

Se Emite Juicio en el Caso Kodak-Berkey; Viene la Apelación

El día 3 del mes pasado el juez federal Marvin E. Frankel pronunció su juicio en el caso Kodak-Berkey. Si bien denegó la petición de Kodak de que rechazara el veredicto del jurado, el juez denegó asimismo varias de las medidas restrictivas pedidas por Berkey y redujo en \$10,5 millones la indemnización total de \$37,6 millones (antes de la triplicación) adjudicada originalmente a Berkey por presuntos perjuicios en presunta violación de las leyes contra monopolio.

El juez rechazó específicamente...

—los reclamos de Berkey relativos a presuntos sobrecargos en los papeles de color obtenidos de Kodak, lo cual eliminó una indemnización de \$8,8 millones;

—los reclamos de Berkey concernientes a presuntas ventas perdidas de cámaras para cubos de flash durante 1971, lo cual eliminó una indemnización de \$1,4 millones; y

—el reclamo de Berkey acerca de presuntas violaciones de la Ley Robinson-Patman con respecto a descuentos de precio obtenidos por Kodak en la compra de cubos y barras de flash, lo cual eliminó indemnizaciones por un total de \$245.000.

Al mismo tiempo el magistrado reafirmó...

—una compensación a Berkey de \$15.250.000 por presuntas ventas perdidas de cámaras del formato 110;

—una compensación de \$11.500.000 por presuntos sobrecargos en películas para el aficionado;

—una indemnización de \$330.000 por presuntas ventas perdidas de cámaras para cubos de flash durante 1970;

—una indemnización de \$55.700 por presuntas pérdidas en servicios de fotoacabado;

—una indemnización de \$19.000 por presuntos sobrecargos en equipos de fotoacabado; y

—la suma de \$5,6 millones en emolumentos y costos de las tres firmas de jurisprudencia que han litigado a favor de Berkey. La suma pedida originalmente por Berkey para emolumentos y costos ascendía a más de \$32 millones.

El pago de indemnizaciones y emolumentos y la aplicación de las medidas restrictivas dictaminados por el tribunal están "suspendidos" hasta la conclusión del caso.

Otra Denegación

La petición de Berkey de que Kodak sea desposeída de instalaciones de fabricación de equipos fotográficos para el aficionado y para procesado e impresión en color fue denegada también, juntamente con otras peticiones de Berkey de medidas restrictivas. El tribunal rechazó asimismo la petición de Berkey de que las patentes y marcas comerciales de Kodak se den al dominio público.

Sin embargo, el juez Frankel dictaminó que Kodak tendría que vender sus papeles de color sin ninguna identificación comercial en el respaldo si así lo requiriera el comprador. Este dictamen, si finalmente fuera reafirmado, le daría al comprador la opción de obtener papel de Kodak sin la identificación comercial, lo cual negaría al consumidor la oportunidad de saber de dónde proviene el material en que están hechas sus fotos.

Kodak opina que esta restricción no concuerda con el rechazo por el tribunal de la afirmación de que Kodak, en su presunta posición monopolística, cobró demasiado a aquéllos que le

compraron sus papeles. Es incongruente asimismo con el hecho de que existe una gran competencia entre los fabricantes de papeles fotográficos. Berkey Photo, por ejemplo, obtiene de Kodak menos de 10% del papel que compra.

Divulgación Simultánea

El tribunal ha dictaminado también que Kodak no puede hacer saber a su Organización de Procesado e Impresión en Color nada relativo a nuevas películas, papeles, productos químicos fotográficos, cámaras, proyectores y equipos de fotoacabado, o modificaciones de estos productos, sin informar al mismo tiempo a otras empresas de fotoacabado.

Kodak arguye que este requisito niega a su Organización de Procesado e Impresión en Color su tradicional función investigativa, de la cual depende el desarrollo de nuevos productos; y que tal medida afecta la capacidad de los laboratorios de Kodak para prestar servicios de fotoacabado al consumidor. Según el tribunal, el propósito de tal estipulación es "darles a las empresas de fotoacabado independientes la oportunidad de adaptar sus operaciones comerciales a la preparación, procesado, impresión o acabado de una nueva película o un nuevo papel, o modificaciones de películas y papeles existentes, antes de ser lanzados al mercado nacional (por Kodak)." En otras palabras, Kodak tendría que dar información oportunamente a los laboratorios independientes sobre nuevos materiales o materiales modificados. Sin embargo, Kodak no estaría obligada a divulgar información económica, financiera, mercantil o de otro carácter no tecnológico.

La Opinión de Kodak

Kodak considera inapropiadas las restricciones propuestas, por varias razones, pero principalmente porque no se tienen en cuenta las realidades del mercado ni las pruebas presentadas durante el juicio. La parte de Kodak en el mercado nacional de fotoacabado ha disminuido notablemente desde la década de 1950; y la vigorosa competencia que hay en el mercado queda demostrada por la existencia de más de 600 empresas independientes de fotoacabado.

