el país esmentat.

El mercat grec és un bon mercat per a les indústries lleidatanes d'aquest sector, ateses les característiques similars que existeixen entre els dos països en el camp de l'agricultura i els seus derivats. Grècia té, actualment, una forta dependència de l'exterior, i concretament dels països de la CEE, alguns d'ells Itàlia, Alemanya i el Regne Unit, els quals ocupen pràcticament totes les importacions de maquinària agrícola en aquest país.

La presència espanyola a Grècia pel que fa a les exportacions en aquest sector és pràcticament insignificant; representa menys del 0,5%, en comparació amb Itàlia que té un 30%, Alemanya un 28% i el

Regne Unit un 6%.

Els productes que les nostres empreses poden oferir es poden comparar en qualitat amb els d'Alemanya i en preu amb els d'Itàlia. Per tant, podem oferir una bona competitivitat enfront d'aquests països, i ocupar un lloc més prominent en el ranking d'importacions grec.

Podem considerar la valoració de la Missió positiva en tots els sentits. Alguns dels contactes duts a terme van ser força interessants, i ens va permetre de conèixer la situació del mercat grec en el sector de la maquinària agrícola, els seus canals de distribució i la problemàtica duanera que hi pot haver.

En definitiva, podríem dir que hom va preparar bé el camí per a properes operacions que ens permetran d'entrar amb més força a Grècia.

Del 21 al 27 de maig es va dur a terme una Missió Empresarial del sector Maquinària Agrícola a Grècia, organitzada per la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida. Cinc empreses de Lleida, fortament relacionades en aquest sector, hi varen participar, acompanyades per un tècnic de la Cambra.

L'objectiu de la missió era prendre nota de la situació del mercat grec en el sector de la maquinària agrícola, estudiar els canals de distribució en aquest país i mantenir contactes amb Associacions industrials i distribuïdors



TRANSPORTS  
I COMUNICACIONS

Catalunya és un país extraordinàriament complex, d'una morfologia accidentada, que concentra la seva població a la franja costanera, on també es desenvolupa la major part de l'activitat econòmica.

Per contra, existeixen extenses àrees de territori poc poblades, amb abundància de recursos naturals, que han sofert un procés acusat de despoblament. Les terres de Ponent exemplifiquen aquest procés amb la situació de comarques com el Pallars o les Garrigues.

A finals del segle XX, el desenvolupament econòmic d'un país passa per un model d'ocupació territorial que depèn directament i exclusiva de l'estructura de comunicacions que aquest país té implantat.

Pel que fa a la vessant de les comunicacions per carretera, la infraestructura viària del nostre país no s'ha de limitar a anar a remolc de les necessitats del tràfic de vehicles, definit amb la famosa IMD (Intensitat Mitjana Diària de Vehicles), sino que s'han de tenir en compte els factors socio-econòmics i d'ordenació del territori que ha de suportar.

És per això que la Cambra, com a institució de dret públic que vetlla per la prosperitat econòmica i social dels ciutadans de Lleida i província, intentarà infor-

mar-vos, tot utilitzant aquesta revista com a eina de divulgació, mitjançant un seguit d'articles, de la preocupació per les comunicacions que aquesta ha demostrat al llarg de la seva història.

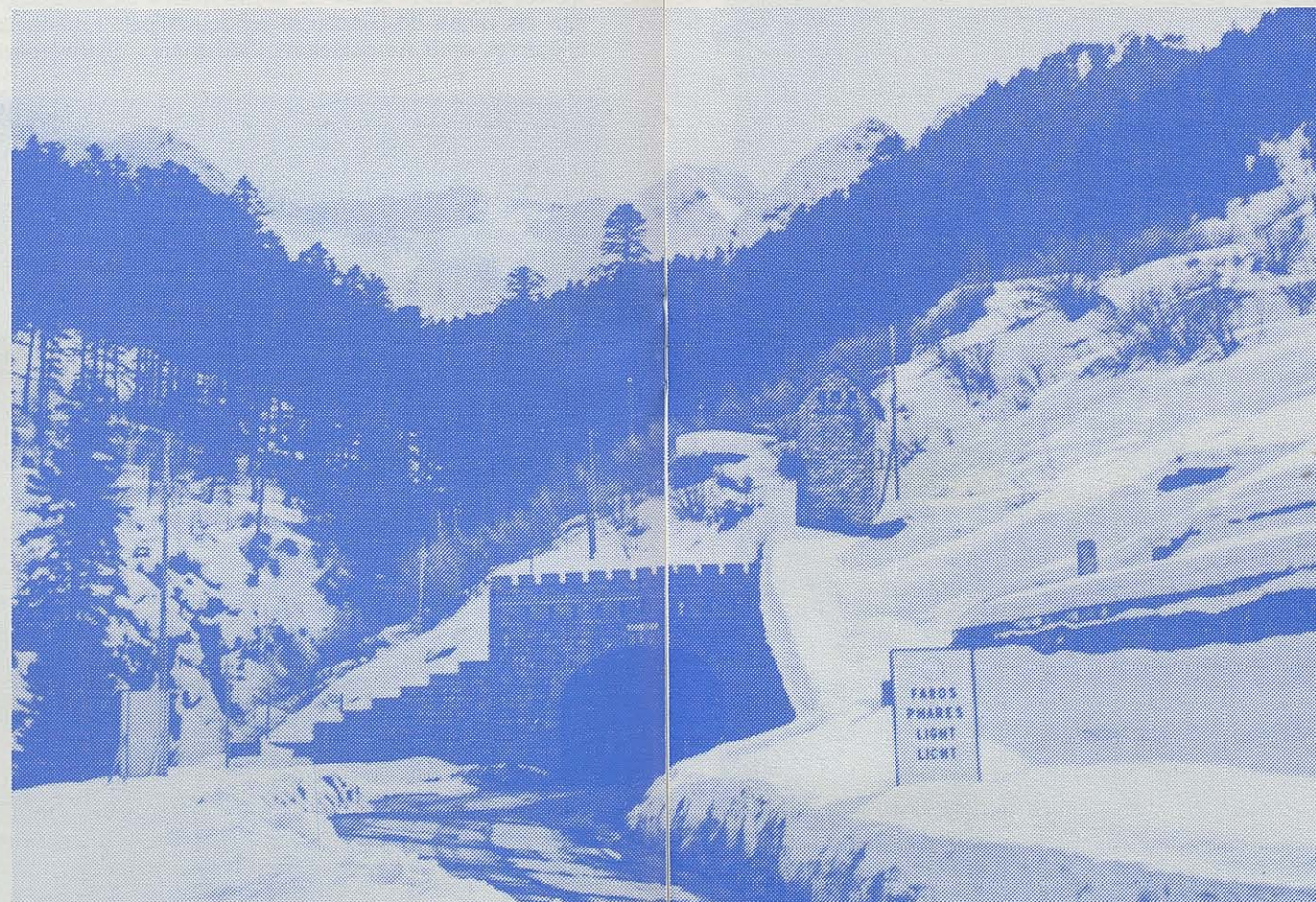
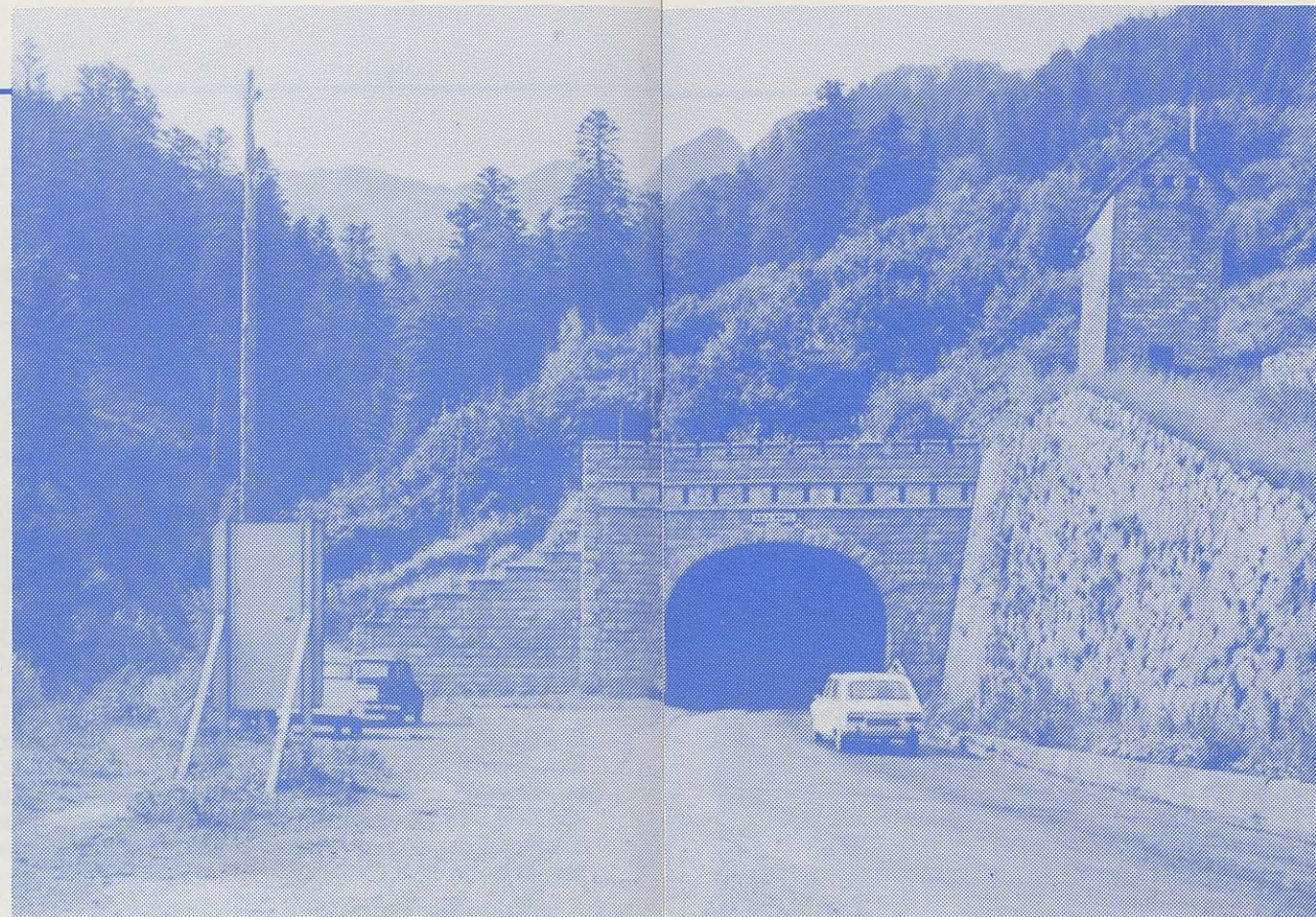
En aquest primer article volem fer una aportació documental històrica del túnel de Viella, aprofitant aquest fons documental com una eina més per reivindicar una necessitat territorial reconeguda històricament.

