

VINOS, EN MARCHA

Cooperativas ante esta realización

su participación

Después de analizarse la preocupación del presidente desde su toma de posesión en 1963, por abordar y buscar soluciones al trascendental problema de la desunión comercial se ha comentado la potencia pujante de la Caja Rural Provincial que se constituyó precisamente para dar una mayor rentabilidad al campo. Lo difícil era acertar en la solución del problema y las Cooperativas pueden verlo resuelto, sin que tengan nada que exponer y si mucho que recibir.

Se les ha informado de la culminación de las conversaciones mantenidas entre la Compañía Española de Vinos, S. A. y Vinícola Internacional, S. A. para la fusión de ambas sociedades ampliando su capital que será aportado por las propias Cooperativas merced a la Caja Rural Provincial que sigue promocionando nuestra provincia campera a todos los niveles y que continúa velando con fidelidad por los intereses de las Cooperativas. No puede olvidarse que la inmensa mayoría de éstas están compuestas por gentes sencillas y de buena fe, que merecen la tutela y el apoyo constante de estas entidades de carácter provincial, creadas por ellos y para ellos mismos. Todos saben que la nueva empre-

sa no puede originar dudas o vacilaciones sobre su futuro puesto que la empresa creada es ya una realidad desde el momento de nacer, porque al frente de las Sociedades que se fusionan existen hombres expertos y conocedores del importante negocio vinícola, que si antes luchaban disgregados en cada una de sus zonas, también han comprendido que la unidad de bienes, negocios y esfuerzos puede brindarles una mayor personalidad y un futuro mejor. Las plantas que se tienen en marcha en el mercado nacional, Galicia, San Sebastián, Santander, Bilbao, Vitoria y Rioja, y los contactos y ventas efectivas en el exterior, con un amplísimo fichero de clientes, hacen augurar un gran porvenir a esta gran empresa, que puede ser modelo en su género. Contará con elementos básicos, como son, producción, plantas industriales de transformación primaria, otras plantas para tipificaciones y lanzamientos de marcas, creadas o por crear, amparo en varias denominaciones de origen, abundancia de clientes para diversas clases de vinos, hombres responsables en su dirección, ejecutivos de experiencia contrastada, capital y respaldo financiero suficientes y cuantos elementos deben de concurrir para respaldar una labor técnica y comercial, que puede ya hoy codearse en plano de igualdad, no solo con empresas de la misma actividad, sino con otras que dedicadas a otras manifestaciones de la industria y de servicios, forman la selección o cuadro de honor de las sociedades mercantiles españolas.

Fueron discutidas las formulas y redactados los acuerdos que para su

Pasa a la página 16