Es importante notar que los dictámenes del 3 de julio, no entrarán en vigor a menos que el tribunal de apelación pronuncie juicio contra Kodak. Se recurrirá al proceso de apelación pese a la reducción en las indemnizaciones concedidas a Berkey y al hecho de que muchas de las restricciones exigidas por el demandante han sido denegadas. El presidente del consejo directivo de Kodak y primer funcionario de la organización, Walter Fallon, declara lo siguiente: "Como lo hemos manifestado repetidamente, creemos que nuestro proceder no ha sido impropio, y que en la apelación debemos ser vindicados. La manera más eficaz de demostrar la validez de la posición de Kodak es con referencia a la práctica tradicional: la de aplicar nuestra tecnología y nuestra experiencia comercial a las necesidades y deseos de la clientela. Esta labor continúa sin cambio ni reposo. Es la base de nuestro éxito y, al mismo tiempo, de una firme confianza en que nuestra posición habrá de ser reconocida en el proceso de apelación."

Suben Ventas y Ganancias En el Primer Semestre

Eastman Kodak Company da cuenta de ventas y ganancias sin precedentes en el segundo trimestre y la primera mitad de 1978.

Las ventas mundiales consolidadas del trimestre sumaron US\$ 1.567.807.000, cantidad 16% superior al monto de US\$ 1.352.806.000 registrado para el segundo trimestre de 1977. Las ganancias operativas subieron 37%, a US\$ 349.813.000, sobre la suma de US\$ 255.726.000 registrada hace un año. Las ganancias netas del trimestre dieron un valor de US\$ 191.753.000, que representa un aumento de 42% sobre la cantidad de US\$ 135.052.000 de hace un año.

Las ventas del semestre aumentaron 16%, de la cantidad de US\$ 2.550.196.000 correspondiente al primer semestre de 1977, a US\$ 2.945.498.000. Las ganancias operativas en la primera mitad del año fueron de US\$ 615.180.000, cifra superior en 43% a la de US\$ 431.527.000 de que se dio cuenta hace un año. El monto de las ganancias netas fue de US\$ 332.764.000, cantidad que sobrepasa en 45% a la de US\$ 229.225.000 ganada en el primer semestre de 1977.

El presidente del directorio de Eastman Kodak, Walter Fallon, y el presidente de compañía, Colby Chandler, han hecho la siguiente declaración:

"El aumento en la capacidad y el volumen de producción fue lo que más contribuyó al agudo incremento de las ganancias, en comparación con el moderado aumento en el segundo trimestre hace un año."

Todas las tres principales divisiones de Kodak contribuyeron al incremento en las ventas, mayormente en los ramos fotográficos.

Los dos funcionarios se refieren luego a las cifras registradas para las tres divisiones:

Div. Fotográfica EE.UU.-Canadá: "El volumen de producción aumentó considerablemente desde el año pasado, a lo cual se debe el incremento en la mayoría de las ventas. Estas subieron 19%, a US\$ 899.617.000, sobre la cifra de US\$ 755.511.000 para el segundo trimestre de 1977. Todas las divisiones mercantiles registraron valores de ventas más altos. Las ventas de productos para el consumidor subieron agudamente con los avances en productos fotográficos comunes—especialmente cámaras Ektra y películas—y una mayor demanda de cámaras y películas para fotos al instante. Los sistemas para manejo de información también tuvieron buena demanda, y en el ramo de copiadoras los ingresos continúan aumentando. También se han registrado buenos avances en productos para radiografía, fotografía profesional y fotoacabado, como también en productos para artes gráficas, cinematografía y aplicaciones audiovisuales. Las ventas del primer semestre sumaron US\$ 1.629.068.000, en comparación con el valor para el mismo período el año pasado, de US\$ 1.380.364.000, lo que representa un aumento de 18%.

Div. Fotográfica Internacional: "Un mayor volumen de producción fue el factor principal para el incremento de las ganancias. Las ventas subieron 20%, de US\$ 453.107.000 en el segundo trimestre de 1977 a US\$ 545.180.000. Tipos de cambio favorables y precios un tanto más altos fueron los factores del incremento. Todas las regiones de la división han dado cuenta de mayores ventas. Las ventas totales en el semestre alcanzaron la cifra de US\$ 1.056.126.000, superior en 21% al monto de las ventas en la primera mitad de 1977, de US\$ 873.096.000.

Div. de Productos Químicos Eastman: "Un mayor volumen de producción y precios más altos contribuyeron al incremento en las ventas de esta división. Para el segundo trimestre se ha registrado un aumento de 9%, del monto de US\$ 328.133.000 en el mismo período hace un año, a la suma de US\$ 356.176.000. Hubo buenos avances en las ventas de productos químicos y de plásticos, como también de fibras sintéticas. El valor de las ventas del semestre fue de US\$ 692.065.000, superior en 9% a la cantidad de US\$ 635.288.000 para el mismo período hace un año.

Perspectivas: "Para Kodak la primera mitad de 1978 fue un período de fuerte demanda y aumento en las ventas y las ganancias. Este es un prometedor comienzo y prevemos un año bastante próspero para nuestra empresa."

Aumentada la Capacidad de Kodak Australasia para Recobro de la Plata



La sección de recuperación de la plata en la fábrica de Coburg de Kodak Australasia ha sido ampliada para incrementar el rendimiento de las operaciones.

Por un nuevo método que ideó Matt Korosi, del Depto. de Ingeniería Química, los desechos químicos pasan ahora a un tanque subterráneo de hormigón que puede contener hasta 275 toneladas de sedimento. El pesado desecho se desliza al tanque por un declive.