EL TÚNEL DE VIELHA

És la solució ideal per travessar fàcilment i directa els Pirineus pel centre, i també, en relació amb aquest projecte, té el gran avantatge que ja existeix.

En un principi, malgrat tot, el túnel no va ésser construït amb aquesta finalitat: el seu objecte era assegurar que la Vall d'Aran - la vall superior de la Garona, políticament espanyola, però geogràficament francesa, encerclada al sud per altes muntanyes nevades-tingués una relació permanent amb Espanya, tant a l'hivern com a l'estiu.

Quan el rei Alfons XIII va anar, el 6 de juliol de 1924, a la Vall d'Aran, amb motiu de la inauguració de la ruta del Port de la Bonaigua, es va adonar que aquesta via natural de comunicació no s'utilitzaria més que a l'estiu, -de fet d'abril a setembre- i que la vall estaria, durant la meitat hivernal de l'any, separada d'Espanya. Llavors va prometre solemnement als aranesos que faria perforar en túnel la barrera muntanyosa que tancava la vall.



seria el Túnel de Viella, que desembocaria a l'altra vall de la Noguera Ribagorçana.

Els treballs del túnel es van començar el 1926; havia de ser una de les realitzacions de la dictadura de Primo de Ribera. Però aquesta s'acaba quan solament s'havia construït una galeria d'exploració. La situació no havia canviat quan, al 1936, va esclatar la Guerra Civil: Encara el 1944 només hi havia un estret passadís, una mena de passatge en el qual, a vegades, calia arrossegar-se.

De fet, el túnel no es va acabar fins al 1948, i sota la pressió d'esdeveniments militars i polítics. La invasió de la vall pels guerrillers republicans, el 1944, va demostrar la dificultat en la defensa d'aquest durant l'hivern. Llavors es va fer evident que era necessari un contacte permanent entre Espanya i la Vall, tant a l'hivern com a l'estiu: estratègicament, política, subsidiària i econòmica. Va ordenar-se l'acceleració dels treballs. El General Franco el visità el 1947, quan va inaugurar la central hidroelèctrica de Viella. I el túnel fou inaugurat el 23 de maig de 1948, i travessat per la primera caravana automobilística. Les instal·lacions es van acabar entre el 1950 i el 1952.

Es tracta d'una construcció considerable i grandiosa. L'alçada de la galeria és de 8 metres; l'amplada, tenint en compte les dues vores de 0,50 metres que cobreixen les dues cunetes d'escapament d'aigua, igualment de 8 metres, deixant 7 metres a l'alçada. La mitjana del pendent és de 3%; la boca nord és a 1.400 metres d'altitud i la boca sud a 1.630 metres, amb una lleugera escarpa a

500 metres de la boca sud. El túnel és en línia recta. Així, el pas dels automòbils no és gens difícil. L'enllumenat, assegurat durant molt de temps per bombetes elèctriques espaiades de 150 a 200 metres, era suficient. Però durant l'estiu de 1964 es va instal·lar una il·luminació de sodi, que va permetre als vehicles circular amb llum de població (curtes). El problema de la ventilació era bastant greu, feia massa vent, ja que la diferència de temperatura de les cares nord i sud de la muntanya comporta que el túnel faci de xemeneia. Per trencar la violència del corrent d'aire es va instal·lar un sistema de cambra d'aire amb portes de fusta a la cara nord.

El túnel és accessible en tot temps; la gelada de la ruta d'accés al costat nord es mínima, ja que el canal que arriba del riu Nere (vall suspesa a Viella sobre la de la Garona), té uns vessants oberts i solans.

Des de llavors, per aquest túnel de Viella passa tot el tràfic de la Vall d'Aran, i el Port de la Bonaigua ha quedat un xic abandonat, excepte pels camions de transport i per un feble corrent turístic.

La Vall d'Aran retroba així la seva orientació secular -el Port de Viella ha estat sempre l'accés a Espanya, i duia el nom de Porthus Hispania- (L'Hospici de Viella, dels pelegrins de Compostel·la (1.501), a la Vall de la Noguera Ribagorçana en dona fe.

Per aquesta raó, s'ha convertit en un dels eixos bàsics en les relacions a través dels Pirineus.

INFORMÀTICA

*La màquina no pot fer res per si sola. No obstant això pot fer qualsevol cosa, sempre que sapiquem dir-li com fer-ho.*

*Lady Ada Augusta Comtessa de Lovelace*

**A**questa frase fou dita fa 150 anys aproximadament, per la primera programadora de la història, filla de Lord Byron i ajudant de Charles Babbage, dissenyador de la màquina analítica.

Malgrat tot, encara haurem d'esperar un segle abans de l'aparició del primer ordinador.

I a ningú no se li escapa l'evolució que ha sofert el món tecnològic en els darres anys. Pensem, per exemple, en qualsevol automòbil, des que van sortir fins ara, i veurem aquest avenç. El mateix succeeix amb la informàtica. Els primers ordinadors estaven restringits a grans empreses i grans espais, mentre que ara és ben fàcil de veure'n un en qualsevol oficina.

De la mateixa manera que passa amb els cotxes, d'ordinadors, en tenim molts models. I és aquí on podriem plantejar-nos la primera qüestió: Quin ordinador



*Imatge de l'Autoretrat de Van Gogh digitalitzada. Mitjançant un ordinador amb monitor color, una tarja gràfica, una impressora de 9 agulles, un scanner i el software adient, hem passat la imatge impresa en el paper a l'ordinador, i d'aquí a la impressora*

comprar? Doncs no és una pregunta ben feta, perquè no es tracta tan sols de comprar una màquina i connectar-la, sinó que necessita més coses per funcionar. I, sens dubte, el més important són els programes: allò que tècnicament anomenem SOFTWARE.

Significa això que abans d'escollir el model hem d'escollir el programa? Doncs sí, o almenys fer les dues coses alhora, sempre que haguem dut a terme un estudi per definir correctament els objectius a aconseguir i els processos a informatitzar.

Podem tenir el millor ordinador del món i que aquest no ens serveixi per res, si no disposem del programa que adequat a les nostres necessitats.

Comprar l'equip informàtic i després estudiar i escollir el/s programa/es ens podria portar al fet que les característiques d'aquest no es corresponguessin amb les de l'ordinador que tal vegada ja tenim sobre la taula. La inversió, en qualsevol sistema informàtic, només es justifica quan aquesta ens aporta un estalvi de recursos sense retardar-nos la feina.

Que l'ordinador sigui un aparell útil i pràctic no vol dir que funcioni sol; hem de ser conscients que necessitem

uns coneixements bàsics del seu funcionament, com també dels programes que utilitzarem. Aquest fet no té perquè aturar-nos, al contrari, si el tenim present ens permetrà d'aconseguir una informatització de la nostra empresa sense decepcions. No negligim, doncs, en l'àmbit empresarial, els plans de formació i els plans d'aprenentatge, a l'hora de fer l'estudi d'un projecte d'informatització.

