

1.

663

# EL MUNDO DE LOS NEGOCIOS

*Prof.* **Por NIVIO LOPEZ PELLON**  
(De la Redacción de INFORMACION)

## TOPICOS COMERCIALES: LA RAMPA



Visitamos al doctor Alberto Fuentes Gil, secretario de la "Asociación de Comerciantes de la Calle 23 (La Rampa)", en sus oficinas del Departamento 222, del edificio Idal (calle 23), entrevistándolo sobre distintos tópicos comerciales referentes a la referida Asociación, y él nos explica los siguientes puntos de vista:

—En primer lugar, interesa recalcar que el nombre de La Rampa responde a toda la zona comprendida, por la calle 23, desde L a Infanta, anchándose la franja hasta incluir calles 21 y 25; nombre que se puso por la inclinación o plano que tiene el terreno por esta zona, que nació comercialmente a raíz de construirse la CMQ en L y 23, y valorizar así esta parte. Comenzaron entonces a surgir grandes edificios, comercios, hoteles, etcétera, por toda esta parte.

Es erróneo pensar que La Rampa comprende solamente el área que ocupa el "Centro Comercial" de ese nombre. (Hay en este Centro, 33 locales comerciales y de oficinas).

Pues bien, amigo periodista, creemos que pocos lugares de La Habana han crecido y se han desarrollado económicamente en tan corto tiempo como La Rampa. De ocho años a esta parte en esta zona habanera hay más de 400 millones de pesos invertidos (claro está que entran ahí obras como la de la CMQ, Hotel Hilton, etcétera, que pertenecen a La Rampa y han surgido en estos años).

Un dato curioso, que indica la revalorización del terreno en este ángulo habanero: al principio se pagaba allí a 40 pesos, más o menos, el metro de terreno (testigo de mayor excepción, el edificio de CMQ); hoy, a la vuelta de tan pocos años, se paga a más de 200 pesos el metro, y caso hay de pedirse hasta 400 pesos el metro.

Claro está que ahora no queda casi terreno disponible (sólo por el lado del edificio Alaska). Creemos, además, que la zona, por su ubicación, dentro o cerca del área de los grandes hoteles que se han construido últimamente en La Habana, está llamada a un auge cada vez mayor, e inclusive puede ser punto de itinerario para cuando se inaugure la línea de helicópteros, ya que se cuenta con una terminal para ello, estrenada en la inauguración de La Rampa.

### LAS ACERAS EN COLORES

La novedad de tener en La Rampa, como en contados países, aceras en colores, motiva traer aquí los datos que sobre este asunto hemos podido agrupar:

—Se estudia en estos momentos los diseños que se han de realizar, y se espera de un momento a otro, que por el Ministerio de Obras Públicas se inicien los trabajos.

Conjuntamente se replantearían o reconstruirían todas las aceras, que han venido deteriorándose, y se eliminaría la zona o franja de césped que hasta ahora se ha tenido, estimándose que es preferible no tener césped, que tenerlo desatendido. De L a Infanta, esta novedad de aceras en colores, de 2 metros de ancho, incluyendo la parte que hoy es de césped, representa una obra de 2,000 metros cuadrados en total.

Se ha discutido mucho cómo llevar a la práctica el colorido de las aceras: un granito pulido, como el de la calle San Rafael, en el caso de la inclinación de La Rampa, no parece ser lo más aconsejable; un granito no pulido, restaría, por su porosidad, belleza a la obra. Trabajar con cerámica estos dibujos, se ha descartado también, por temor a que el calor y factores climatológicos, deterioren pronto los dibujos. La tesis que ha prevalecido es la de hacer la obra a base de lajas o fragmentos de granito, de distintos colores, sembrados en concreto.

Se trata en estas aceras, de dibujos o diseños originales, dentro de un ambiente de líneas ondulantes (no se trabaja de paisajes).

Hay en Río de Janeiro este atractivo de colores en algunas de sus aceras. Parece que se trata de una técnica o idea de origen portugués.