Esta materia se remueve luego para el proceso de extracción, y el líquido remanente se bombea a tres nuevos tanques de reacción para su tratamiento y ulterior recuperación de la plata que haya quedado del primer proceso.

Los nuevos tanques de reacción, de vitroplastico, están instalados en la nueva adición de ladrillo, a donde se transportaron por medio de una grúa a través

Uno de los tres tanques de reacción al ser transportado a través de un costado abierto del edificio.

de un costado abierto del edificio, el cual fue tapiado después.

Pero la recuperación de la plata no es lo único de que se ocupa la sección. Una vez extraída la plata, el residuo líquido se neutraliza a fin de desecharlo sin peligro para el medio ambiente. La coordinación de las operaciones de recobro con los procedimientos para deshacerse de los desperdicios contribuye mucho a la protección del medio ambiente.

La planta está bajo control del Depto. de Ingeniería, el cual tiene a su cargo los servicios de electricidad, el ahorro de energía y la protección ambiental.

Esta unidad es responsable también de la eliminación de los desperdicios sólidos. Sus modernos incineradores queman película y papel, a baja temperatura, con una descarga suficientemente limpia por las normas del Consejo de Protección Ambiental de Australia.

La nueva extensión fue diseñada por Max Hammond y construida por Jim Tam, ingeniero del departamento.

Empresa de Promoción Equipa a sus Fotógrafas con Cámaras EK6 Instant

En restaurantes y salones de reunión de los principales hoteles de Tokio se están tomando ahora fotos de recuerdo con Cámaras KODAK EK 6 Instant.

La empresa de promoción Daiichi, que tiene un contrato de ocho años con los hoteles metropolitanos de primera clase para fotografía de huéspedes, está utilizando cámaras Instant de Kodak desde mayo del año pasado.

Veinte chicas estudiantes o graduadas de universidad, con algún conocimiento del inglés y una personalidad atractiva, han sido empleadas para tomar las fotos durante las horas de coctel y cena, informa Y. Takani, presidente de la empresa de promoción.

No se requiere previa experiencia en fotografía para este empleo. Las jóvenes simplemente absorben las instrucciones del manual y luego reciben indicaciones de un fotógrafo avezado. Por el término de una semana, practican la manera de



aproximarse a los huéspedes y aprenden a elegir los puntos de vista más favorables.

Las fotógrafas, vestidas uniformemente con un traje rojo y una gorrilla roja con una pluma blanca, se ven frecuentemente en los hoteles Nuevo Otani, Keio Plaza,

Akasaka Tokyu, Pacific y Ginza Daiichi, como también en el restaurante Menuet en el piso 55 del Edificio Mitsui. Durante las celebraciones de Navidad y Año Nuevo varias de las jóvenes tomaron hasta 100 fotos KODAK Instant cada noche.

Una de las fotógrafas les enseña una muestra a unos huéspedes y les sugiere que le permitan tomar una foto.



Nuevo Sello—En Nueva York tuvo lugar recientemente un almuerzo para celebrar la emisión de un sello de correo conmemorativo de la fotografía en los Estados Unidos, y entre los participantes de Kodak figuraban Bill Pedersen (centro), director de Publicidad y Promoción, y Wylie Robson (der.), gerente general de la Div. Fotográfica Internacional. A la izquierda aparece William Bolger, director general de los Servicios Postales de EE.UU., observando una gran ampliación de nuevo sello. Robson fue uno de los miembros del comité del Consejo Internacional de Fotografía encargado de impulsar la emisión del sello.

Se Realiza con Entusiasmo el Primer Picnic Anual de Kodak Irán

El primer picnic anual de Kodak Irán fue un éxito completo.

Esta compañía, establecida en marzo del año pasado con sólo unos pocos empleados, cuenta hoy con más de 130 miembros que trabajan en el laboratorio, el depósito de mercancía y los departamentos de administración y operaciones mercantiles.

El picnic, organizado por Teresa Peseshkpur, Parinaz Sekechi, Shahla Atyabi e Iraj Shahsavari, tuvo lugar en un parque situado a unos 48 kilómetros al norte de Teherán. El grupo se trasladó a este sitio en un ómnibus y varios automóviles.

La comida comprendía carne de cordero y "polo" de Baghali, un plato que se hace con arroz hervido, eneldo (una hierba aromática) y habas. También había otras cosas indispensables en una merienda campestre en Irán: lonjas de "lavosh" (una clase de pan), queso blanco, yogur (preparado en una aldea próxima), cohombros y "gojeh", unas ciruelas verdes y ácidas que les gustan mucho a los iraníes.

Las diversiones de la tarde consistieron en juegos y concursos, en los cuales casi todo participante ganó un premio de Kodak.



Bahi Dabestan, operadora de teléfonos y recepcionista, ayudó a servir la comida a los hambrientos excursionistas.



Sentados en plataformas de madera llamadas "takhteh", Jalil Mortezaizadeh y Rustam Farahani, del Depósito de Mercancía, disfrutaron con sus familias el picnic anual de Kodak Irán.



El premio más popular del día fue la camiseta amarilla de Kodak con una leyenda promocional.



Hamlet Petrossian, del Depto. de Micrografía, trata de persuadir a Panthea Haim Davood, hija de Amin Haim Davood, del Depto. de Productos Radiográficos, para que saque un número de la gorra. Con Brett Smith, hijo de Jay Smith, gerente de operaciones mercantiles, Petrossian no tuvo que insistir.