Ens trobem davant un món que per a una sèrie de gent és nou i desconegut, amb molta informació que ens desinforma; doncs tranquils i endavant...

Els venedors de hardware i/o de software ens bombardejaran amb paraules que

potser no hem escoltat mai: memòria RAM, memòria ROM, microprocessador, sistema operatiu, driver, tarja gràfica, scanner, mouse, autoedició, base de dades, ... És important que sapiguem què ens estan venent a l'hora de comprar; cal saber, per exemple, que no ens cal un scanner per portar la comptabilitat, ja que és un aparell per digitalitzar imatges, i la informació a tractar en una comptabilitat són lletres i números, i no imatges; cal saber, també, que un programa d'autoedició no és adequat per portar el control d'estocs i sí que ho és per editar una publicació.

**Compren sabent que comprem.**

# Aquí, a IFR, Solucions Informàtiques del seu Nivell.

**Consulteu-nos!**



**I.F.R.s.a.**  
**INFORMATICA**

Gral. Britos, 2 - 3.<sup>o</sup>  
Tel. 973-24 94 26  
25007 LLEIDA



## AVENTUR, O L'APROFITAMENT DELS RECURSOS NATURALS I TURÍSTICS DEL PALLARS

### MÓN EMPRESARIAL

**E**l seu Gerent ha estat classificat per Actualidad Económica com un dels 100 millors empresaris de l'any 1989 del país; l'empresa ha obtingut el Diploma al Mèrit Turístic atorgat per la Generalitat de Catalunya, el primer Premi de Marketing Winners d'ESMA i el primer Premi del Centre d'Estudis Tècnics i Turístics 1990. A les seves instal·lacions es va celebrar el Campionat de Tir a l'Arc de Catalunya, i anirà al Campionat del món de Rafting que se celebrarà pel mes de juny. Mitjançant la casa SONY, està rodant un spot televisiu de mig minut que promociona l'esport del Rafting i la comarca, i, a més, està en negociacions amb dos sponsors.

Estem parlant d'AVENTUR (ESPORTS D'AVENTURA AL PIRINEU), que aviat complirà tres anys d'existència, des que, el 1987, tres empresaris i un grup d'aficionats al Rafting crearen el primer Club de Rafting d'Espanya, amb la intenció d'incrementar el turisme a la comarca de la Noguera Pallaresa. Van posar-hi 2 milions de pessetes, amb les quals compraren una barca i pagaren els monitors, a més d'invertir en publicitat.

Després d'aquesta prova pilot, amb dues embarcacions i un total de 1.063 persones que ja coneixien el Rafting, van iniciar la temporada 88, amb força èxit.

L'any 1989, amb l'increment de professionals i de material, hom va constituir una societat que facilitaria a tothom de gaudir del màxim

de serveis possibles. 22.000 persones van passar per les instal·lacions de l'empresa.

Actualment, AVENTUR disposa de 35 barques i 250 equips per a la pràctica de nombrosos esports d'aventura:

#### **Hydrospeed**

Descens pel riu en un giny (una mena de trineu), amb un vestit especial i unes sabates de granota.

#### **River-Ski:**

Esquí de riu.

#### **Bus-Bob:**

Descens pel riu en una barca especial de forma allargada.

#### **Kayak:**

Un dels esports d'aventura més coneguts per tothom. Es pot perfeccionar amb l'eslàlom i l'esquimotatge.

#### **Canoe:**

Esport similar al kayak, amb l'avantatge que permet fer descensos compartits amb d'altres companys i un Trainer dins la mateixa embarcació. Ideal per fer travesses de llacs.

#### **Rafting:**

L'esport rei d'AVENTUR. Emocionant descens per aigües vives dins una embarcació pneumàtica en grups màxims de 8 persones.

#### **Pointing - Penjapont:**

Descens des dels ponts.

#### **Mountain-Bike**

**Bicicleta de muntanya:**  
Descens en bicicleta espe-



cial de muntanya, seguint trajectes marcats, per diversos punts de la muntanya.

#### **Descens de barrancs**

Els clients poden fer ràpels fins a 7 metres, tobogans d'aigua, salvar obstacles, etc.

---

Amb empreses com AVENTUR, hom ha aconseguit canalitzar la demanda cap a uns mesos de baixa ocupació turística, i, d'altra banda, l'afavoriment de la infraestructura de la zona en general.

---

#### **Aerostació:**

Esport que combina la calma de la seva pràctica, l'emoció i el vertigen de l'alçada, i l'al·licient de tenir temps per admirar els més mínims detalls del paisatge des d'una exposició privilegiada.

#### **Trekking:**

Seguiment de les rutes de muntanya, amb recorreguts diferents, des d'un dia fins a una setmana, aprofitant la xarxa de refugis de muntanya de la comarca.

#### **Escalada:**

Iniciació a l'escalada i, per al qui ja tenen experiència, seguiment de les vies de dificultat mitjana o extrema de tot el Pirineu, coneixent alhora les rutes de muntanya.

**Horseback:**

Passeig o excursió a cavall per la muntanya. Es pot practicar sense tenir cap mena d'experiència.

**Heli-Trip:**

L'helicòpter facilita múltiples activitats esportives o de lleure, sense oblidar l'emoció de l'alçada, la velocitat i l'admiració del paisatge. Permet de combinar diferents esports, com parapent, rafting i trekking.

**Tir amb arc:**

Esport de precisió i de concentració per retrobar l'equili-

bri corporal i la distensió necessària després d'haver practicat un esport d'acció i d'aventura.

**Parapent- Paracaigudisme de pendent:**

L'art de volar.

**Paracaigudisme****Raf -Bois - Programa especial per a nens**

Han estat organitzats trams per a nens de 7 a 12 anys. Es tracta d'un descens tranquil i sense perills per a aquesta edat.



Seguint la mateixa línia, AVENTUR també compta amb l'oferta de la pràctica de l'esquí: Ski Neu Verge, Ski Muntanya, Ski Extrem, Ski Bumps, Heli-Ski, Ski Nòrdic i Ski Competició constitueixen les modalitats de l'esport blanc que hom ofereix als clients, amb la particularitat que són aquests, els clients, els qui escolleixen les pistes on volen practicar qualsevol d'aquests tipus d'esquí, sense limitació fronterera. Un cop el client ha fet la tria, els monitors es desplacen a les pistes escollides per tal de conèixer-les a priori.

#### MÓN EMPRESARIAL

Podem, doncs, apreciar, que l'empresa AVENTUR, des de la seva creació, no solament ha augmentat el material sinó també l'oferta. De fet, és la primera empresa europea quant a diversificació d'ofertes.

L'expansió d'aquesta empresa ha estat possible gràcies a diverses causes:

✓ La publicitat ha estat molt ben canalitzada. Hom hi ha invertit molts diners, per tal de donar una imatge concreta. Aquesta imatge és la d'una empresa de serveis totalment innovadora: ofereix al client un ampli ventall de possibilitats esportives, però no solament això. Practicar aquests esports és, en certa mesura, una manera de viure, una manera de combatre l'estress de la gran ciutat, del treball quotidià. AVENTUR aposta per la vida sana, i adreça la seva oferta cap a una classe mitjana-alta, com una nova forma d'ocupar els finals de setmana, o les vacances.

Opuscles informatius a tot color, posters, videos on s'il·lustren els esports

esmentats, assistència a fires, contactes amb l'estranger... aquest ha estat el marketing publicitari d'AVENTUR.

L'any 1989, amb l'increment de professionals i de material, hom va constituir una societat que facilitaria a tothom de gaudir del màxim de serveis possibles. 22.000 persones van passar per les instal·lacions de l'empresa.

✓ Els qui actuen de monitors -els trainers- no solament són bons professionals sinó també es coneixen el país com el palmell de la mà. D'aquesta manera, el client sap que no ha d'estosar-se a la muntanya, o al riu. És conscient que té al seu costat algú que, en un moment de perill, sabrà actuar. A més, existeix un contacte continu entre un grup de socorristes -que estan sempre a l'espectativa- els monitors i les oficines de l'empresa, mitjançant una xarxa d'aparells de connexió telefònica.

✓ L'oferta d'esports es complementa amb activitats i comoditats posteriors a la jornada: les instal·lacions gaudeixen de Bar, Braseria, Piscina, Parc infantil, Sala de video, i preus molt especials en els hotels i apartaments.

Però el més important d'AVENTUR és el fet que s'hagi constituït en un nou al·licient turístic que explota els molt elements naturals de Pirineu, fins ara pràcticament infrautilitzats. La gent s'havia acostumat a concebre el Pirineu com a zona turística hivernal, en que

Però el més important d'AVENTUR és el fet que s'hagi constituït en un nou al·licient turístic que explota els molt elements naturals de Pirineu, fins ara pràcticament infrautilitzats.



l'activitat més important era l'esquí. A tot estirar, la gent anava al Pallars a practicar la pesca -i, en aquest cas, el turisme és majoritàriament estranger, francès concretament.

