

Baleares entra en su fase industrial

Foto LORENZO



El Desarrollo de las Baleares ha venido determinado de forma fundamental por ese fenómeno llamado turismo; que ha constituido una fuente de divisas muy importante para compensar, en parte, el déficit de la Balanza Comercial de nuestro país, y un incremento del nivel de vida de nuestras islas, en muy pocos años.

Nuestro gran crecimiento ha sido desequilibrado, desde un punto de vista sectorial; por una parte, la estructura agraria no ha variado conforme a las necesidades del mercado; por otra, nuestra industria no se ha desarrollado al nivel que sería de desear. Precisamente es ahora cuando nos vemos posibilitados a hacer de nuestra industria un sector en alza constante.

Es preciso para ello, contar con los factores necesarios para la implantación de las industrias, con todos los problemas de localización, transportes, energía y servicios en general; que por lo demás, ya se están haciendo importantes realizaciones en este campo.

Es necesario así mismo, que el empresario cuente con una INFORMACION precisa sobre las modernas técnicas de la organización de la empresa, dirección de

personal, etc., hasta llegar a la última fase, es decir, la distribución, con toda la problemática de los estudios de mercado, canales de distribución, y en general, lo que se la conoce con el nombre de "marketing".

El empresario debe conocer la economía del lugar en donde tiene su campo de acción, para analizar sus cambios y así poder llevar a cabo un mejor análisis de sus expectativas.

Por estos caminos, entre otros, conseguiremos que el desarrollo industrial sea una auténtica realidad, basada en unas realizaciones concretas al margen de la improvisación, y que nos lleve a una situación que podríamos calificar de "milagro", pero que analizada profundamente, quizás no lo sería tanto.

"TOLLE, LEGE"

Amigo lector:

Tiene en sus manos el primer instrumento de economía regional, netamente especializado cuya misión esencial será el de comunicar e informar de todo lo que creemos puede interesar para su dinámica empresarial.

Como sabemos del poder de las palabras máxime en letra impresa, nuestra información debe ser objetiva.

Creemos en la libertad de prensa y como tal libertad deseamos respetarla.

Nuestra temática es la económica, es decir, no vemos realmente difícil el manifestar todo cuanto constatamos.

El campo que hemos de cubrir es numeroso, ya que hay muchas lagunas que llenar, muchos productos que comunicar, muchos negocios que poner en marcha, muchos sistemas de mejor rentabilidad que implantar, muchas máquinas cuyas particularidades se han de dar a conocer, todo ello para diversificar nuestras fuentes de riqueza peligrosamente ubicadas en un solo renglón y conseguir el primer objetivo de una sociedad industrial:

Un mejor nivel de vida para el hombre.

En el juego de la Economía, Vd. es el participante número 1, será por sus cartas, por sus mensajes, por sus comentarios, el que consiga hacer de ECONOMIA BALEAR un medio de utilidad práctica cien por cien.

"TOLLE LEGE"... ¡Toma y lee!, ordenó a Agustín futuro santo, la voz evangélica.

Realmente, y porque no somos angeles, necesitamos la ayuda de todos.

Sinceramente.

AYUDATE Y TE AYUDARE

Recientemente, algunos procuradores en Cortes han presentado una interpelación al Gobierno sobre la colonización de las empresas e industrias españolas en aras del capital extranjero.

El rasgarse las vestiduras porque nuestro potencial de producción va sistemáticamente cayendo bajo el control de empresas o "holding" extranjero, más que a una política del Gobierno que se podría achacar a falta de visión, la

raíz del mal está en nosotros mismos, ya que nuestro espíritu individualista nos impide que sigamos criterios netamente europeos.

Hay multitud de porqués que podrían dar la solución a esta situación, pero para no cansar al lector, vamos a enumerar simplemente los más determinantes.

Porque, antes de fusionarnos con empresas de características paralelas para ser más fuertes y com-

petitivos, luchamos denodadamente en mantener nuestro YO, principalmente en lo que atañe a supremacía en las acciones y en cargos directivos. Luego resulta demasiado tarde y a veces hemos de vender nuestra progenitura por un plato de lentejas.

Porque, careciendo de departamento de investigación e incluso de prospectiva de mercado, no sabemos viajar, leer o pensar con rendimiento empresarial, anteponiendo nuestro

propio criterio al de las necesidades del mercado.

Porque no creemos en la juventud y el exceso de conservadurismo nos lleva a no delegar a las nuevas cabezas que van surgiendo ante el temor de que quedemos arrinconados.

Porque el capítulo de Formación a distintos niveles lo tomamos como un elemento complementario cuando es un factor base, y sin formación no hay progreso.

Porque sólo pensamos a 1, 2 o 3 años vista, cuando los planes empresariales son de 5 a 10 años.

Porque no somos generosos y cuando llegamos a una edad en que la vida parece que no nos puede dar más cosas, vendemos nuestra participación a una empresa extranjera, y nos quitamos problemas, sin pensar en el lema de "hacer patria".

Porque siempre nos falta dinero, y es que en el

más puro castellano, solemos alargar más el brazo que la manga.

Es factible que el Gobierno conteste dando las cifras proporcionales de introducción del capital extranjero en el volumen de la industria española, que es realmente mínimo, lo que también podría decir es "ayúdate y te ayudaré" y aunque nos doliera más, quizás se acercaría a una realidad bastante tangible.

MACIAS

LA CATALANA & B.B.

SALINERAS REUNIDAS

SALES INDUSTRIALES - para Hoteles e Industriales varios
SALES ALIMENTICIAS - saleros para PICNIC
SALES DESHIDRATADAS - mesa



DISTRIBUIDORES de
BOQUE BAR - Boquerones y Pinchitos
ISLACAPERS - Aceitunas y Variantes en Vinagre
VINAGRES - BORA
Aguas VICHY
Aguas SOLARES

economía balear

Depósito Legal PM 1839-1969

Primera publicación Balear de Información de Economía, Marketing, y Finanzas.

Matías Montero, 11 - Tel.: 21-60-04
PALMA DE MALLORCA
EDITA: A.S.I.M.A.

IMPRIEME: EDITORA BALEAR S.A. Vía Roma, 37.

IMPRESION: OFFSET

IMPORTE: Asociado A.S.I.M.A., gratuito; particulares, suscripción anual: 100 pts.

TIRADA: 3.000 ejemplares (1.700 Industriales, 1.300 Embajadas, Organismos y Consulados de España en el extranjero).

DISTRIBUCION: Por suscripción directa.

PERIODICIDAD: Mensual, salida día 5 de cada mes.

DIRECTOR: D. Javier Macías Rodríguez.

SUB-DIRECTOR: D. Miguel Capellá Moyá

JEFE DE REDACCION: D. Eugenio Aguiló Pérez

CONFECCIONADOR: D. Sebastián Verd Crespi

JEFE DE PUBLICIDAD: D. José Llompert Carrió

COLABORADORES:

ECONOMIA REGIONAL: D. Bartolomé Barceló, D. Pedro Costa.

ECONOMIA NACIONAL: D. Miguel Aleñar.

ECONOMIA INTERNACIONAL: D. Antonio Rebas.

TURISMO: D. Carlos Cuellar.

TEMAS EMPRESARIALES: D. Lorenzo Mulet.

CORRESPONSALES:

EN INGLATERRA: D. Francisco Bosch.

EN ALEMANIA: D. Antonio Mulet.

EN FRANCIA: Françoise Du Penty

EN ITALIA: Giovanni Castelli

PERSPECTIVAS DEL DESARROLLO ECONOMICO

por Bartolomé Barceló Pág. 3

El problema del agua

LA OPINION DEL CONSEJO DE EUROPA. Pág. 5

Un instrumento financiero para localizar las inversiones en nuestro país Pág. 7

MENORCA. Pág. 7

EL FENOMENO TURISTICO Y LA INDUSTRIA HOTELERA. Pág. 8

Comentario punto a punto a la carta de Vila Reyes Pág. 15

Capitanes de empresa Pág. 17

Carta abierta a un empresario desconocido. Pág. 18

La Bolsa Pág. 22

BOLETIN DE SUSCRIPCION

D.

de años. Profesión

desea suscribirse a ECONOMIA BALEAR por un año.