Davies

van Diemen

Pavone

Reidy



Burgraeve

van Evelgom

Aires

Norlander

Nueve Registran Aniversarios

40 Años

Bertie J. Davies, director, Programación de Productos, Mercados Cinematográficos y de Televisión, Región Europea, 21 de febrero

Anton M. van Diemen, cabeza de grupo, Taller de Reparación, Kodak Holanda, 31 de agosto

25 Años

Sandra Pavone, secretaria ejecutiva, Gerencia General, Kodak Italia, 1º de agosto

Kevin Reidy, coordinador de precios, Finanzas, Kodak Australasia, 3 de agosto

Fany Burgraeve, secretaria, Micrografía y Técnicas de Información, Kodak Bélgica, 5 de agosto

Ivonne van Evelgom, operaria de preparación y fotoacabado, Depto. de Kodacolor, Laboratorio de Procesado, Kodak Bélgica, agosto 7

Jorge Aires, dependiente, Almacén, Kodak Portuguesa, 16 de agosto

Inger Norlander, operario jefe de preparación y fotoacabado, Laboratorio de Procesado, Kodak Noruega, 24 de agosto

Taco C. Proper, gerente general, Kodak Extremo Oriente, Hong Kong, 24 de agosto



Klijndijk

Trehon

Cruz

Fritz

Un Representante Encabeza Retiros

Chris Klijndijk, representante, Servicio Técnico para la Clientela, Kodak Holanda, 48 años

Satya Prakash Trehon, gerente, Sucursal de Calcuta, Kodak India, 43 años

Felisa S. Cruz, dependiente para servicios, Laboratorio de Procesado, Kodak Filipinas, 32 años

Gertrude Fritz, inspectora de rollos, Depto. de Kodacolor, Laboratorio de Procesado, Kodak Austria, 16 años

Josef Hochwartner, operario, Imprenta, Depto. de Administración, Kodak Austria, 14 años

Ronald N. Synott, empleado de limpieza, Aseo y Jardines, Kodak Australasia, 14 años



Hochwartner



Synott

En Gran Demanda el Calendario de Kodak Taiwán; Contiene Foto de Don Lamb

Colgar un nuevo calendario el día de Año Nuevo es una importante tradición cultural de los chinos.

Cuando Kodak Extremo Oriente fue establecida en Taipei, Taiwán, en 1968, bien pronto se ligó a la celebración del principio de año. En realidad la compañía inició entonces su propia tradición de ofrecer calendarios con ilustraciones fotográficas, como símbolo corporativo y medio de promoción.

Por su atractivo estilo y excelente contenido fotográfico, el calendario de Kodak Taiwán ha ganado gran popularidad. Sin que varíe el formato, sus temas cambian cada año: paisajes, retratos, abstracciones, animales. Es tan codiciado que para conseguirlo en trueque hay que ofrecer por lo menos dos calendarios de otras fuentes.

La campaña del calendario de Kodak Taiwán para 1978 comenzó en marzo del año pasado con la aportación de ideas y materiales por un grupo especial. La mayoría de las fotografías se obtuvieron de la fototeca de Eastman Kodak por intermedio del Depto. de Servicios para la Clientela de la DFI en Rochester. Otras provienen de fotógrafos de la localidad. Más de 70.000 ejemplares del calendario, impresos por la casa China Color Printing Co., estaban listos para distribución a mediados de diciembre.

A los proveedores se les ofrece publicidad en el calendario bajo el plan cooperativo del 50%. El nombre de cada participante, con su dirección y teléfono, se imprime en los ejemplares que haya de recibir. Puesto que esta forma de publicidad por un año es bastante eficaz, el calendario de Kodak Taiwán ha estimulado mucho la participación de los proveedores en el programa de publicidad cooperativa de la compañía.



La hoja de agosto de 1978 del calendario de Kodak Extremo Oriente en Taipei, es de especial interés para Don Lamb, gerente general de la compañía, pues presenta una fotografía suya. Buceando con su cámara y una potente luz a 25 metros de profundidad en una caleta de las Islas Truk, Lamb captó este pez en Película KODAK EKTACHROME.

La mayoría de los ejemplares del calendario de este año fueron prácticamente arrebatados por 264 proveedores. Hoy adornan las casas de muchísimos clientes.

El calendario es primordialmente un artículo de yapa, que se regala por la compra de una cámara Kodak. Este premio se anuncia a su vez en la televisión, los periódicos y revistas, y todo indica que los proveedores están muy satisfechos con tal promoción de Año Nuevo.



Kaghtazian

Ramachandra

Ostroff

Descher

Jones

Chiazza

Sundell

Nombrados Dos Gerentes de Operaciones Técnicas; Cinco Designaciones en Europa

Gerard Kaghtazian, quien era gerente de la Div. de Servicio Técnico para la Clientela en Kodak Brasileña, es ahora gerente de operaciones técnicas de esta compañía.

B. V. Ramachandra ha sido ascendido de subgerente a gerente de operaciones técnicas en Kodak India.

Michael I. Ostroff, anteriormente director de Tecnología de la Información en el Depto. de Planificación Mercantil de la DFI, es ahora director de desarrollo mercantil en el ramo de Sistemas para Manejo de Información en la Región Europea.