Aquest fet provocava una alta ocupació turística durant l'hivern, i, en canvi, els mesos de calor, l'afluència de turisme era més aviat baixa.

Amb empreses com AVENTUR, hom ha aconseguit canalitzar la demanda cap a uns mesos de baixa ocupació turística, i, d'altra banda, l'afavoriment de la infraestructura de la zona en general: anar a fer Rafting també vol dir menjar en Restaurants, dormir en Hotels, comprar material esportiu, ...

El fet de parlar de la millora de les condicions del Pallars -i zones deprimides com aquesta- està, en certa manera, de moda. Hom parla de millora de les vies de comunicació, d'explotació dels seus recursos naturals, de més infraestructura turística... En aquest context, AVENTUR esdevé un ingredient més per contribuir a atènyer a aquestes fites, al mateix temps que s'ha constituït com una empresa forta, dinàmica, productiva i en expansió. (I al Pallars manquen empreses!)

AVENTUR té, doncs, una doble importància.

Així doncs, felicitem sincerament els qui formen part d'Esports d'Aventura del Pirineu, i els desitgem que segueixin treballant, i ampliant les seves possibilitats com a empresa.

## 1r FÒRUM EMPRESA I QUALITAT

### PER UNA CULTURA EMPRESARIAL DE QUALITAT

La preocupació bàsica de les empreses durant la dècada dels 90 és la millora de la qualitat. Aquest és el secret que ha portat el Japó al lideratge mundial en molts mercats i que ja han descobert moltes empreses europees i americanes. Per qualitat s'entén fer les coses correctes a la primera. Fer les coses correctes significa enfocar l'empresa a satisfer les necessitats del client i fer-ho a la primera vol dir no cometre errors. Així es pot aconseguir, alhora augmentar, el valor dels productes i serveis i reduir costos, és a dir, que la qualitat és gratuïta.

La qualitat no es limita únicament a les característiques físiques dels productes, sinó també als serveis. La qualitat ha deixat de ser un afer estrictament reservat als enginyers. Cada vegada més creix la proporció de servei en l'activitat empresarial, de manera que en molts mercats és tan important per al client l'amabilitat en el tracte com el producte.

Aconseguir sensibilitzar una organització cap a la qualitat no és fàcil, però hi ha multitud de tècniques disponibles un cop hom ha conscienciat els responsables de la necessitat de millorar la qualitat. Aquestes tècniques tenen en comú promoure un estil de direcció participatiu, que desenvolupa al màxim les capacitats i la responsabilitat dels treballadors.

El 1r Fòrum Empresa i Qualitat Total pretén difondre aquesta cultura empresarial. Tant de bo que ajudi a incrementar la competitivitat de Lleida com a cercle econòmic a través de la millora en la qualitat de les empreses, comerços i administracions públiques, per afrontar el repte competitiu bàsic de la nostra dècada.

### Comitè Organitzador del FÒRUM

Antoni Grau.  
Josep Rico.  
Vicente Cebollero.  
Joan Albert Arqués.  
Coordinador: Ramon Pujades.

### Secretaria Tècnica del FÒRUM

Joan Albert Arqués.  
Ferran Jové.  
Mercè Sabaté.  
Josep Ramon París.  
Núria Farreny.

### Institucions Assessoras

AECC. Associació Espanyola per a la Qualitat.  
ICT. Institut Català de Tecnologia.  
ACQC Associació de Cercles de Qualitat de Catalunya.  
EFQM. Fundació Europea per a la Gestió de la Qualitat.

### 1r FÒRUM EMPRESA I QUALITAT TOTAL

#### Objectiu del Fòrum

Crear un marc d'opinió i debat, que plantegi amb rigor la necessitat d'una CULTURA EMPRESARIAL de la Qualitat.

#### A qui s'adreça?

A Empresaris, directius i tècnics interessats en la Qualitat com a factor de millora i de competitivitat.

#### Programa

Dia 27: Qualitat en Empreses de Serveis.  
Dia 28: Qualitat en Empreses Industrials.

**NOTA:** El dia 26, Fira de Lleida i La Universitat Tècnica d'Estiu de Catalunya organitzen un seminari sobre POLÍTICA DE QUALITAT ALIMENTÀRIA, dins les Jornades Tècniques d'EURO-FRUIT.

#### Documentació

Hom lliurarà als participants documentació extensa sobre les ponències. Hom farà referència a

nombrosos casos pràctics que permetin comprovar l'aplicabilitat dels conceptes exposats.

#### Lliurament de CERTIFICATS D'ASSISTÈNCIA

Associació Espanyola per a la Qualitat  
Institut Català de Tecnologia

#### Quan i on?

A Lleida, el 27 i 28 de setembre de 1990

Les dates en què se celebra la FIRA DE SANT MIQUEL - EURO-FRUIT són idònies per a la participació d'un bon nombre d'empresaris i expositors, i perquè el FORUM tingui suficient difusió.  
Lloc: Hotel Comtes d'Urgell.

#### Informació i Inscripcions

Cercle d'Economia de Lleida.  
Tel. 23 78 22 / 23 97 64  
Fax 23 03 29

Cambra de Comerç i Indústria  
Tel. 23 61 61  
Fax 24 74 67

**Inscripció:** Places limitades per rigorós ordre d'inscripció.  
Data límit 20 de setembre.

**Preu:** 15.000 ptes.

Jornada Qualitat en Empreses de Serveis.  
15.000 ptes.

Jornada Qualitat en Empreses Industrials.

#### Reserva Hotel - Viatges Iltida

Tel. (973) 21 12 54  
Fax (973) 21 12 55  
(973) 27 46 87



## 1r FÒRUM EMPRESA I QUALITAT TOTAL

### Dia 27: QUALITAT EN EMPRESES DE SERVEIS

#### 9.00-9.30

Lliurament de documentació.  
Exposició bibliogràfica i documental sobre temes de Qualitat en col.laboració amb l'Editorial DIAZ DE SANTOS, S.A.

#### 9.30-10.30

**BENVINGUDA**  
Jordi Capdevila. President Cercle d'Economia de Lleida.  
Antonio Escudero. President Associació Espanyola Qualitat.  
Antoni Siurana. Alcalde de l'Ajuntament de Lleida.

#### PRESENTACIÓ DE LA JORNADA

Hble. Sr. Josep Lluís Alegre. Conseller de Comerç, Consum i Turisme.

#### 10.30-11.30

##### PONÈNCIES

**ESTRATÈGIES PER MANTENIR LA FIDELITAT DEL CLIENT.**  
José Luis Belío.  
Responsable per a Europa dels Serveis de Consultoria de Marketing.

#### TÈCNiques DE GESTIÓ DE LA QUALITAT EN EMPRESES DE SERVEIS.

Jaume Ribera.  
Departament de Direcció de Producció i Operacions. IESE.

#### 11.30-12.00

Descans. Cafè.

#### 12.00-13.00

**RESULTATS DEL PLA DE MILLORA DE QUALITAT.**  
Pere Ezcura.  
Cap de Qualitat de Serveis de la Caixa.

#### COL·LOQUI. PRESIDENT DE MESA:

J. Luis Villa de la Torre. President de la Secció de Qualitat en Serveis.  
Associació Espanyola per a la Qualitat.

#### 13.00-14.00 CONFERÈNCIA

**LA QUALITAT EN ELS SERVEIS COM A FACTOR PRIMORDIAL DE L'EXPO-92**  
Antonio Peláez Toré. Director Departament de Coordinació de Serveis. Secretaria de Planificació de l'EXPO-92.

#### 14.00 DINAR

Assistència d'Alfred Molina. President de Foment del Treball.  
Lliurament de Distincions a la Difusió de la Qualitat.

#### 16.00-17.30 PONÈNCIES

**QUALITAT EN LA DISTRIBUCIÓ COMERCIAL.**  
Lluís Martínez-Ribes. President de S & D, Consultor de la CEE en Distribució Comercial. Professor d'ESADE.

**ELS SISTEMES D'INFORMACIÓ D'ATENCIÓ AL CLIENT-**

#### CIUTADÀ.

Àngel Ros. Coordinador de Serveis d'informació de Base.  
Ajuntament de Barcelona.

#### COL·LOQUI. PRESIDENT DE MESA.

Ramon Pedrós. Sots-Director General de Mitjans de Comunicació.

#### 17.30

##### CLOENDA DE LA JORNADA.

Enric Gras. Director General de Comerç i Serveis de la Generalitat.

#### 18.00

##### Visita FIRA SANT MIQUEL - EUROFRUIT

### Dia 28: QUALITAT EN EMPRESES INDUSTRIALS

#### 9.00-9.30

##### Lliurament de documentació.

Exposició bibliogràfica i documental sobre temes de Qualitat en col.laboració amb l'Editorial DIAZ DE SANTOS, S.A.