### CUANTIA DE NUESTRO MERCADO DE REFRESCOS

Hemos hablado con el señor William V. Johnson, administrador general de la "Compañía Pepsi-Cola de Cuba, S. A.", sobre el tema de nuestro mercado de refrescos, y de su conversación extractamos estas ideas principales:

—A través del año, el refresco, como es sabido, tiene grandes diferencias de ventas mensuales; para estimar la diferencia existente entre un mes de verano y uno de invierno en relación con la demanda del artículo, el señor Johnson nos dice: al mes de mayor venta de refrescos al año puede calcularse el 11 por ciento de la venta del año, y al mes de menor venta, el cinco por ciento de la venta del año. Entre este máximo y este mínimo, giran las ventas mensuales.

—¿Cuánta de nuestro mercado de refrescos?:

—Se puede calcular que el país actualmente representa un mercado comprador de refrescos, de 22 a 25 millones de cajas de refrescos (y aguas minerales).

Se aclara en relación con el anterior estimado, que entran ahí las aguas minerales, pero sólo las embotelladas en frascos similares a los refrescos; no el agua de botellones, que constituye la mayor venta.

Y en la cuantía total de este mercado, la proporción que representa el agua mineral en medias botella, no llega, ni con mucho, al diez por ciento.

Estos 22 ó 25 millones de cajas responden a cajas de 24 medias botella, o para ser más precisos, de envases de 12 onzas, o menos de 12.

Lo que representa el consumo de azúcar en la industria refresquera del país, se tiene con saber que cada caja de refrescos necesita para su elaboración, de 1 a 1.5 libra de azúcar.

El desenvolvimiento de la industria refresquera y de su comercio, tiene el inconveniente, de hace años señalado y nunca arreglado, del precio del producto al salir de fábrica, que es el mismo que cincuenta años atrás, aunque la venta del refresco al público, no sea en el mismo precio de antes.

#### ORGANISMOS AUTONOMOS

Los Organismos Autónomos, actualmente existentes en Cuba, de acuerdo a los datos que al respecto pedimos a la "Dirección de Fiscalización de Provincias, Municipios y Organismos Autónomos, del Tribunal de Cuentas", son los siguientes:

—Además de las Cajas de Retiro, que son también Organismos Autónomos, y sobre las cuales hemos traído últimamente amplia información a nuestra columna, y que suman 45 Cajas de Retiro, tenemos:

- 15 Organismos Autónomos, de índole educacional o cultural.
- 20 Organismos en la denominación de Comités y Comisiones.
- 7 Patronatos.
- 24 Dentro de la denominación de "Varios".
- 8 De índole bancaria.
- 14 Asociaciones Obligatorias de Productores.
- 9 Asociaciones Obligatorias no Productoras.
- 21 Organismos de Previsión y Asistencia Social.

Esto todo hace, incluyendo las 45 Cajas de Retiro, un total de 163.

Ilustrando esto, pero sin detenernos en la larga lista de los 163 organismos, digamos uno o dos ejemplos de cada clase de estos organismos:

De índole educacional o cultural: Instituto Militar Juvenil Tecnológico, Organización Nacional de Bibliotecas Ambulantes y Populares...

Comités y Comisiones: Comisión de Fomento Nacional; Comité de la Producción Agrícola Tabacalera del Fondo de Estabilización Tabacalera...

Patronatos: Patronato de Bellas Artes y Museos Nacionales; Comisión Ejecutiva Nacional de los Patronatos Locales, Urbanos y Campesinos...

Varios: Bolsas Nacionales de Confecciones de Cuba; Instituto Cubano de Estabilización del Azúcar.

Índole Bancaria: Financiera Nacional de Cuba; BANFAIC...

Asociaciones de Productores: Asociación Nacional de Caficultores.

Asociaciones no Productoras: Asociación de Porteadores Públicos de Carga y Expreso por Carretera...