En la Div. de Distribución de la Región Europea tres peritos han sido nombrados estimadores veteranos.

Jürgen Descher, anteriormente jefe del grupo de Estimación y Planificación para Mercados del Consumidor en la Div. de Distribución de Kodak A.G., Alemania, es ahora estimador veterano para los mismos mercados en el Depto. de Productos

Sensibilizados de dicha compañía.

Graham N. Jones ha pasado de la Div. de Productos Sensibilizados a la Div. de Mercados Profesionales y de Fotoacabado de Kodak Limited, Reino Unido, como estimador veterano.

John J. Chiazza, del grupo de Estimación y Planificación para Mercados de Artes Gráficas en la Div. Fotográfica EE.UU.-Canadá, pasará a ser estimador veterano en el mismo ramo el 2 de octubre.

Robert W. Sundell, quien tenía el cargo de gerente de distribución de Kodak Sudáfrica, es ahora coordinador de un estudio sobre el posible establecimiento en la Región Europea de sistemas para pedidos directos "por línea". Rinde informes a Frederick Cook, subdirector de Sistemas de Distribución de la Región Europea.

Secretaria Alcanza 5º Puesto en Certamen

En el Quinto Congreso Interamericano de Secretarías celebrado en San Pablo, Brasil, Iliada Beatriz Ureta Almengor, de Kodak Panamá, alcanzó el quinto puesto entre 20 participantes de toda Latinoamérica en el concurso de secretarías de esta región.

Iliada había sido elegida como Secretaria Nacional en el concurso de Panamá, y uno de los premios que recibió fue un pasaje de avión para su viaje a San Pablo y retorno. (Kodakery Internacional, mayo)

En su vuelo de regreso Iliada se detuvo en Santiago y Lima, y en esas ciudades hizo una visita a Foto Interamericana de Chile y Foto Interamericana del Perú, compañías con cuya hospitalidad quedó gratamente impresionada.

Sociedad Fotográfica Honra a una Pareja

Hace poco dos miembros de Kodak Limited, Reino Unido, fueron objeto de un honor por realizaciones fuera de Kodak pero dentro del campo de la fotografía.

Tony Oxley, especialista en Mercados de Fotografía Médica y de Fotorregistro, y su esposa, Thelma, empleada de Kodak House, recibieron un certificado y un trofeo de la Real Sociedad Fotográfica en reconocimiento de su labor con el grupo médico de la sociedad.

Oxley, quien ahora es vicepresidente de la sociedad, fue secretario honorario de la misma en los últimos tres años, cargo que desempeñó con ayuda de su esposa.

INTERNACIONAL
KODAKERY

Ron Wiley Director

Kaye Lechleitner Editora

Armando Guzmán Versión en Español

Diríjase la correspondencia a:

Miss Kaye Lechleitner
Eastman Kodak Company
343 State Street
Rochester, New York 14650 U.S.A.

Publicado mensualmente en Rochester, New York
Impreso en Kodak Park



Se Realizan Dos Conferencias Mercantiles con el Tema 'La Diferencia Está en la Gente'

"Bienvenidos a estas conferencias sobre cómo el éxito depende de la gente."

Así saludó Wylie Robson, vicepresidente ejecutivo de Eastman Kodak y gerente general de la DFI, a los gerentes y supervisores en su discurso de apertura de las conferencias mercantiles de 1978 de la Región Latinoamericana y la Región de Asia, África y Australasia.

"No se puede haber elegido un tema más importante", continuó Robson, "porque es a la gente a la que se debe el éxito de nuestra empresa."

"Como recordarán, el tema de nuestras reuniones el año pasado fue '¡Vive la Diferencia!'; es decir, la diferencia por la cual se compran los productos Kodak: entrenamiento, servicios de reparación, publicidad y promoción, servicios en general para la clientela y análisis e información mercantiles."

"Desde luego, el éxito de nuestras actividades mercantiles y de nuestros servicios depende directamente de la gente capaz, como lo son ustedes y aquéllos a quienes emplean, adiestran y motivan", declaró Robson.

Luego hablaron los respectivos directores de Operaciones Mercantiles de las dos regiones, Don Spieler y Dick Skow, quienes recalcaron asimismo la importancia del elemento humano y el hecho de que es este elemento lo que hace a una empresa diferente de otras.

Dave Hunt, director del Depto. de Relaciones con el Personal de EK, continuó desarrollando el tema con una disertación sobre el "Manejo de los Recursos Humanos". Explicó los fundamentos de un manejo eficaz y examinó las dotes de jefatura y ejecución. Indicó que cada persona tiene que tomar decisiones, y que por lo tanto los gerentes tienen la responsabilidad de ayudarles a los



El discurso de apertura de las conferencias mercantiles de 1978 de las Regiones Latinoamericana y de Asia, África y Australasia, fue pronunciado por Wylie Robson en sesión conjunta de los participantes. Los carteles en las paredes recalcan que la diferencia está en la gente; que la gente es la clave del éxito de la empresa.

membros de sus departamentos a tomar las mejores decisiones posibles y aplicarlas de la manera más eficaz.