#### 9.30-10.30

##### BENVINGUDA

Ramon Santesmases. President Cambra de Comerç i Indústria.  
José Luis Valero. Secretari General de l'Associació Espanyola Qualitat.  
Ramon Companys. President de Diputació.

#### PRESENTACIÓ DE LA JORNADA

Miquel Puig. Director General d'Indústria de la Generalitat.

#### 10.30-11.30

##### PONÈNCIES

#### IMPLANTACIÓ DE PROGRAMES DE QUALITAT TOTAL

Joan Josep Rotger. Director de Qualitat Industrial.  
ICT. Institut Català de Tecnologia.

#### LA QUALITAT COM A ESTIL DE VIDA.

Josep M. Freixes Cavallé. Vicepresident del Consell d'Administració de MAI. United Technologies.

#### 11.30-12.00

Descans. Cafè.

#### 12.00-13.00

##### PROGRAMES DE CERCLES DE QUALITAT A ESPANYA I EUROPA.

Jordi Esteller. Empresa AMES.  
President Associació de Cercle de Qualitat de Catalunya.

#### COL·LOQUI. PRESIDENT DE MESA:

Florentí Mañà Turbí. Degà Col·legi Enginyers Tècnics Industrials de Catalunya.

#### 13.00-14.00

##### CONFERÈNCIA

##### "PLAN NACIONAL DE CALIDAD INDUSTRIAL"

J. Ramón F. Cienfuegos. Sots-Director General de Qualitat Industrial.  
Ministeri d'Indústria i Energia.

#### 14.00

##### DINAR

Assistència de l'Hble. Sr. Antoni Subirà. Conseller d'Indústria.  
Lliurament de Distincions a la Difusió de la Qualitat.

#### 16.00-17.30

##### PONÈNCIES

Desenvolupament Empresarial.  
ODE.

#### PLA DE FORMACIÓ PER A LA MILLORA DE LA QUALITAT.

Antoni García Santamaría.  
Director de Quality Management School.

#### COLOQUI. PRESIDENT DE MESA:

Pere Esteve Abad.  
President Associació Enginyers Industrials de Catalunya.

#### 17.30

##### CLOENDA DEL FORUM.

Lectura de Conclusions.

#### 18.00

##### Visita FIRA SANT MIQUEL - EUROFRUIT.

**PUBLICACIONS**

**D**urant l'any 1989, la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida ha estructurat el Departament de Publicacions, davant la necessitat progressiva de coordinar, d'una banda, els textos susceptibles d'ésser difosos pertanyents als diversos Departaments, i d'altra banda, de reestructurar les publicacions periòdiques futures.

La finalitat i la raó d'ésser d'aquest Departament és doble:

- La difusió de les activitats de la Cambra, a fi que l'empresari estigui periòdicament assabentat.

- La constant informació de tots els aspectes que giren al voltant de l'empresa, a través i per mitjà de l'edició d'estudis, anàlisis econòmiques, informes tècnics, i, en general, tot el que fa referència a l'àmbit empresarial.

A partir d'aquests objectius, les publicacions es divideixen en tres tipus:

**✓ Publicacions periòdiques**

- Revista informativa
- Circulars informatives corresponents a diversos Departaments
- Memòria anual d'activitats
- Col·laboracions a revistes d'altres entitats.

**✓ Publicacions no periòdiques**

- Edició d'estudis específics, informes tècnics, anàlisis econòmiques, etc.

✓ Catàlegs, opuscles, guies, ... que contenen informació divulgativa sobre aspectes molt concrets de l'àmbit empresarial.

Finalment, l'aspecte de la difusió es contempla amb l'organització i posada en marxa d'un servei de subscripció i distribució de les publicacions, a fi que hi hagi un contacte directe entre la Cambra i els destinataris concrets a qui van adreçades aquestes.

Per alleujar i sistematitzar aquesta tasca hom ha comptat amb la instal·lació d'un equip informàtic especialitzat en disseny i autoedició que permet l'elaboració pròpia de les publicacions.

Durant l'any 1990 el Departament de Publicacions ha començat a funcionar plenament.

- En primer lloc, hom ha continuat col·laborant en els *Quaderns del Comerç*, publicació mensual del Consell de Cambres de Catalunya, les planes centrals dels quals contenen informació bàsicament de Comerç Interior- sobre cada Cambra de Catalunya.

- Els diversos Informes -dedicats bàsicament a fires i missions comercials- han estat dissenyats i editats per aquest Departament, fet que ha facilitat la seva difusió i també la seva imatge.

- Hem elaborat i dissenyat la Memòria d'Activitats corresponent a l'any 1989, una eina molt útil per difondre les activitats que duu a terme una Cambra de Comerç i Indústria,

- Hem coordinat i confeccionat la present revista, que anirà consolidant-se a mesura que vagin apareguent números successius.

Cara a l'any 1991, pensem seguir treballant perquè el Departament de Publicacions de la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida constitueixi un mitjà d'informació i difusió útil i eficaç, adreçat a l'àmbit empresarial.

# SERVEI DE FORMACIÓ

**Cambra de Comerç i Indústria de Lleida**

## Cursos tardor 1990

**Formació de responsables intermitjans a l'empresa**

**Qualitat total a l'empresa**

**Gestió de compres d'indústria**

**Dependents de comerç**

**Aparadorisme**

**Promoció i animació comercial**

**Gestió de PIMES**

**Impost sobre societats**

**Informàtica per a joves**

**Anglès comercial**

**Informe-vos-en.  
SERVEI DE FORMACIÓ  
Tel. 23 61 61**

El Departament de Publicacions de la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida, recentment estructurat, té com a finalitat principal l'edició de publicacions, estudis i informes tècnics d'interès per a l'àmbit econòmic i empresarial de les terres de Lleida.

Actualment el Servei de Publicacions disposa de:

## PUBLICACIONS



**La fruta dulce. Sistema Comercial.**  
Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida, 1989



**Memòria 1989**  
Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida, 1990



**Las reglas del Mercado para las Empresas. La libre competencia**  
Consejo Superior de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación Madrid, 1989.



**Catálogo de Subcontratación. Lleida.**  
Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida, 1990

## ESTUDIS I INFORMES TÈCNICS



**Informe Misión Empresarial de fruta fresca a Xile**  
Departament de Comerç Exterior. Abril 1990



**Informe Fira Emo** (Hannover)  
Departament d'Indústria 12-20 setembre 1989



**Informe Fira Batimat** (París)  
Departament d'Indústria 7-14 novembre 1989



**Informe Fira SITEF** (Toulouse)  
Departament d'Indústria 17-22 d'octubre 1989



**Informe Fira Alimentaria 1989** (Barcelona)  
Departament Agroalimentària 3-8 març 1989



**Informe Misión Empresarial del Sector Fruta Fresca a Alemania Occidental e Italia**  
Departament de Comerç Exterior Març 1989



**Informe viaje a Hungría**  
Estudi econòmic Departament de Comerç Exterior Març 1990



**Informe Misión Empresarial del Sector Maquinaria Agrícola a Grècia**  
Departament d'Indústria Maig 1990

**FIRES**

**RELACIÓDE FIRES**

**CONTEMPORARY**

Presentació de les darreres novetats de Moda  
Internacional  
MILA (Itàlia)  
5/9 octubre

**SPOSAITALIA**

Exposició de vestits de núvia i accessoris  
MILA (Itàlia)  
5/9 octubre

**MODIT**

Presentació Internacional de la Moda femenina de prima-  
vera i estiu  
MILA (Itàlia)  
5/9 octubre

**INTERSTOFF**

Fira Internacional de teixits per vestir  
FRANKFURT (Alemanya)  
23/25 octubre

**ESMA**

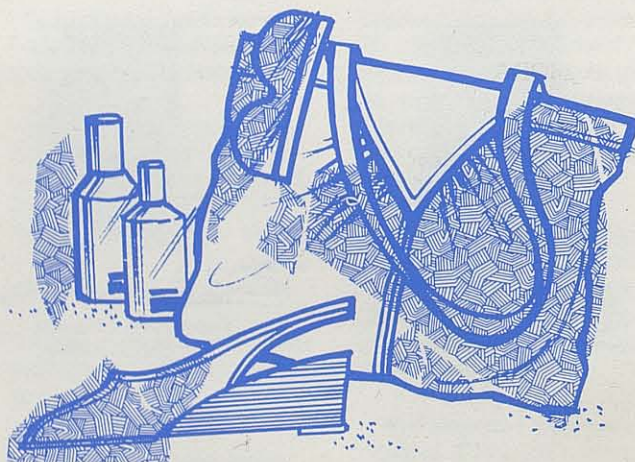
Exposició Internacional del Punt  
MILA (Itàlia)  
4/6 desembre