PRECIO: 100 PESETAS (12 NUMEROS)

Domicilio

Ciudad

Provincia

le acompaña

radio
popular

O.M. 1268 kilociclos

F.M. 97.5 megaciclos

Seminario, 4
Tel. → 224753
225641

Situación económica de Baleares

PERSPECTIVAS DEL DESARROLLO ECONOMICO

La fiebre del oro en los negocios turísticos que años atrás se produjo a causa de las ganancias cuantiosas, fáciles y seguras que su explotación producía, afortunadamente va pasando. Y ello sin que el turismo se debilite, sino todo lo contrario. Cada año vienen más turistas, el equipo hotelero crece, los transportes aumentan su tráfico y las instalaciones comerciales y de servicios proliferan. Sin embargo, cubierta la demanda del primer momento se ha llegado a una situación en la que las inversiones en empresas turísticas exige lógica y cálculo. De un juego se ha pasado a una estrategia, porque además de hoteles, el turismo ha creado su industria y ha fomentado servicios indirectos que empiezan a atraer a los capitales. De una psicosis de éxitos fáciles se ha pasado a una posición precavida y cautelosa cuya principal consecuencia ha sido el incremento del ahorro y un cierto temor a invertir, sobre todo en negocios turísticos, hecho que trasciende asimismo en la prudencia con que las entidades financieras seleccionan sus créditos.

No podemos ni debemos negar al turismo su papel de promotor de la economía insular. Por ello es que prescindir total o parcialmente de su función sería peligroso. Sin embargo se hace necesario ordenar la riqueza por él acumulada de forma tal que dentro de las posibilidades lógicas, se tienda a una diversificación de las actividades.

Creemos que sería erróneo dar la espalda al turismo. Desentenderse de él, independizarse de él, supondría desaprovechar lo que la naturaleza y el esfuerzo de unas generaciones obtuvieron y que las otras islas del Mediterráneo intentan con un esfuerzo ingente llegar a conseguir, con envidia y admiración de lo que acontece en Mallorca. Por ello, y ante todo, es preciso consolidar la afluencia turística y su ritmo de incremento, para lo cual se requiere un conocimiento perfecto de los mecanismos que atraen a los turistas, así como de la coyuntura de esta afluencia y la situación de la oferta—demanda a fin de programar con

intensificación progresiva de las importaciones desde el exterior de la isla.

De esta forma, el volumen de la demanda alcanzado por algunos productos, ha sugerido la instalación en Mallorca de la industria o los servicios capaces de cubrirla en forma rentable para su explotación, originando un proceso de industrialización que si bien se ha iniciado, todavía no alcanza, ni remotamente, sus posibilidades.

Pero no sólo es la industria y los servicios que tienen campo abierto, sino también la agricultura y sobre todo, la ganadería. Desembarazadas las zonas rurales de los excedentes de población activa del sector agrario, a consecuencia de su trasvase a las actividades terciarias, su reestructuración se ve notablemente facilitada, si bien todavía persisten otros graves obstáculos, como el de la fragmentación e inadecuado tamaño de las explotaciones y el excesivo valor alcanzado por el suelo, por mimetismo con el de las zonas turísticas. Lo cierto es que el volumen del consumo de productos agrícolas y ganaderos y su estacionalidad, sugieren posibilidades inmensas, tanto en la producción, como en la industrialización de estos productos. Una adecuada orientación de la producción, unida a una configuración razonable de las explotaciones y una mecanización

consecuente de las labores, podría ser el punto de partida para una revitalización del campo mallorquín al ponerlo en contacto con las nuevas exigencias del mercado, bien directamente a través de unos procesos industriales, principalmente los de la alimentación.

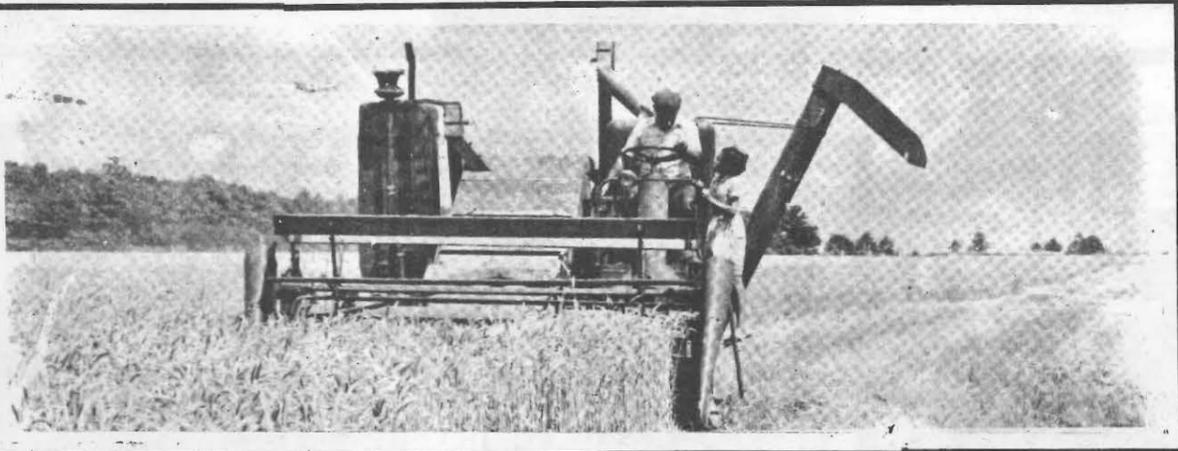
He aquí, pues, como la situación actual de nuestra economía nos permite sentirnos optimistas hacia un mañana lleno de promesas. Por una parte, el volumen alcanzado por el ahorro nos hace disponer de capital abundante, por otra, la necesidad de cubrir la nueva demanda amplía los horizontes, tanto en la agricultura como en la industrialización. Sólo hace falta que el hombre de empresa, con la intuición de los negocios que le es propia, encuentre en el marco macroeconómico que sugieran los técnicos el lugar y el momento adecuado donde promocionar las nuevas actividades.

Es en este sentido que pensamos encaminar esta página en que examinaremos la coyuntura actual y las posibilidades que ofrece frente al mañana. No se trata de una proyectiva científica, estudiada, sino sugerida de acuerdo con la evolución del pasado y el conocimiento del presente, lo que podría ser un mañana, la decisión del cual dependerá en último término de la capacidad de iniciativa e imaginación de los nuevos empresarios.

Por Bartolomé Barceló

lógica los equipamientos necesarios para que las instalaciones obtengan el máximo de rentabilidad en el momento y en el futuro previsible.

La demanda de bienes de equipo y bienes de consumo no viene dado no sólo por el turismo, sino también por el incremento del poder adquisitivo de la población, cuyo nivel de vida aumentó por influencia directa o indirecta de las actividades turísticas. Esta demanda, no sólo aumenta en volumen, sino también en la calidad de los artículos objeto de la misma, originando, al no poder ser cubierta por la producción local, una



No podemos ni debemos negar al turismo su papel promotor. Sin embargo, se hace necesario ordenar la riqueza acumulada

¿Quiere usted tener un estudiante "stage" en su empresa?

Puede proporcionarle grandes ideas

Nadie duda hoy de la importancia extraordinaria que tiene una buena formación para quienes en un mañana próximo serán nuestros directivos y consultivos empresariales.

La realidad nos demuestra que las operaciones de la industria y el comercio dentro del ámbito nacional e internacional, han experimentado en los últimos años un gran desarrollo y que por su naturaleza fundamentalmente experimental precisa de una vivencia continua y práctica constante so pena de quedar rezagados con las fatales consecuencias que ello trae consigo.

Pero es también indudable que un estudiante no puede por sus propios medios, financiarse viajes a países extranjeros donde pueda aprender, y comparar cuantos conocimientos y técnicas pueden en un futuro próximo ayudarle en su labor y contribuir con ella a un verdadero progreso económico y social de su país.

Es por un conocimiento de estos problemas y necesidades ineludibles que se fundó en 1949 A.I.E.S.E.C., organismo estudiantil de carácter independiente y sin ningún matiz político, cuya misión se basa en fomentar—sin consideración de fronteras—las relaciones humanas y la amistad entre los estudiantes de los países miembros y en formar los futuros componentes de los cuadros directivos de las empresas, al corriente de los problemas del momento.