El Dr. Earl Brooks, profesor de administración y director del Programa de Desarrollo Ejecutivo en la Escuela de Administración Pública y de Negocios de la Universidad de Cornell, presentó un plan de acción para mejoramiento en las funciones mercantiles; y terminó diciendo: "Me parece que el trabajo de gerente es muy satisfactorio, porque pone a prueba las capacidades; y lo

más importante de este trabajo es que ayuda a otros a desarrollar capacidades y multiplicar sus esfuerzos."

Los participantes en cada una de las conferencias estuvieron ocupados por una semana con el Seminario II de Eficacia en las Funciones Directivas. También asistieron a presentaciones de los coordinadores y directores de desarrollo mercantil acerca de nuevos productos y de planes de próxima realización relativos a varios renglones de productos.



Paul Wilson (izq.), quien coordinó la conferencia latinoamericana, y Bob Sandholzer (der.), coordinador de la conferencia de la Región de Asia, África y Australasia, conversan con el Dr. Earl Brooks sobre el símbolo de las reuniones: una persona configurada como una llave, es decir, la clave del éxito.



Las conferencias reunieron a estos cuatro caballeros, cada uno de los cuales estaba en vías de asumir nuevas responsabilidades. Dick Skow (izq.), nuevo gerente general de las Compañías Mercantiles del Área de Asia y el Pacífico, le dejaba el cargo de director de Operaciones Mercantiles para la Región de Asia, África y Australasia a Don Hogarth (2º de izq. a der.); y Bruce DeSchrver (3º de izq. a der.) sucedía a Don Spieler (der.) como director de Operaciones Mercantiles para la Región Latinoamericana. Spieler es ahora director de Apoyo y Planificación Mercantiles de la DFI.



Roger Easterbrook (izq.), gerente de exportación de Kodak Limited, Reino Unido, y Robert van Laar, quien tiene el mismo cargo en Kodak-Pathé, Francia, llevaban corbatas con el símbolo de las conferencias.



Enterándose de las nuevas de cada uno durante un descanso figuran aquí (de izq. a der.) Neil Grenfell, de Kenia; Narong Chivangkur, de Tailandia; Dick Skow, gerente general de las Compañías Mercantiles del Área de Asia y el Pacífico, y Hugh Richardson, de Sudáfrica.



Arun Ratna (der.), de la India, entabla conocimiento con Lou Baker (izq.), director de Servicios Técnicos y Administrativos para la Región Latinoamericana, Bill Janawitz, del Perú, y Carlos Marquis, de Venezuela.

Los Gerentes de Ventas de Asia, África y Australasia Se Preparan para Responder al Reto del Cambio

Desde el momento en que Don Hogarth, director de operaciones mercantiles para la Región de Asia, África y Australasia, dio la bienvenida a los 20 participantes en el Curso de Adelanto para Gerentes de Ventas en Mercados del Consumidor, éstos permanecieron ocupados por tres semanas siguiendo el programa preparado por Frank Carnevale y Tom Pearson, coordinadores de desarrollo de dichos mercados en la región.

Con énfasis en el tema "La Diferencia Está en la Gente", los gerentes tomaron parte la primera semana en un seminario

sobre El Reto del Cambio.

Luego asistieron por un día a presentaciones sobre los Mercados del Consumidor en los Estados Unidos, tras lo cual se dividieron en pequeños grupos y viajaron a Boston, Chicago, Washington, Nueva York y Filadelfia, ciudades donde pasaron dos días visitando establecimientos con los representantes de ventas.

De regreso a Rochester participaron en un seminario de publicidad y asistieron a conferencias sobre motivación de personal y

manejo de recursos humanos. Y entre presentaciones sobre prácticas en Mercados del Consumidor y sobre experiencias de cada compañía representada, los gerentes tuvieron sesiones sobre el ciclo de la venta, ventas al detal y manejo del territorio.

Sus actividades en Rochester terminaron con una mirada al futuro y un banquete en el cual habló John Riggs, gerente general de la Región de Asia, África y Australasia.



Durante el seminario de publicidad, Peter Bretschger, especialista en planificación publicitaria, presentó a los gerentes de ventas la Señorita de Verano de la DFI para 1978. Perfectamente acordes en que la atractiva figura será un buen estímulo para que la gente capte en fotos los placeres del verano, figuran aquí, sentados (de izq. a der.), Sameika Riad, de Egipto; Tom Ikehata, del Japón; Ken Goody, de Nueva Zelanda; Peter Tam, de Hong Kong, y Hossein Paknejad, de Irán. De pie aparecen Ferdinand Lu, de Taiwán; Andrew Tudhope, de Sudáfrica; Sam Junjuga, de Kenia; Guillermo Téllez, de México; Tom Pearson, de la DFI en Rochester; Vahe Zeitountzian, de Photo Marketing Services (Medio Oriente) en Grecia; Thavee Chowrungratanasiri, de Tailandia, y Calvin Cortés, de la DFI en Rochester.