**FASHION FABREX**

Exhibició de Teixits de Moda  
LONDRES (Regne Unit)  
octubre

**NYFS**

Saló de Teixits per la confecció  
NOVA YORK (Estats Units)  
octubre



**EXPOSICIO INTERNACIONAL DEL PRET-A-PORTER  
FEMENI I SECCIO BOUTIQUE**

PARIS (França)  
20/23 octubre

**MODAIN**

Fira de Teixits i Accessoris  
MILA (Itàlia)  
2/4 octubre

**IGEDO 2 DÜSSELDORF**

Fira Internacional de la Moda  
DÜSSELDORF (Alemanya)  
21/23 octubre

**CONTEMPORARY**

Presentació de les darreres novetats de Moda  
Internacional  
MILA (Itàlia)  
5/9 octubre

**NAMSB**

Moda Masculina  
NOVA YORK (Estats Units)  
21/24 octubre

**SPOSAITALIA**

Exposició de vestits de núvia i accessoris MILA (Itàlia)  
5/9 octubre



#### MODIT

Presentació Internacional de la Moda Femenina de primavera i estiu i accessoris  
MILA (Itàlia)  
5/9 octubre

#### MILANOVENDEMODA STUDIO

Moda Femenina Italiana. Roba i complements MILA (Itàlia)  
5/9 octubre

#### MODE-WOCHE-MÜNCHEN

Saló Internacional de la Moda  
MUNICH (Alemanya)  
7/9 octubre

#### MILANO COLLEZIONI

Moda Femenina. Presentació de les col·leccions de prêt-à-porter  
MILA (Itàlia)  
7/11 octubre

#### GTHFA

Fira del Regal, Joguines, Articles per la llar +i Accessoris de Moda  
MANILA (Filipines)  
10/14 octubre

#### DECOTEX

Saló Internacional de la Llar i Tèxtils NOVA YORK

(Estats Units)  
11/13 octubre

EXPOSICIO MUNDIAL DE MAQUINARIA I MATERIALS DE CONFECCIO HONG-KONG (Hong-Kong)  
12/22 octubre

#### MODEFORUM OFFENBACH

Forum de la Moda de la Fira Internacional d'articles de Pell  
OFFENBACH (Alemanya)  
13/15 octubre

MAGIC Internacional  
Fira Internacional de la Moda Masculina LAS VEGAS (Estats Units)  
15/18 octubre

CTME  
Exhibició Internacional de Maquinària Tèxtil PEKIN (Xina)  
15/21 octubre

#### CUBAMODA

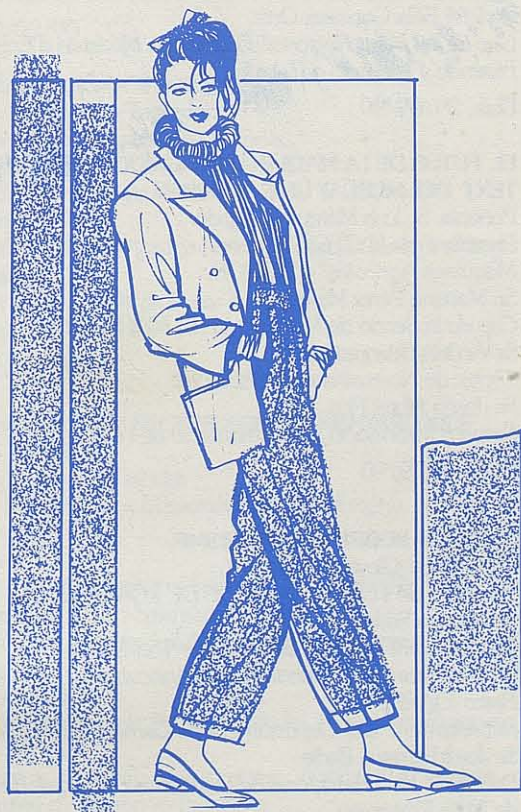
Saló Internacional de la Moda  
LA HABANA (Cuba)  
15/21 octubre

EXPOSICIO INTERNACIONAL DEL PRET-A-PORTER FEMENI I SEC-CIO BOUTIQUE  
PARIS (França)  
20/23 octubre

IGEDO 2 DÜSSELDORF  
Fira Internacional de la Moda, especialitzada en moda de boda, cocktail i nit + accessoris DÜSSELDORF (Alemanya)  
21/23 octubre

IKFS  
Saló Internacional de la Moda Juvenil NOVA YORK (Estats Units)  
21/24 octubre

NAMSB  
Exposició de l'Associació Nacional de compradors de roba esportiva per homes.



## FIRES INTERNACIONALS TÈXTILS

### JORNADES TÈCNiques SANT MIQUEL/ EUROFRUIT 1990

NOVA YORK (Estats Units)  
21/24 octubre

INTERSTOFF  
Fira Internacional de Teixits  
per vestir FRANKFURT  
(Alemanya)  
23/25 octubre

FUTURE FASHIONS  
SCANDINAVIA  
Fira de Moda, Prêt-a-porter  
per homes, dones, nens i  
accessoris  
COPENHAGUE  
(Dinamarca)  
23/26 octubre

TAIPEI FASHION WEEK  
Fira de Tèxtils i Confecció  
TAIPEI (Taiwan)  
26/30 octubre

KUTEX  
Fira Internacional de Tèxtils  
ZAGREB (Iugoslàvia)  
29/31 octubre

FIRA INTERNACIONAL  
DE LA MODA  
KUWAIT (Kuwait)  
31 octubre/7 novembre

TEXTILIA-INA + ILI  
Exhibició de Teixits, fils,  
materials secundaris,  
maquinària i equipament  
per la indústria de la / con-  
fecció  
ATENES (Grècia)  
novembre

FIRA MUNDIAL DE LA  
MODA  
OSAKA (Japó)  
novembre

CHIDEXPO  
Fira Internacional de la  
Moda Infantil i del Jugué  
ABU DHABI (Emirats  
Arabs)  
1/4 novembre

MOTEXPA  
Fira Internacional del Vestir,  
Tèxtils i Accessoris  
ABU DHABI (Emirats  
Arabs)  
1/4 novembre

FIRA DE MODA

MANILA (Filipines)  
3/11 novembre

THAITEX  
Saló Internacional de la  
Indústria Tèxtil BANGKOK  
(Tailàndia)  
7/11 novembre

Interstoff ASIA  
Fira Internacional de la  
Indústria  
de la Confecció  
HONG-KONG (Hong-Kong)  
12/14 novembre

ISPO MIDDLE EAST  
Fira Internacional de  
l'Equipament Esportiu i  
Moda  
ABU DHABI (Emirats  
Arabs)  
13/15 novembre

LINEAPELLE  
Preselecció Italiana de Moda  
Exhibició Internacional de  
Productes bàsics i comple-  
mentaris per al calçat,  
moda, articles i mobles en  
pell  
FLORENCIA (Itàlia)  
15/17 novembre

MOWO  
Fira de Tardor de Berna  
Exhibició de Moda, de la  
casa. Articles per la llar, per  
l'oci i d'artisania  
BERNA (Suïssa)  
16/25 novembre

SALO DE MODA TAR-  
DOR/HIVERN  
SAO PAULO (Brasil)  
20/28 novembre

PORTEX-LAR  
Fira de Tèxtils per la Llar  
OPORTO (Lisboa)  
21/24 novembre

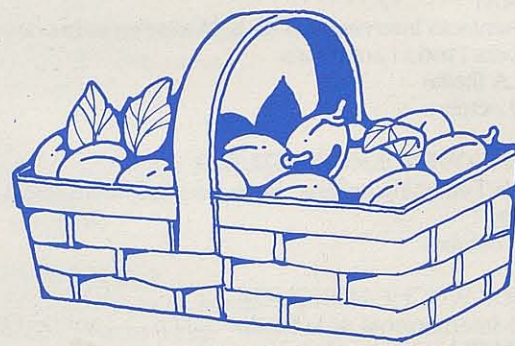
LINEAPELLE  
Preselecció italiana de Moda  
Exhibició Internacional de  
Productes bàsics i comple-  
mentaris per el calçat,  
moda, articles i mobles en  
pell  
BOLONIA (Itàlia)  
22/24 novembre

BABY  
Saló Internacional d'articles  
infantils VARSOVIA (Unió  
Soviètica)  
27/29 novembre

TEXTILIA/EUROMODE  
Exhibició de la Moda

Helènica  
ATENES (Grècia)  
20 novembre/ 3 desembre

ESMA  
Exposició Internacional del Punt  
MILA (Itàlia)  
4/6 desembre.



### JORNADES TÈCNiques SANT MIQUEL/EUROFRUIT 1990

Del 25 al 30 de setembre se celebrarà a Lleida la 36a edició de la **Fira de Sant Miquel**, la més important de Catalunya i una de les més importants de tot l'Estat espanyol.

Aquests mateixos dies tindrà lloc, simultàniament, **Eurofruit'90**, *El Saló Internacional de la Fruita Dolça*, punt de trobada internacional de les principals regions frutícoles europees.