Y es Vd. quien, acogiendo en su empresa a uno o varios estudiantes de la Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales, puede con su experiencia y apoyo ayudarles a adquirir estos conocimientos.

A continuación le detallamos brevemente los datos más importantes que de estar interesado puede precisar, junto con la dirección del Comité Español A.I.E.S.E.C. que gustosamente le pondrá al corriente de

cuantos datos desee ampliar o conocer.

Duración del "Stage".— Normalmente de 6 a 8 semanas, siendo de 6 meses el máximo aceptable.

Remuneración.— Atendiendo al actual coste de vida de nuestro país, no debe ser inferior a 6.000 pesetas mensuales.

Seguros Sociales.— Los estudiantes se aseguran en su país de origen.

Alojamiento.— Es proporcionado por A.I.E.S.E.C.

Recepción.— De ello y de presentarlos a la empresa se ocupa el Comité de recepción de la Asociación de Estudiantes, así como de organizar otros actos para completar la formación del estudiante.

A.I.E.S.E.C.— Comité Nacional Español. Facultad de Ciencias económicas. Universidad Barcelona — 7.

La Agrupación facilitará el intercambio de experiencia y la formación

"La concentración sin fusión. La agrupación de Empresas medianas, respetando su autonomía", ha sido el tema dirigido por Maître William Garcin, en la segunda sesión coyuntural del Programa de Continuidad de la Agrupación de Miembros del IESE, Instituto de Estudios Superiores de la Empresa. Maître Garcin, Licenciado en Derecho y en Ciencias Políticas fundó el periódico "Le Droit et les Affaires, le bimensuel du Marché Commun" y actualmente es Redactor Jefe del mismo. Ha sido Consejero Jurídico en la UNESCO desde el año 1948 a 1956 y Encargado de Relaciones Culturales en la UNESCO desde 1954 a 1956.

Es Profesor en el Institut de Commerce International de París, Profesor en el Collège Libre des Sciences Economiques y Sociales de París y Profesor Asociado en el INSEAD de Fontainebleau. Está especializado en la enseñanza de Derecho Internacional Comparado en los países del Mercado Común; ha cursado tres veces la carrera de Derecho; en Francia, primero, luego en Alemania, más tarde en Italia.

Maître Garcin se refirió a que es un hecho muy frecuente, el encontrarse con una competencia, cada día más intensa y fuerte, por razones de lo que se ha llamado economía de escala.

En el transcurso de la conferencia se destacó las ventajas de flexibilidad y dinamismo, de la empresa mediana, que le permiten adaptarse a las cambiantes circunstancias y aprovechar las oportunidades que éstas presentan, con mayor viveza y rapidez que una gran empresa. Por otra parte, toda empresa mediana, puede mantener todavía un clima interior más motivante y atractivo para los ejecutivos de todo nivel, que les permite ver

los asuntos como propios y dedicarse así a ellos con un auténtico aporte de su personalidad. Mientras que en la gran empresa, en no pocas ocasiones, se da un clima marcadamente utilitario entre los ejecutivos o por lo menos es mucho más difícil superar el anonimato, para crear un clima motivador.

De ahí que sea un camino, para enfocar políticas a largo plazo, a la vista de los grandes mercados multinacionales, la concentración sin fusión a la agrupación respetando la autonomía de la mediana empresa.

Sin embargo, ello exige una negociación suficientemente elaborada que sella con su impronta la empresa agrupada, lo que la obliga a ciertos compromisos que es necesario conocer a fondo, para lograr una integración y acción eficaz del grupo.

Hizo también referencia a las empresas medianas españolas, diciendo que estas pueden aprender mucho de las experiencias vividas en distintos países de la Comunidad Económica Europea.

La agrupación de Empresas medianas trae consigo una serie de ventajas tales como:

- En la agrupación uno no se siente obligado a tomar decisiones precipitadas, sino que puede contar con tiempo: puede esperar dos años hasta que llegue el momento favorable para tomar la decisión. No ocurre lo mismo en la fusión en la que todo ha de hacerse de golpe.

- La agrupación facilita el intercambio de experiencias y de formación. Da fuerza y posibilita el aumento de capacidad de investigación.

- En la agrupación siguen existiendo las compañías independientes pero con un solo Estado Mayor. Las empresas agrupadas, puede decirse, que hablan un mismo lenguaje, lo cual supone una enorme ventaja, a la hora de dar un paso adelante.



GARI

industrias metalúrgicas, s.a.

Comercial: 31 de Diciembre, 59-63

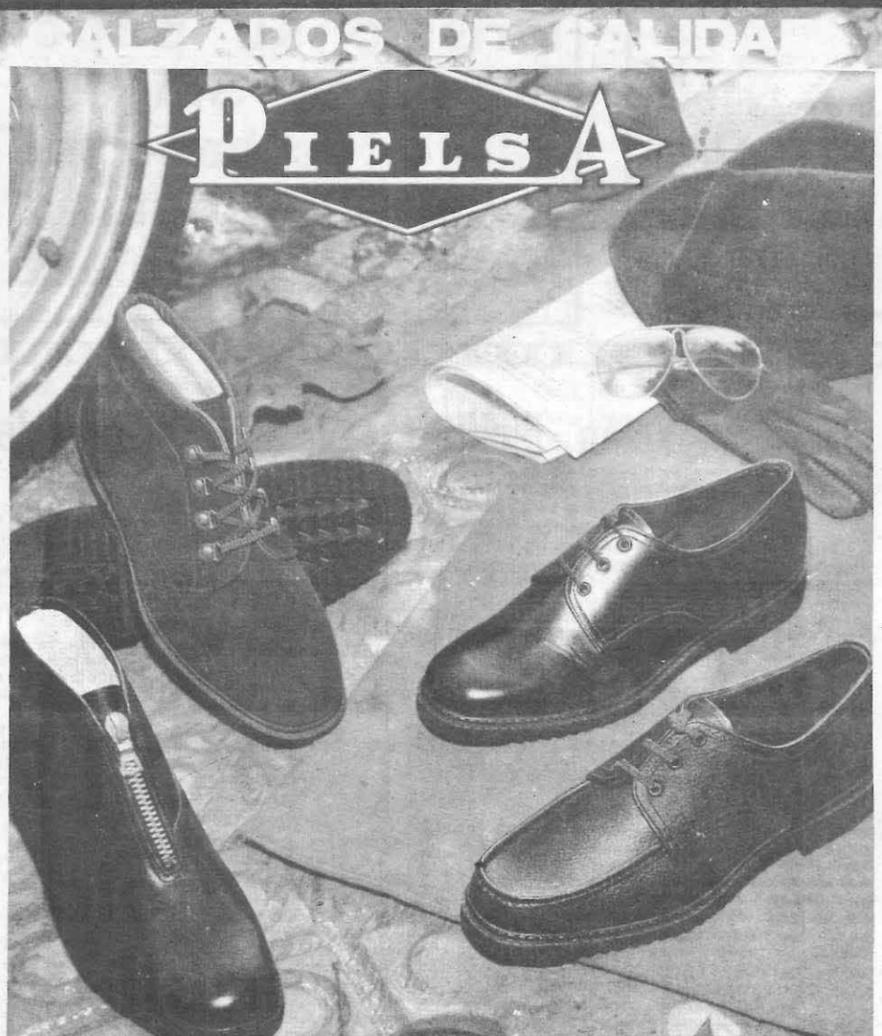
Fábrica: Gran Vía ASIMA, 4

Teléfonos: 250440 - 256440

Puertas metálicas
Estanterías
Puertas para ascensor
Ventanales de aluminio
Archivadores metálicos
Armarios metálicos
Mobiliario para oficinas
Escaleras para piscinas
Guardavivos
Pararrayos radiactivos



**Les ofrece sus nuevas instalaciones en el
Polígono Industrial de "LA VICTORIA"**



Gabriel Capellá Moyá

AGENTE COMERCIAL COLEGIADO

Ausias March, 57-2.º-1.ª

Teléfono 250309

PALMA DE MALLORCA

Fábrica y Oficinas: POLIGONO LA VICTORIA
Carretera Vieja de Buñola

Venta al detall:

Costa y Llobera, 44

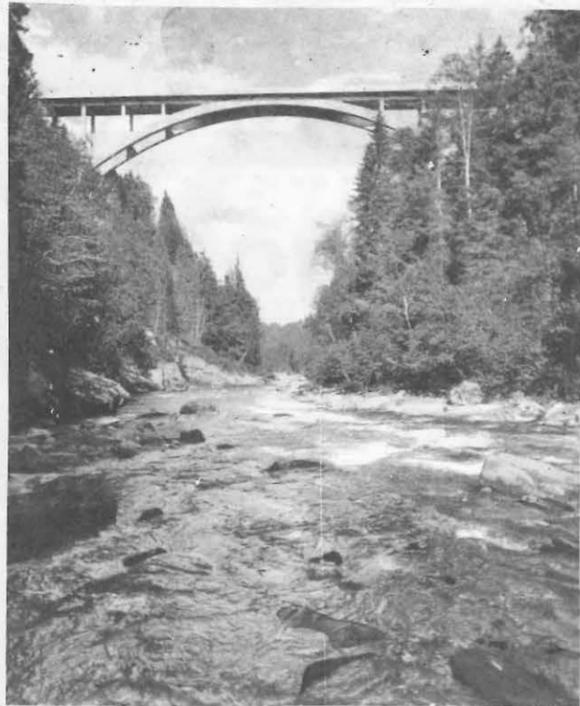
Plaza Mercedarios, 16

Flexa Matas Serra, 104 - (Son Gotleu)

CAFE RICO
**Y ahora también al-
mendras y avellanas**

El problema del agua:

LA OPINION DEL CONSEJO DE EUROPA



PREAMBULO:

El Comité de Ministros.

Vista la recomendación 436 (1965) de la Asamblea consultiva, relativa a la lucha contra la polución de las aguas dulces en Europa;

Teniendo en cuenta la resolución número 10 (XXI) (1965) de la Comisión Económica para Europa, dependiente de las Naciones Unidas, conteniendo la declaración de principios de este organismo sobre la lucha contra la polución de las aguas en Europa, y las Normas Internacionales para el Agua Potable establecidas por la Organización Mundial de la Salud, y especialmente las Normas Europeas;

Convencido de que los progresos de la civilización moderna conducen, en ciertos casos, a una degradación creciente de los recursos naturales;

Consciente del hecho de que el agua tiene un lugar primordial entre los recursos naturales:

Considerando que las necesidades del agua crecen, a causa, especialmente, del acelerado desarrollo de la industrialización de grandes centros urbanos en Europa, y que es importante adoptar medidas para la conservación cualitativa y cuantitativa de los recursos del agua;

Considerando, además, que es necesaria una acción colectiva a escala Europea acerca de los problemas del agua, y que una Carta del Agua constituye un medio de acción eficaz para una mayor comprensión de estos problemas;

Adopta y proclama los principios de la presente Carta preparada por el Comité Europeo para la Defensa de la Naturaleza y de los recursos Naturales dependientes del Consejo de Europa, que a continuación se redactan:

I.- NO HAY VIDA SIN AGUA. Esta es un don precioso indispensable para todas las actividades humanas.

En efecto, el agua es indispensable para el hombre. Como bebida y alimento, para su higiene y como fuente de energía, materia prima de producción, vía de transporte y soporte de las actividades recreativas que exige cada vez más la vida moderna.

II. LOS RECURSOS DE AGUA DULCE NO SON INAGOTABLES. Es indispensable protegerlos, controlarlos, y si es posible, incrementarlos.

Debido a la explosión demográfica y al rápido crecimiento de las necesidades de la agricultura, y de la

industria moderna, los recursos del agua son objeto de creciente demanda. No se conseguirá satisfacer esta demanda, ni elevar los niveles de vida, si cada uno de nosotros no sabe considerar el agua como un artículo precioso, que es necesario proteger y utilizar racionalmente.

III.- ALTERAR LA CALIDAD DEL AGUA, ES PERJUDICAR LA VIDA DEL HOMBRE Y LA DE OTROS SERES VIVOS QUE DE ELLA DEPENDEN.

El agua en la naturaleza es un medio vivo, portador de organismos beneficiosos que contribuyen a mantener su calidad. Polucionándolas se corre el riesgo de destruir estos organismos, de trastornar así los procesos de auto-depuración y, eventualmente, de modificar en forma desfavorable e irreversible el medio viviente.

Las aguas superficiales y las aguas subterráneas deben protegerse contra la polución.

Cualquier disminución importante en la calidad o en la cantidad de un agua corriente o estancada puede ser perjudicial para el hombre y los otros seres vivientes.

IV.- LA CALIDAD DEL AGUA DEBE MANTENERSE A UNOS NIVELES ADAPTADOS AL USO PARA EL QUE ESTA PREVISTA, Y DEBE SATISFACER ESPECIALMENTE A LAS EXIGENCIAS DE LA SALUD PUBLICA.

Estas normas de

calidad pueden variar según los tipos de utilización; a saber:

Alimentación, necesidades domésticas, agrícolas e industriales, pesca y esparcimientos. Sin embargo, siendo la vida, en su infinita diversidad, tributaria de múltiples calidades de las aguas, debieran tomarse las medidas oportunas, a fin de asegurar la conservación de las características naturales del agua.

V.- CUANDO EL AGUA DESPUES DE UTILIZADA, ES DEVUELTA AL MEDIO NATURAL, NO DEBE COMPROMETER LOS USOS POSTERIORES, PUBLICOS O PRIVADOS QUE DE ELLA SE HARAN.

La polución es una modificación de la calidad del agua, provocada generalmente por el hombre; que la hace inadecuada o peligrosa para el consumo del hombre, para la industria, para la agricultura, para la pesca, para el recreo, para los animales domésticos y para la vida salvaje.

La evacuación de los desperdicios o de las aguas residuales, que provoca poluciones de orden físico, químico, orgánico, térmico, o radiactivo, no deben poner en peligro la salud pública y debe tener en cuenta la aptitud de las aguas para asimilar (por dilución o autodepuración) los residuos vertidos. Los aspectos sociales y económicos de los métodos de tratamiento de las aguas revisten una gran importancia a este respecto.

VI.- EL MANTENIMIENTO DE UNA CAPA VEGETAL APROPIADA PREFERENTEMENTE FORESTAL, ES ESENCIAL PARA LA CONSERVACION DE LOS RECURSOS DE AGUA.

Es preciso mantener la capa vegetal, preferentemente forestal, y cada vez que desaparezca, reconstruirla lo más rápidamente posible.

Proteger los bosques es un factor de gran

importancia para la estabilización de las cuencas hidráulicas — y de su régimen hidrológico los bosques son, además, útiles— no solo por su valor económico, sino por ser lugar de recreo.

VII.- LOS RECURSOS DE AGUA DEBEN SER OBJETO DE INVENTARIO.

El agua dulce utilizable representa menos de un 1 por ciento (1 por 100) de la cantidad de agua de nuestro planeta y está desigualmente repartida.

Es indispensable conocer los recursos de agua superficiales y subterráneas, teniendo en cuenta el ciclo del agua, su calidad y su utilización.

Por inventario se entenderá la selección y valoración cuantitativa de los recursos de agua.

VIII.- UNA BUENA ADMINISTRACION DEL AGUA DEBE COMPRENDER UN PLAN PROMULGADO POR LAS AUTORIDADES COMPETENTES.

El agua es un recurso precioso que necesita una administración racional de acuerdo con un plan que concilie a la vez las necesidades a corto y largo plazo.

Se impone una auténtica política en el dominio de los recursos de agua que reclama numerosas reestructuraciones encaminadas a su conservación, su regularización y su distribución. Además, el

mantenimiento de la calidad y cantidad de agua exige el desarrollo y el perfeccionamiento de las técnicas de utilización de reciclado y de depuración.

IX.- LA DEFENSA DEL AGUA IMPLICA UN CRECIENTE ESFUERZO DE INVESTIGACION CIENTIFICA, DE FORMACION DE ESPECIALISTAS Y DE INFORMACION PUBLICA.

Debe ser estimulada al máximo la investigación sobre el agua y muy en especial sobre las aguas residuales. Deberán extenderse los medios de información y facilitar los intercambios internacionales, a la vez que se impone una formación técnica y biológica del personal calificado en las diferentes disciplinas interesadas.