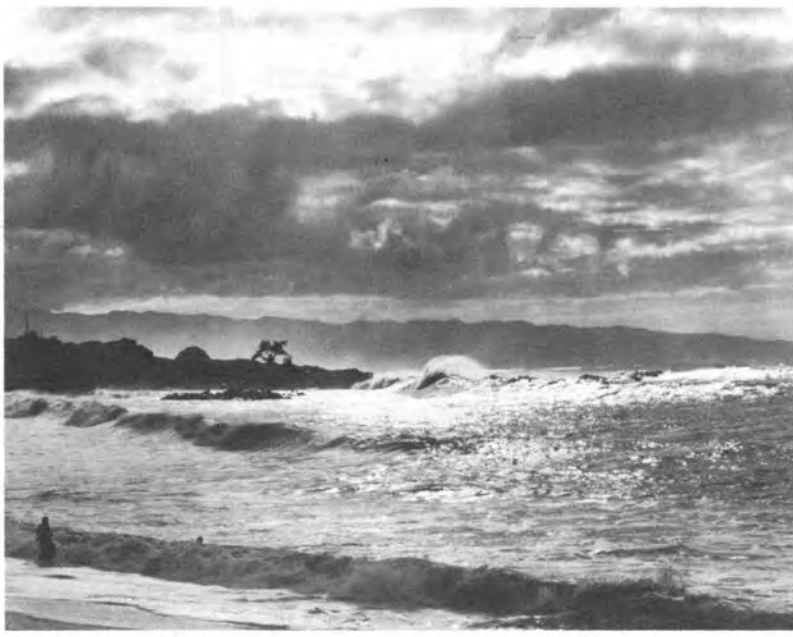
Tras la presentación de la Señorita de Verano de la DFI, Marty Kosten les mostró a los gerentes de ventas varios otros auxiliares de promoción en que aparecerá la joven, tales como cartelones de mostrador, banderolas y volantes. El idioma de la banderola que sostiene es tailandés. Considerando cómo habrían de utilizar estos auxiliares, aparecen, sentados (de izq. a der.), Victor Ee, de Singapur; Noel Stone, de Australia; John Bello, de las Filipinas; Edward Pippenger, de la empresa J. & G., Mayoristas y Distribuidores, de Guam, y Ricardo Fernández, de México. De pie figuran Nelson Primavera, de las Filipinas; Gerry Van Moorsel, de Australia, y Frank Carnevale, de la DFI en Rochester.

Una Muestra de Fotografías Premiadas en el Concurso Internacional de Kodak

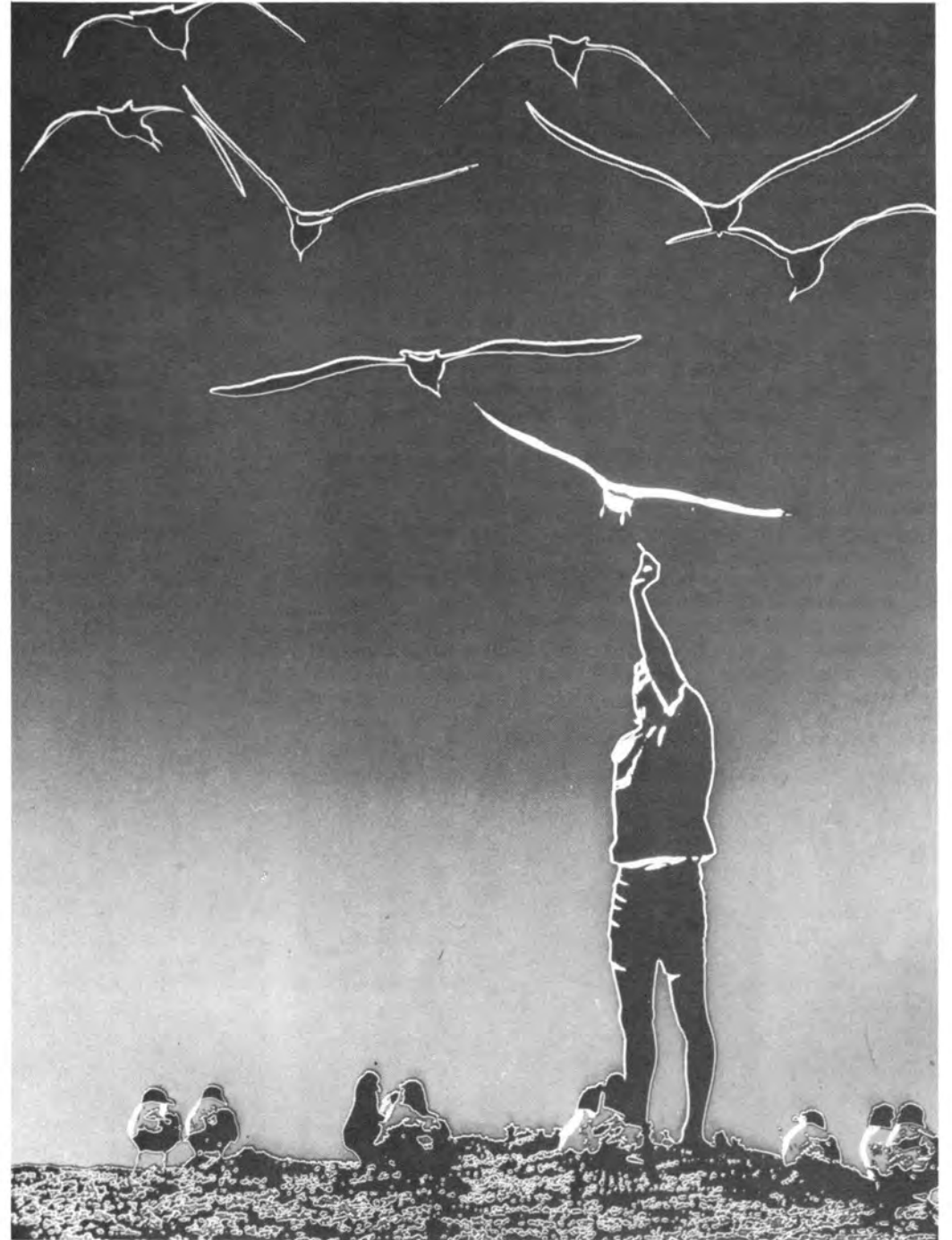
Presentamos en esta página varias de las 35 fotografías que ganaron altos premios en el 43er Salón Internacional.