Seràn de gran importància les **Jornades Tècniques** que s'organitzen en el marc de la Fira Agrària de Sant Miquel, que comptaran, enguany, amb un programa de gran interès professional, el qual detallarem a continuació:

#### L'ESTATUT FISCAL DE LES COOPERATIVES.

Ponent: Fèlix Gonzalex Ortiz.

Cap de la Unitat Regional d'Inspecció. Ministeri d'Economia i Hisenda. Delegació de Lleida.

Data: 29/09/90

#### EL FUTUR DE LA MAQUINÀRIA AGRÍCOLA DINS EL CON- TEXT DEL MERCAT ÚNIC EUROPEU.

Ponents: Sr. Luis Márquez Delgado.

President de la CT68 "Tractors i Màquines Agrícoles" d'AENOR.

Sr. Mariano Pérez Minguijón.

Cap de la Secció de Maquinària del MAPA.

Sr. Andrés Blázquez Martín.

Tècnic de Normalització d'AENOR.

Sr. Josep Albert Figa.

Servei d'Informació i Documentació de l'ICT.

Data: 26/09/90

#### JORNADA SOBRE AGROTURISME.

Ponents: Sr. Giovanni Giubblini.

President de TURISMO VERDE DE LOMBARDIA.

Sr. Malvina Surles.

Representant de la Unité de Sejour Touristique

Representant del Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca (DARP).

Representant del Departament de Comerç i Turisme (DCT).

Sr. Jordi Farrero i Badia.

President de l'Associació de Residències de Cases de Pagès de l'Alta Ribagorça.

FIRES

Sra. Empar Vaqué.  
Geògrafa i professora de l'Escola de Turisme de Girona.  
Sr. Francesc Vidal i Arderiu.  
Representant de la Residència-Casa de Pagès Cansinó.  
La Cerdanya.  
Data: 28/09/90

#### **JORNADA SOBRE AGROTURISME.**

Taula Rodona i debat sobre les Possibilitats de desenvolupament de l'agroturisme a les diferents àrees de Catalunya.  
Representant del DCT.  
Representant del DARP.  
Sra. Empar Vaqué.  
Sr. Francesc Vidal i Arderiu.  
Sr. Jordi Farrero i Badia.  
Jornada organitzada amb la col.laboració de l'ICEA.

#### **JORNADA DE COOPERACIÓ**

Ponents: Sr. Herbert Kellner.  
Director General de COGECA i Secretari General del COPA.  
Cap de la Divisió d'Accions Regionals d'Agricultura.  
Data: 29/09/90

#### **JORNADA SOBRE LES ASSEGURANCES AGRÀRIES.**

Ponents: Il.lm. Sr. Josep Santacana.  
Director General de Promoció i Desenvolupament.  
Sr. Esteban Tejera Montalvo.  
President de la Agrupación Española de Entidades Aseguradoras de los Seguros Agrarios Acombinados S.A. (Agroseguro S.A.)  
Sra. M. Dolores Gonzalez.  
Directora General d'ENESA.  
Data: 28/09/90

#### **HIGIENE I MANIPULACIÓ DELS PRODUCTES CÀRNICS**

Ponent: Sr. Javier Buey Remon.  
Veterinari Especialista en Dermatologia. Cap Laboratori Microbiològic de COPAGA. Responsable Control de Qualitat.  
Data: 29/09/90

#### **LA REPLANTACIÓ DE FRUTERS**

Ponents: Sr. Massimo Tagliavini.  
Professor de la Universitat de Bolònia.  
Dr. Nicola Greco.  
Institut de Nematologia Agrària de Bari.  
Sr. Antonio de Felipe.  
Servei d'Investigació Agrària de la Diputació General d'Aragó.  
Sr. Aymard.  
Enginyer de la CETA de Basse Durance.  
St. Remy de Provence.  
Data: 26/09/90

#### **INCIDÈNCIA EN EL SECTOR AGROALIMENTARI DELS CANVIS DE L'EST.**

Ponents: Sr. Matyás Teshcler.  
Director de Relacions Bilaterals Espanya-Hongria.  
CC Hongria.  
Dr. Tomas Domanski.  
Institute of Marketing University of Lodz. (Polònia).  
Excm. Sr. Juan Colino Salamanca.  
President de la Comissió d'Agricultura del Parlament Europeu.  
Sr. Angel Angelidis.  
Cap de la Divisió de la D.G. Estudis del Parlament Europeu.  
Sr. Jesús Miranda.  
Sots-director General d'Assumptes Agrícoles i Pesquers del Ministeri d'Assumptes Exteriors.

Data: 27/09/90 i 28/09/90.

#### **INCIDÈNCIA EN EL SECTOR AGROALIMENTARI DELS CANVIS DE L'EST**

Moderat: Il.lm. Sr. Carles Gasòliba i Bóhm.  
Parlamentari Europeu.  
Secretari General del Patronat Català Pro-Europa.

#### **EL REG EN LA PRODUCCIÓ DE FRUTERS.**

Ponents: Sr. Joaquim Gómez Aparisi.  
Enginyer Agrònom. Servei d'Investigació Agrària de la Diputació General d'Aragó.  
Campus Aula Dei.  
Sr. Carlos Rodríguez Benedicto.  
Enginyer Agrònom. Estació de Mecànica Agrícola del DARP  
Sr. Miquel Pasqual i Roca.  
Enginyer Agrònom.  
Finca Vallfonda. Raimat.  
Sr. Josep Dalmasas i Mestre.  
Enginyer Agrònom. Finca de Sant Miquel i la Ribera (Osca)  
Sr. Ramon Molné i Domingo.  
Enginyer Tècnic Agrícola.  
FESA-ENFERSA

Data: 27/09/90

#### **LA POLÍTICA DE QUALITAT ALIMENTÀRIA I ELS SEUS EFECTES EN EL COMERÇ HORTOFRUTÍCOLA.**

Ponents:  
Sr. Alexander Tilgenkamp.  
Director de la D.G. VIE.  
Comissió de la CEE.  
M. Calleja.  
President de la Interprofessional Hortofrutícola Midi-Pyrénées.  
M. Köhler.  
President de la Interprofessional Hortofrutícola Holandesa.  
Sr. Manel Català.  
President de la Interprofessional de Fruita Dolça de Catalunya.  
M. Alain Botela.  
Centre de Distribució de Productes Alimentaris de Toulouse.  
Data: 26/09/90

#### **AULA DE DIVULGACIÓ**

Ponència:  
**Fecundació qualitat de la Fruita. Tècniques de Polinització dirigides.**  
Sr. Centolani Duilio.  
Sr. Rondenini Tiziano.

Ponència:  
**Exposició del pla d'Experimentació Agrària de Catalunya del SEA.**

Sr. Antoni Pujol.  
Cap del SEA.

Ponència:  
**Sector de cereals i extensius. Resultats experimentació 1989/90.**

Sr. Guillem Puertas.  
Sr. Andreu Bosch.  
Sr. J. Astais.

Ponència:  
**Sector de Fruita Dolça. Resultats Experimentació 1989/90.**

Sr. T. Iglesias.  
Membre del SEA.

Ponència:  
**Sector de Fruits Secs. Pla d'Experimentació.**  
Sr. J. Santos.

Ponència:  
**Sector d'Horta: Resultats Experimentació 1989/90.**  
Sr. J. Montero.  
Sr. LL. Aos.

Ponència:  
**Sector Vinya. Resultats Experimentació 1989/90.**  
Sr. A. Villarroya.

Ponència:  
**Sector Forestal. Pla d'Experimentació.**  
Sr. M. Pérez Gámez.

Ponència:  
**Sector d'Olivera. Pla d'Experimentació.**  
Sr. M. Florensa.

Ponència:  
**Sector Vaquí. Pla d'Experimentació.**  
Sr. Antoni Seguí.  
Finalització de les Sessions del SEA.

**Perspectives del Sector Agroindustrial.**  
Cambra de Comerç i Indústria de Lleida.

**Els Ajuts Comunitaris a l'Agricultura Catalana.**  
Patronat Català Pro-Europa.

Data: 27/09/90

**EL CONSELL DE MINISTRES VA APROVAR EL DIVENDRES UN REIAL DECRET. EL GOVERN MODIFICA LES ELECCIONS A CAMBRES.**

El Consell de Ministres va aprovar el passat divendres un Reial Decret pel qual es modifica el Reglament General de les Cambres Oficials de Comerç, Indústria i Navegació, modificació que afecta al procés electoral que s'ha establert per llei fa en aquests moments dotze anys. Les eleccions a Cambres han de celebrar-se en el segon semestre de l'any.

L'aprovació del passat divendres suposa l'adequació del sistema d'eleccions establertes el 1978 a l'article 52 de la Constitució, que disposa un funcionament democràtic per aquest tipus d'organismes. L'objectiu perseguit en la nova reglamentació és aconseguir un més alt nivell participatiu en les eleccions i la màxima imparcialitat en els òrgans encarregats del procés electoral. El Reial Decret estableix una disminució d'edat i temps en l'exercici de l'activitat comercial, industrial o nàutica que s'exigeix als electors, com també una reducció dels avalistes exigits.