X.- EL AGUA ES UN PATRIMONIO COMUN CUYO VALOR DEBE SER RECONOCIDO POR TODOS. CADA UNO TIENE EL DEBER DE ECONOMIZARLA Y DE USARLA CON CUIDADO.

Todo individuo es un consumidor y utilizador de agua. Por esta circunstancia es responsable frente a los otros usuarios. Usar el agua inconsiderablemente es abusar del patrimonio natural.

XI.- LA ADMINISTRACION DE LOS RECURSOS DEBIERA CIRCUNSCRIBIRSE MAS BIEN AL MARCO DE LA CUENCA NATURAL QUE AL DE LAS FRONTERAS ADMINISTRATIVAS Y POLITICAS.

Las aguas que discurren en la superficie siguen las pendientes más acusadas y convergen para formar los cursos de agua. Un río con sus afluentes puede compararse a un árbol muy ramificado que conforma un territorio llamado cuenca.

Conviene tener presente el hecho de que, en los límites de una cuenca, todas las utilizaciones de las aguas superficiales y de las aguas profundas son interdependientes, y es deseable que su administración lo sea igualmente.

XII.- EL AGUA NO TIENE FRONTERAS, ES UN RECURSO COMUN QUE NECESITA UNA COOPERACION INTERNACIONAL.

Los problemas internacionales que pueden plantear las utilizaciones del agua debieran ser resueltas de común acuerdo entre los Estados, con el fin de salvaguardar el agua tanto en calidad como en cantidad.

Archivo "Diario de Mallorca" (Plá de Cúber)



Ofertas de terrenos sobre planos

Decídase ahora a ir al Polígono, luego puede ser demasiado tarde

Polígono - (LA PAZ) - (CA'N VALERO)

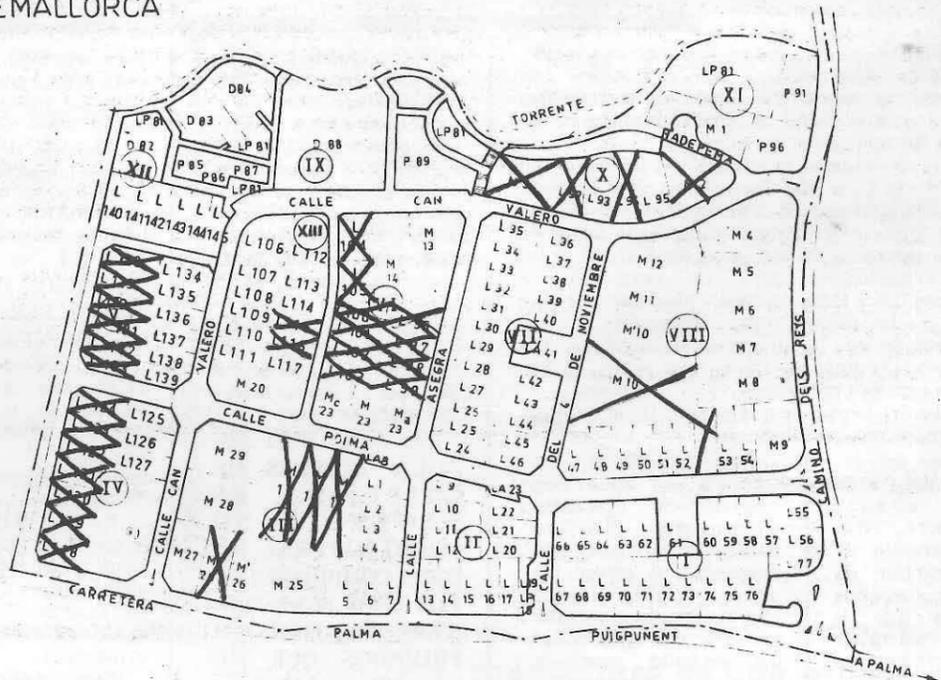
Parcelas marcadas con un aspa: Con su numeración correspondiente son las que actualmente están libres

MANZANA PARCELA. SUPERFICIE FONDO X LARGO

VII	L-31	1.124,- m2.	20,00 x 56,48
X	M-2	3.240,- m2.	56,00 x 57,50
X	M-3	2.896,- m2.	52,00 x 55,00
X	L-92	1.575,- m2.	29,60 x 60,00
X	L-94	1.715,- m2.	30,00 x 65,50
VI	L-96	1.585,- m2.	30,00 x 52,00
VI	L-97	1.040,- m2.	20,00 x 52,00
VI	L-98	1.040,- m2.	20,00 x 52,00
VI	L-99	1.030,- m2.	20,00 x 51,20
VI	L-100	1.358,- m2.	24,25 x 56,00
VI	L-101	1.110,- m2.	20,00 x 55,50
VI	L-102	1.110,- m2.	20,00 x 55,50
VI	L-103	1.110,- m2.	20,00 x 55,50
VI	L-104	1.532,- m2.	36,50 x 42,00
VI	L-105	1.405,- m2.	35,00 x 40,00
III	M-15	2.727,50 m2.	27,00 x 101,00
III	M-17	2.727,50 m2.	27,00 x 101,00
III	M-16	2.777,50 m2.	27,50 x 101,00
IV	L-122	1.284,00 m2.	24,00 x 53,50
IV	L-123	1.284,00 m2.	24,00 x 53,50
V	L-128	1.012,75 m2.	19,50 x 54,50
V	L-129	1.090,- m2.	20,00 x 54,50
V	L-130	1.090,- m2.	20,00 x 54,50
V	L-131	1.090,00 m2.	20,00 x 54,50
V	L-132	1.090,- m2.	20,00 x 54,50
V	L-133	1.049,50 m2.	19,00 x 54,50
XIII	L-115	1.010,50 m2.	21,50 x 47,00
XIII	L-116	1.010,50 m2.	21,50 x 47,00
III	M-26	1.575,- m2.	22,50 x 70,00

ASOCIACION SINDICAL DE INDUSTRIALES DE MALLORCA

POLIGONO INDUSTRIAL "CAN VALERO"



ESCALA 1:4.000

Polígono-(LA VICTORIA)-(SON CASTELLO)

Parcelas marcadas con un aspa: Con su numeración correspondiente son las que actualmente están libres

MANZANA	PARCELA	FONDO X LARGO	SUPERFICIE
VII	12	47,50 x 100,18	4.758,55
VII	13	44,80 x 100,18	4.488,07
IX	15	40,00 x 50,00	1.978,50
IX	16	20,00 x 50,00	1.000,00
IX	17	20,00 x 50,00	1.000,00
IX	18	20,00 x 50,00	1.000,00
XV	16	51,00 x 123,74	5.062,17
XV	17	46,50 x 102,54	4.384,35
XX	8	57,10 x 111,65	6.383,27
VIII	1	46,50 x 110,00	5.115,00

Una decisión que agradecerá toda la vida

Contrato: Sr.
 Información sobre:
 Manzana.
 Solar
 Ml. Fachada
 Ml. Fondo

**PROSPECTIVA
ECONOMICA
DE BALEARES**

por Pedro Costa

¿Un instrumento financiero para localizar las inversiones en nuestras islas?

Los fondos mutuos de fondos de inversiones son en la actualidad un método de inversión universalmente aceptado. Las aportaciones de un gran número de personas se reúnen en un fondo común que se confía a especialistas en inversiones mobiliarias o analistas financieros; estos profesionales pueden lograr unos resultados óptimos para los partícipes realizando sus cálculos con criterios objetivos e independientes, después de ponderar las oportunidades de expansión de las diversas empresas; la composición de la cartera se modifica a medida que lo aconsejan las circunstancias cambiantes que pueden influir en la plusvalía y rentabilidad del fondo, tales como la situación económica de las diversas empresas en un momento determinado o las circunstancias coyunturales del país.

Estas instituciones eran hasta tiempos relativamente recientes desconocidas en España pero, al alcanzar un nivel nacional de ahorro razonable, no podíamos seguir ignorándolas. Sus ventajas son evidentes desde un punto de vista social e individual y en los medios bursátiles se considera que su acción ha provocado la reactivación del mercado de valores al presionar sobre la demanda y canalizar el pequeño ahorro hacia las inversiones mobiliarias; las ventajas desde el punto de vista del inversor individual son evidentes: constituyen una defensa eficaz contra la inflación. Su liquidez es inmediata y disfrutan de unos beneficios fiscales realmente sorprendentes.