Este concurso, patrocinado por Kodak Canadá, comprendió más de 4.000 inscripciones de 590 participantes en 28 países. La lista de ganadores y la foto premiada con la Medalla Conmemorativa George Eastman como la mejor de todo el certamen, inscrita por Jerry Schoenherr, de Rochester, con el título de "Diane", fueron publicadas en Kodakery Internacional recientemente.

Las fotos de esta muestra están identificadas por título, nombre y localidad del fotógrafo, designación del premio y clasificación.



"Tormenta en Oahu" — Robert Ackerman, de Eastman Kodak, Rochester. Premio F. J. Moorfoot para adelantados; categoría de copias en color con motivos de interés general.



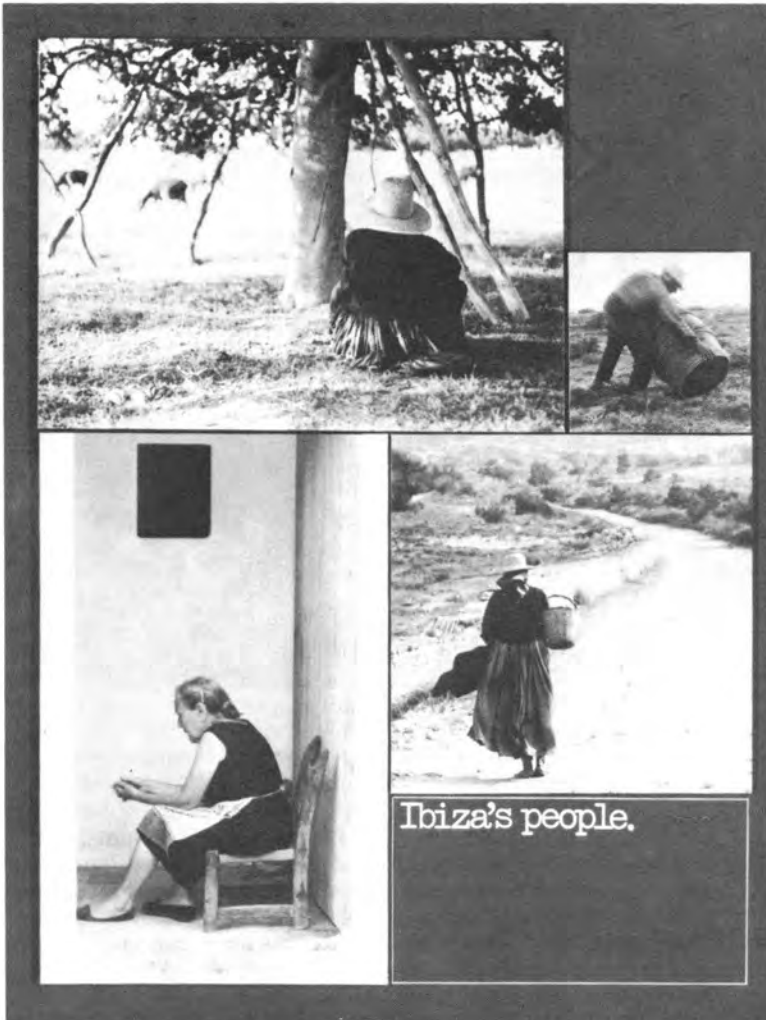
"Alimentando las Gaviotas" — Richard Welch, de Eastman Kodak, Rochester. Premio L. Vacher para expertos; categoría de copias y transparencias con efectos especiales.



"Cara de Angel" — Bruce Wheatley, de Kodak Limited, Reino Unido. Premio K. Winter para principiantes; categoría de retratos.



"Hepatica Americana N° 1" — Anthony Losapio, de Eastman Kodak, Rochester. Premio L. K. Eilers para expertos; categoría de transparencias en color con motivos de la naturaleza.



"Gente de Ibiza" — Patrik Baume, de Kodak-Pathé, Francia. Premio Paul Vuillaume; categoría de fotoperiodismo.



"Primavera" — P. M. Chow, de Kodak Hong Kong. Premio K. M. Cole para principiantes; categoría de transparencias en color con motivos de interés general.



"Flechas Rojas" — Kurt Pettersson, de Kodak Suecia. Premio R. L. Christie para principiantes; categoría de transparencias en color con motivos de interés general.



"Hombre Azul" — Roland Pertuisot, de Kodak-Pathé, Francia. Premio J. S. Bruce para adelantados; categoría de retratos.



"Incendio" — Uwe Keller, de Kodak A.G., Alemania. Premio J. W. Spalding para principiantes; categoría de copias y transparencias con efectos especiales.