També s'encomana a unes juntes electorals la transparència i objectivitat del procés electoral, de forma similar a la que s'estableix en l'àmbit polític.

SEGRE, 24 de juny de 1990

**DURANT EL PASSAT ANY ELS CURSOS DE LA CAMBRA DE LLEIDA TINGUEREN 756 ALUMNES**

Els cursos formatius organitzats per la Cambra de Comerç de Lleida van comptar amb 756 alumnes durant l'any 1989, segons les dades facilitades en la Memòria anual de l'entitat.

En total, la Cambra i les seves delegacions a la província van

organitzar 29 cursos, un seminari, 4 jornades tècniques i 5 conferències, que va suposar un total de 1.300 hores de formació.

SEGRE, 26 de juny de 1990

**LA CAMBRA DE COMERÇ POTENCIA L'EURO INFO CENTRE LLEIDA.**

La Cambra de Comerç de Lleida vol potenciar l'ús de la xarxa d'informació sobre les Comunitats Europees, constituïda per la totalitat de les Cambres de Comerç de Catalunya. Amb aquest objecte ha editat un opuscle en què es donen a conèixer els serveis a disposició dels empresaris que vulguin informar-se i assessorar-se sobre tot el que fa referència a la Comunitat Europea, i en especial al Mercat Únic de 1993, com el grau d'avenç en la realització del Mercat Únic en el sector de l'empresa interessada i els fons comunitaris.

LA MAÑANA, 6 de Juliol de 1990

**LA FORMACIÓ COMERCIAL REBRÀ 55 MILIONS.**

El departament de Comerç Interior de la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida ha programat aquest any una desena de cursos gràcies a l'acord signat ahir entre el titular de Comerç, Consum i Turisme de la Generalitat, Lluís Alegre, i el Consell de Cambres de Catalunya per finançar amb 55 milions diversos programes d'orientació, informació i formació tècnica en el sector comercial. Per desè any consecutiu aquest pla s'emmarca dins el programa Europa 92 per la modernització del comerç i la seva adaptació al Mercat Únic Europeu, intenta fomentar el reciclatge de la població activa cap a l'àmbit comercial.

LA MAÑANA, 24 de Juliol de 1990

**ENTRE ELS EMPRESARIS LA CAMBRA FARÀ UNA ENQUESTA SOBRE LA UNIVERSITAT.**

La Cambra de Comerç i Indústria de Lleida encarregarà una enquesta per conèixer quins són els estudis universitaris que necessita Lleida per cobrir les necessitats de les seves empreses.

Ramon Santesmasses, President de la Cambra, va explicar que l'enquesta s'efectuarà entre els empresaris lleidatans, i servirà de complement a la presentada a principis de juliol, on s'anitzaven les preferències dels alumnes de COU de Lleida.

SEGRE, 5 d'agost de 1990

**FARAN UN ATLAS COMERCIAL DE LES TERRES DE LLEIDA.**

El proper dilluns es presentarà en els locals de la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida el projecte de redacció de l'anomenat Atlas Comercial de Catalunya, amb el qual es pretén conèixer la realitat de la situació del comerç català.

L'estudi es realitzarà a base d'unes enquestes i, a més d'anitzar la capacitat comercial de cada una de les zones, s'estudiarà la capacitat d'atracció comercial de diferents àrees.

L'atlas comercial de Catalunya estudiarà també les perspectives de futur pel comerç de les diferents poblacions i comarques de Lleida fins l'any dos mil, tenint en compte les repercussions de l'entrada efectiva al Mercat Comú. Amb l'estudi es crearà una base de dades per conèixer la realitat de comerç a tot Catalunya.

A les comarques de Barcelona ja s'estan recollint les dades físiques i de camp per tal d'elaborar l'atlas i aviat començaran a recollir-les a les comarques de Lleida, Tarragona i Girona per completar-lo.

DIARI DE LLEIDA, 23 de juny de 1990

**LA CAMBRA CONSOLIDA L'ARRENCADA DE LES SEVES ACTIVITATS. SANTESMASSES AFIRMA QUE LA MEMÒRIA DEL 89 REFLECTEIX LA FERMESA DEL SERVEI.**

El president de la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Lleida, Ramon Santesmasses, assegura que l'entitat ha consolidat l'arrencada de les seves activitats i la fermesa dels seus serveis, en una tasca que pot qualificar-se com el principi d'un camí determinat com a instrument indispensable per a la dinamització empresarial. Santesmasses mostra la seva satisfacció pels resultats del treball que la Cambra ha dut a terme durant el passat any, i subratlla que el balanç definitiu resulta encoratjador per l'esforç de les persones que integren els diferents departaments de l'organisme.

Segons Santesmasses, la Cambra constitueix cada cop més un òrgan de protecció i defensa de l'economia de Lleida a l'exterior. *D'aquí, el número d'activitats orientades a la millora de les nostres relacions i intercanvis amb altres països.*

LA MAÑANA, 24 de juny de 1990.

**DIARI DE LLEIDA**  
 FUNDAT AL 1860 - NÚM. 7.543 - DIMARTS 18 DE SETEMBRE DE 1990 - PREU 75 PTS  
 DIRECTOR: JOSEP RAMON CORREAL MODOL  
 ACADEMIA. 17 - TELEFON 27 01 00 - FAX 27 54 24 - 25002 LLEIDA

EDITA: PRENSA LERIDANA S.A.L.  
 CARRER DEL RIU, 6 - 25007 LLEIDA  
 TEL. 24 80 00 - 23 05 80  
 FAX 24 60 31 - APODO 543  
 LEOPOLDO DE URQUIA  
 "ION"

**el Periódico**  
 de Catalunya  
 75 PÉSETAS  
 Ediciones: Informa, Prens  
 Comercio y Publicidad  
 Tel. 431 42 37  
 Fax: 431 10 46  
 Barcelona 08011

MARTES 18  
 septiembre de 1990  
 Año XIV - Número 4.121  
 D.N.I. Número 86-1978  
 Director: Alfonso Franco  
 Grupo Z

**EL PAIS**  
 EDICIÓN DE BARCELONA  
 Redacción, Administración y Talleres: Zona Franca, Sector B, calle D / 08040 Barcelona / 93 401 05 00 / Precio: 75 pesetas / Año XV, Número 4.900

**SEGRE**  
 DIARIO INDEPENDIENTE

N.º  
 LUNES, 17  
 SEPTIEMBRE DE 1990  
 PRECIO: 75 PÉSETAS

**La Mañana**  
 DIARIO DE PONENT  
 Edita: Diario La Mañana, S.A. - Director en funciones: Jordi Pérez Ansolégu - Año LI, Num. 17.110  
 75 PTA

**Diario 16**

Año XV - Número 4.805  
 Precio: 75 pesetas  
 Madrid, martes 18 de septiembre de 1990  
 Información y Prensa, S. A.

**EL MUNDO**  
 DEL SIGLO VEINTIUNO

Año II Número 326 • Precio: 75 ptas.

Madrid, martes 18 de septiembre de 1990

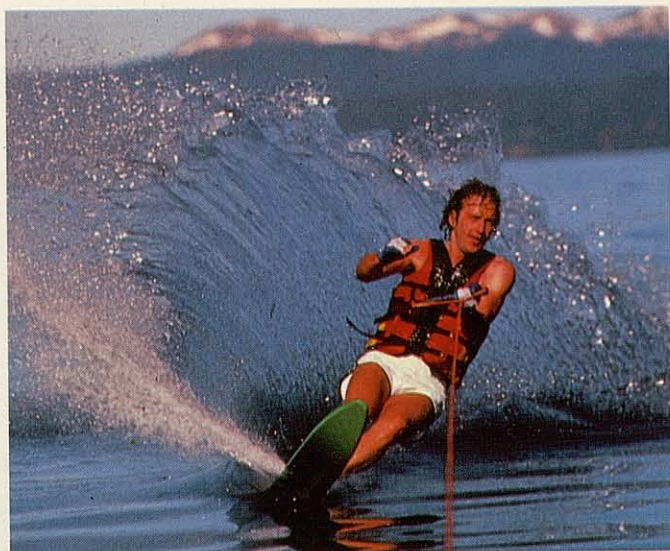
**EL INDEPENDIENTE**

DIRECTOR: PABLO SEBASTIAN  
 Año II, Núm. 439, Martes 18 de septiembre de 1990. 75 ptas.



DIARIO DE INFORMACION GENERAL  
 «Nuestra libertad está en tus manos»

# ESPORT EN LLIBERTAT



**Ara**  
**LLEIDA**

Patronat Intercomarcal de Turisme  
**TERRES DE LLEIDA**  
de la Diputació de Lleida