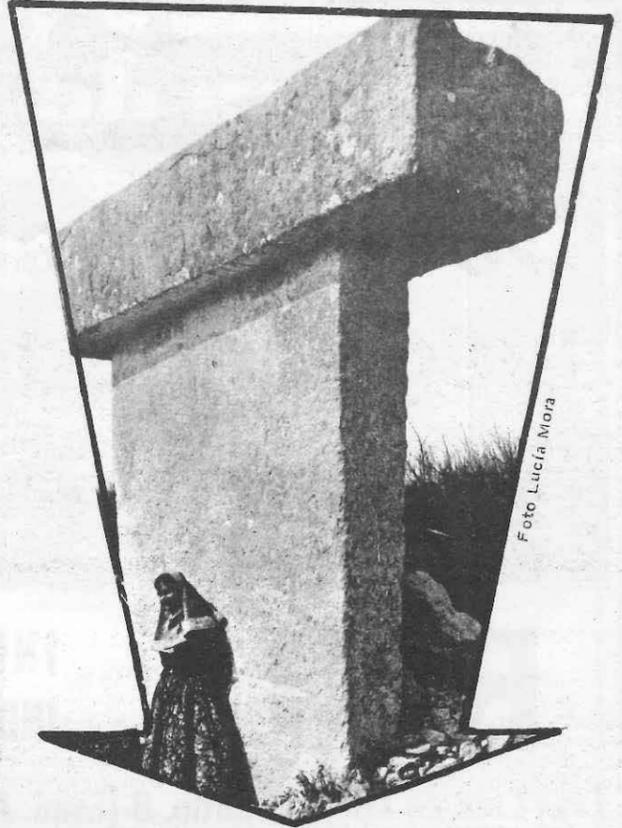
Si observamos el nivel de ahorro provincial "per cápita", comprobamos que en primer lugar aparecen las provincias de Madrid, Barcelona y Bilbao, seguidas de las Baleares, a una cierta distancia de las dos primeras. En realidad, el sistema financiero español y especialmente estas nuevas instituciones, los fondos de inversión,

favorecen el drenaje de un ahorro acumulado en las diversas provincias hacia las favorecidas por la presencia de una bolsa de valores; este hecho no deja de ser injusto; el ahorro individual ha sido definido como un primer paso hacia la inversión, pero si el primer paso lo damos nosotros nos exponemos a que el segundo (la inversión) lo den otros con nuestros ahorros y nuestro esfuerzo inicial.

Actualmente nuestra provincia está pasando por una auténtica crisis de crecimiento. Disponemos de unos medios financieros jamás igualados. Los depósitos bancarios crecen a un ritmo sorprendente y buscamos criterios válidos para invertir, pero, estamos un poco desorientados; queremos dar el primer paso y el segundo en casa, pero, ¿cómo conseguirlo de una manera efectiva? Creemos que la creación de un fondo de inversión podría ayudarnos bastante; de hecho, existe un precedente, ya que el 9 de Enero de 1969 un grupo de Cajas de Ahorro de las cuatro provincias catalanas abrió su propio fondo, en competencia con los ya existentes, para evitar una sangría financiera de mayores proporciones en el territorio de su demarcación.

¿Qué objetivo u objetivos podrían lograrse creando un fondo de inversión propio? En primer lugar podríamos disminuir la fuga de capitales hacia otras provincias, pero, sobre todo, la finalidad esencial podría consistir en localizar las inversiones procedentes de nuestro ahorro en las propias islas.

La empresa propuesta es realmente ambiciosa, pero creo que vale la pena considerar que no puede reportarnos perjuicio alguno y que por otra parte los grandes proyectos de inversión que el nivel de desarrollo alcanzado nos obliga a concebir, requieren la creación paralela de unos instrumentos financieros que nos permitan llevarlos a término con éxito.



"La catedral de la prehistoria" continúa siendo eminentemente agrícola

TURISMO: ELOGIOS A ESPAÑA EN LAS PAGINAS DE "LE MONDE"

La Agencia EFE ha distribuido la siguiente información fechada en París:

"La hostelería española podría servir de ejemplo a la francesa" escribe Jean Houdart en un artículo que publica el diario "Le Monde". "En cualquier restaurante español —añade— se puede comer bien y a precios sumamente asequibles, sin que las negativas a hacer determinadas consumiciones provoquen las reacciones molestas que se dan en los establecimientos hoteleros franceses. Los precios están señalados, tanto en los restaurantes como en las habitaciones de los hoteles, con lo que queda descartada cualquier sorpresa desagradable a la hora de abonar facturas". "En cuanto al personal de la hostelería española —añade el autor— es extremadamente amable, sin servilismos".

Señala el autor del comentario, que aunque la ayuda estatal a la hostelería no es en España mayor que en Francia, aquella ha dado mejores frutos, y termina pidiendo que se imite el ejemplo español con la creación de Paradores y Albergues, de los que hace grandes elogios. "Estos establecimientos —dice— están montados en edificios de moderna construcción o en viejos castillos, monasterios o palacios que han sido convenientemente restaurados y dotados de instalaciones modernas, de tal manera que no sé qué es lo que merece ser más alabado: si sus comodidades, sus excelentes servicios o su valor artístico".

(Editur, núm. 468)

UN AEROPUERTO PARA EL AÑO 2000

Lo que en este momento no son más que campos cubiertos de nieve y pastizales, pantanos y bosque, a unos 35 kilómetros al Norte de Hamburgo, será en unos años pista de aterrizaje para reactores de gran capacidad del tipo "jumbo" y aviones supersónicos. Según decisión del gobierno de la ciudad de Hamburgo, entre 1975-1976 será puesta en servicio la primera parte del gran aeropuerto Hamburgo - Kaltenkirchen, cercano al municipio de Kaltenkirchen, que cuenta con unos 7.000 habitantes. Para entonces se habrá alcanzado el límite máximo de capacidad en el aeropuerto de Hamburgo - Fuhlsbüttel, con unos cuatro o cinco millones de pasajeros por año, según cálculos de los expertos. El de Kaltenkirchen podrá despachar hasta 30 millones de pasajeros por año. Tendrá dos pistas paralelas de despegue y aterrizaje de 4.000 metros de longitud cada una que podrán ser prolongadas más tarde a 5.880 metros.

MENORCA

"Menorca com ballena monstruosa i encadenada se monstra al navegant".

"La que d'enfora pareix un monstre singular, dins, es l'idilic jardí a hon del la fauna trobada son regna dixós: Felicitat".

En efecto, Menorca, el "último remanso del Mediterráneo", calmado, sosegado, tranquilo, silencioso, idílico jardín de antaño y siempre, sigue siendo trono perenne de la felicidad.

Con orgullo y justicia Menorca ostenta el nombre de "Catedral de la Prehistoria". Pasmó y admiración producen sus piedras milenarias, bostezos gigantescos de la Historia, grabados en piedra megalítica sobre la piel de la enorme ballena.

Gentes sinceras, leales, alegres, serviciales, dignas y honradas, mantienen a la par difícil equilibrio, la respetable tradición de lo del alma, con el progreso en que la isla toda se halla inmersa, en avance continuo de técnicas industriales y fines urbanísticos.

Foto Doiño (puerto de Mahón)

CARACTERISTICAS ECONOMICAS DE MENORCA

Tradicionalmente Menorca ha sido (y continúa siendo) una isla eminentemente agrícola e indiscutible con la importancia de una industria de derivados de la leche, especialmente la industria quesera de bien cimentada fama.

Paralelamente a la demanda, las granjas avícolas, han desarrollado su capacidad de producción, permitiendo no solo abastecer el consumo de la isla, sino incluso aliviar la demanda de la isla de Mallorca y de Cataluña.

El litoral menorquín es rico, tanto en la cantidad y calidad, como en la múltiple variedad de especies que en él se crían.

Los fabricantes de bisutería, herencia arcaica de una noble tradición, alcanza cifras que roza los trescientos millones de pesetas, siendo el 7 por cien de las mismas destinadas a la

exportación.

Los principales importadores de calzado menorquín, son, Cuba, Francia e Inglaterra. La capacidad de producción de sus fábricas de calzado alcanza los quinientos millones de pesetas (500.000.000), destinándose a la exportación un 80 por ciento.

Actualmente y ante la entrada del "boom" turístico en nuestra isla, se está desarrollando una nueva industria que llega a cubrir completamente la enorme demanda de materiales de construcción, excepto, cementos y material sanitario.

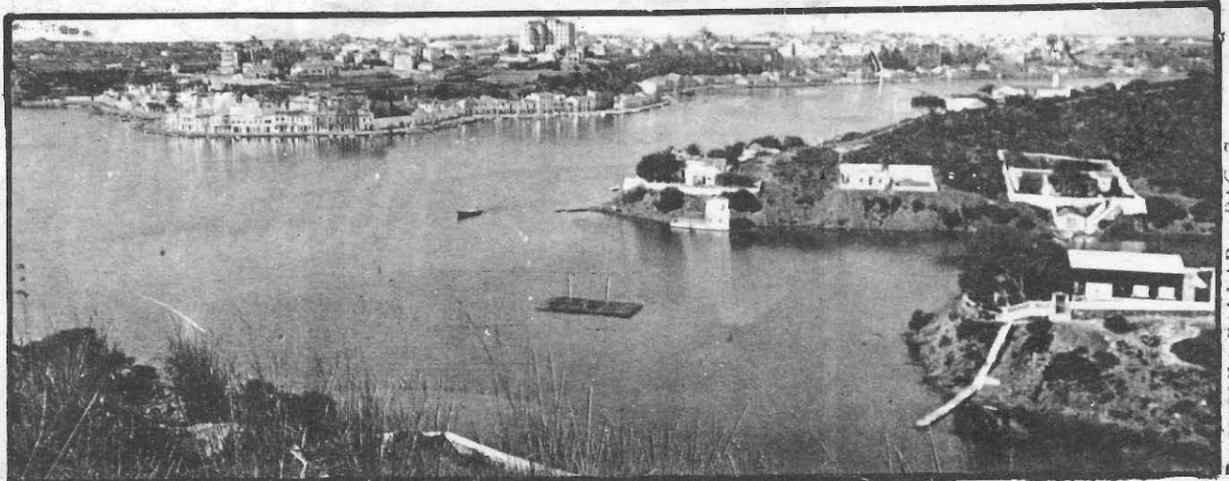
Signo demostrativo del índice de incremento de las industrias de la isla de Menorca ha sido la absorción por parte de GESA de las seis centrales primitivas, generadoras de energía eléctrica, y que, pese a dicha absorción, GESA vé constantemente desbordadas sus previsiones.

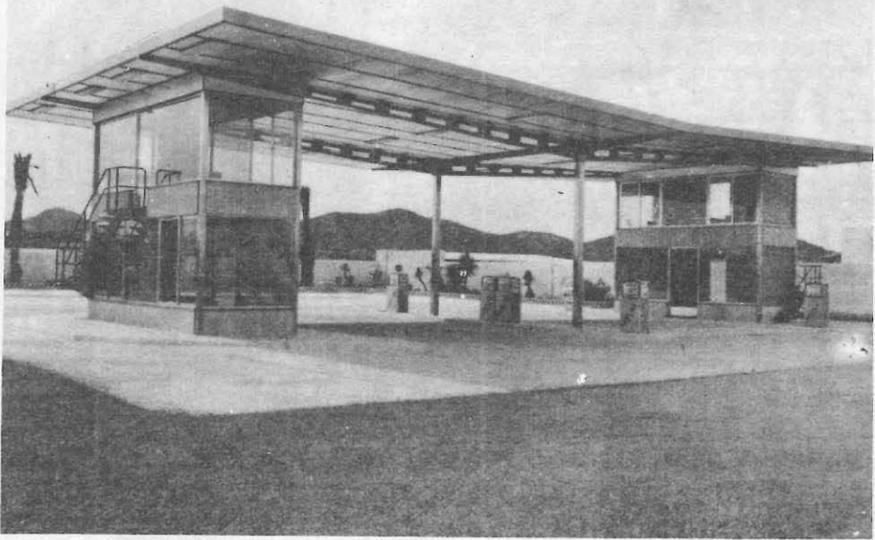
Ejemplo demostrativo del reconocimiento de la

importancia de la isla de Menorca por parte del Ministerio de Información y Turismo, es el hecho de que, (casi la única excepción en España) sin ser capital de provincia, le ha sido concedido, oficialmente, la instalación de una emisora de radio. Radio Popular de Menorca viene emitiendo desde hace más de diez años.

Las emisiones de mayor éxito han sido las dirigidas al mundo laboral, femenino y juvenil. Ejemplos de estos programas son: "Trabajo y música", y "Tertulia del club de Amigos".

Radio Popular de Menorca dispone, además de un grupo escénico revitalizador del folklore isleño. Sus éxitos han trascendido incluso fuera de la isla. Las instalaciones de Radio Popular de Menorca se completan con un Club para solaz de los socios. Dicho Club, entre otras clases de juegos, dispone de pistas de tenis, una de ellas cubierta.





RUIZ INGENIEROS INDUSTRIALES

Fray Luis de León. 10-Entlo. B-(Esqu. Avda. Argentina)
Teléfono 237357

Proyectos y dirección de obras e instalaciones
Cálculo de estructuras e instalaciones auxiliares
para edificios industriales y urbanos
Oficina de estudios para instalaciones de G. L. P.
y combustibles líquidos

Historia de Mallorca

coordinada por
J. MASCARO PASARIUS

De aparición quincenal, en fascículos de 32 páginas de 19x28 cms. en papel couché de primera calidad. Numerosas ilustraciones en blanco y negro y color.

Cuatro tomos de 23 fascículos cada uno.

Precio del fascículo: 50 ptas.

Esta magnífica "Historia de Mallorca" aborda capítulos tan sugestivos y en general tan poco estudiados y conocidos como:

- "Mallorca hace un millón de años"
- "Economía Mallorquina"
- "Mallorca en la Segunda República Española"
- "El Movimiento Nacional en Mallorca"
- "Judíos y Conversos de Mallorca"
- "La Marina Mallorquina"
- "Piratas y Corsarios"
- "La Medicina y las Supersticiones en Mallorca"
- "Mallorca Musulmana"
- "El Contrabando en Mallorca"
- "El Bandolerismo"
- "El Estraperlo", etc., etc.

Redactada por un equipo de revelantes especialistas, entre ellos:

Rafael Alcover González, Luis Alemany Vich, Manuel Alvarez de Sotomayor, Bartolomé Barceló Pons, Cristóbal Borrás Rexach, Jaime Busquets Mulet, Guillermo Colom Casanovas, Mn. Baltasar Coll, José María Costa, Bartolomé Enseñat Estrany, Jaime Escalas Real, Francisco Estebán Ruiz, Miguel Ferrer Flores, Bartolomé Font Obrador, Sebastián Garcías Palou, Antonio Jiménez Vidal, Jerónimo Juan Tous, Jaime Lladó Ferragut, Josep Parfa Llompart, P. Gabriel Llompart, Francesc de B. Moll, Juan Muntaner Bujosa, Luis Pascual y González, Bartolomé Payxas Franch, Lorenzo Pérez, Román Piña Homs, Mn. Antoni Pons, Joan Pons i Marqués, Juan Pou Muntaner, Luis Ripoll, Jaime Salvá, Elviro Sans, Alvaro Santamaría, Francisco Sevillano Colom, José María R. Tejerina, Bernat Vidal i Tomás, etc., etc.

Corbero



EL FENOMENO TURISTICO Y LA INDUSTRIA HOTELERA

Si se tuviera que aislar un fenómeno que posea el carácter de decisivo en el quehacer económico español de los últimos años, sin duda mucha gente coincidiría en señalar que el Turismo posee como ningún otro este carácter. Nos encontramos ante un acontecimiento que goza de una popularidad que ninguno otro de los que han modelado la realidad económica española en los últimos tiempos, y concretamente en lo que va de la presente década, posee, lo que no podía menos de suceder, ya que se trata de un fenómeno con una amplia variedad de repercusiones, aparte de las estrictamente económicas, y que, por lo demás, ha sido lo suficientemente aireado por los medios de difusión oficiales como para que la gente esté convencida de su importancia.

Desde un punto de vista estrictamente económico, es, en efecto, difícil encontrar algo cuyo impacto haya sido tan notable en los últimos tiempos, máxime si se tiene en cuenta lo relativamente reciente de la aparición del "boom" turístico. Adquirir conciencia de la importancia de este fenómeno no significa, por otra parte, que se adopte una postura complaciente, y mucho menos, confiada, pues aún cuando haya motivos sobrados para felicitarse por el

no explican la tónica general de holgura de los primeros años de esta década; para aplicar este insólito acontecimiento (que no habla de durar mucho tiempo, desgraciadamente), hay que recurrir al "boom" turístico manifestado abiertamente a partir de 1960: en este año la afluencia turística fue de 6,11 millones de personas, y los ingresos obtenidos por este concepto, de 297 millones de dólares; para 1966, las cifras correspondientes fueron de 17,20 y 1.250, respectivamente. Durante este período, los ingresos provenientes del turismo han financiado, año por año, un 35 por cien de las importaciones, o visto desde otro ángulo, han permitido absorber un 50 por cien del déficit de la balanza comercial, que ha ido aumentando notablemente a partir de 1961. En suma, han hecho posible que se importara no sólo una gran masa de bienes de equipo necesarios para atender al desarrollo económico de los últimos años, sino además, los bienes de consumo necesarios para atender a la elevación de la demanda que este mismo desarrollo ha comportado.

H

Escribe
Carlos Cuellar
Licenciado en
Económicas

hecho de poder contar con una afluencia anual de dieciocho millones de turistas, a nadie debe escaparse que, por una parte, se trata de un fenómeno que, aunque no errático, no puede ser considerado como definitivamente estable, y que por otra, comporta modificaciones en el sistema económico del país receptor que a la larga pueden no ser todas beneficiosas. Dicho de otra manera: que hay que distinguir como en toda consideración de cualquier acontecimiento económico, entre el plazo corto y medio, y el largo plazo, y ver que mecanismos operan en cada uno de ellos, para poder hacer una valoración, que en todo caso no puede ser monofítica.

Sin duda alguna, el efecto más espectacular que el Turismo ha provocado en nuestra economía, hay que situarlo en la balanza de pagos con el exterior. Con anterioridad al año 1959, año del plan de Estabilización, venía siendo tradicional la asfixia de este sector, encontrándose el país con grandes dificultades para importar los bienes que en cantidad creciente venían siendo demandados; al mismo tiempo se observaba un paulatino descenso en el nivel de reservas exteriores. Este, que a finales de 1958 era de 65 millones de dólares, llegó a ser, a mediados de 1959, negativo (menos de dos millones de dólares, factor decisivo, sin duda, en la adopción del Plan). Es obvio que los primeros efectos positivos registrados en la Balanza a partir de 1959 fueron consecuencia directa de las medidas estabilizadoras, pero también lo es que si solas

En 1967 los ingresos por turismo han descendido ligeramente, en relación a 1966, aunque el número de visitantes haya sido algo mayor. Para 1968 los ingresos han vuelto al nivel de 1966, aproximadamente. La divergencia entre las curvas de entrada de turistas y de divisas por este concepto, no puede menos que provocar una cierta alarma. A propósito de cuáles eran las causas de este fenómeno, circulan varias hipótesis explicativas, más o menos plausibles, si bien la complejidad del asunto, y la falta de estudios al respecto, no autorizan ninguna conclusión definitiva, por lo menos a nivel de guía para la acción. Con todo, sí hay que afirmar que en lo sucesivo la problemática fundamental del turismo ha de girar, no ya en torno a la conquista de nuevas posiciones, sino alrededor de la consolidación de las actuales. No hay nada que fundamente las posturas vanamente optimistas, fruto de una visión deformada por la feliz coyuntura de los últimos años sin una adecuación a los cambios operados desde entonces.

Desde un punto de vista teórico, pueden señalarse otra serie de defectos que el turismo trae consigo: efectos sobre el desarrollo regional, sobre el sistema productivo, y por tanto, sobre la asignación de recursos y su desplazamiento, sobre los factores de producción; todos estos son efectos que aparecen a más largo plazo, y son duraderos. A éstos se podría añadir la influencia en la configuración del sistema económico en su conjunto: así, Ramón Tamames habla

del carácter neoaustriaco del nuestro, en el que la industria trabaja para atender únicamente a una demanda interior incrementada por la que los turistas llevan a cabo, sin una auténtica proyección al exterior.

Se pueden constatar en nuestro país, efectivamente, fenómenos de desarrollo regional, más o menos intensos según el nivel preexistente; modificaciones en el factor trabajo, en el sentido de promoción de la mano de obra menos cualificada, y se han visto surgir grandes complejos hoteleros, al mismo tiempo que se han desarrollado toda una serie de servicios complementarios. Es precisamente en Baleares donde este efecto sobre la configuración del sistema productivo se ha manifestado de una manera más notoria, pues es aquí donde se ha llevado a cabo una mayor especialización, no sólo en el sentido de que una parte importante de las actividades económicas de la región dependen de una manera más o menos directa del turismo, sino en el sentido de que la oferta turística, ha tenido que centrarse, por lo que se refiere a su componente principal, que es el alojamiento, en la creación de instalaciones hoteleras, dadas las condiciones de insularidad, que excluyen la forma del "camping". Estos dos fenómenos de especialización pueden ilustrarse.

Según datos obtenidos por el Banco de Bilbao, ya en 1964, del total de renta generada en las Baleares, correspondía un 20 por cien al sector "Hostelería y Esparcimiento", mientras que para el total del país, y en el mismo año, la cifra correspondiente era del 6 por ciento. Sin duda, este sector no agota en sí todas las rentas que el turismo genera.

Por lo que respecta al segundo tipo de especialización, basta indicar que, partiendo de una base común de 100 para el año 1963, los índices correspondientes a la oferta de alojamiento en plazas hoteleras son, para el año 1967, 146 y 209, para el total nacional y para Baleares, respectivamente. Actualmente del total nacional de plazas de este tipo, corresponde a Baleares un 22 por ciento, aproximadamente, en las que Mallorca participa con un 86,3 por ciento. La existencia de plazas en acampamentos es prácticamente nula, mientras que por lo que respecta a plazas en apartamentos, si bien es dado encontrar un cierto número de ellas, el porcentaje sobre el total del país es ínfimo.

Se ha señalado la importancia que representa el turismo en España, y concretamente en Baleares, donde el tirón de la demanda ha dado origen a la concentración hotelera más importante de Europa. Con ello no se ha hecho más que trazar un marco dentro del cual se irán situando, y debatiendo, aquellos problemas que son más vivamente sentidos por nuestros industriales hoteleros, situándolos en relación a los más generales de la región y del país; éste será el objeto de las colaboraciones que, vayan apareciendo en este espacio.

El turismo no puede ser considerado como definitivamente estable

CAPITANES DE EMPRESA:

D. Bartolomé Buades: "Futuro con optimismo"

Industrial, edad indefinida, quizás 40 - 45 años, nervioso, sus manos siempre dibujan lo que explica. Ponderado, es difícil obtener los conceptos cierto o falso. Perfecto catalizador. Su industria abona la cifra más alta de nómina en Mallorca. Casado, con bastantes niños. Le gusta pescar, ama el mar y añora el tiempo en que las calas eran ignoradas o había poca gente.

1. ¿Es difícil ser industrial en Baleares?

—En principio, no creo que la localización geográfica, sea un factor de la dificultad de ser industrial. Empezar una industria siempre es difícil, sea en Baleares, en Cataluña o en Alava, pongamos por caso, pero ser industrial cuando se heredan unos medios, una tradición, y un espíritu no es tan difícil. Quizás la mentalidad que nos inculcaron desde niños, hace que encontremos un cierto placer en vencer estas dificultades, inconvenientes y problemas, que para alguien no acostumbrado a ellos le parecerían insoportables.

2. El costo de los transportes ¿no debe ser un handicap importante para su negocio?

—Sí, es un handicap, pero no importante ni mucho menos insuperable.

3. ¿Cuántas personas trabajan en su Empresa?

—Unas 500 aproximadamente.

4. ¿Conoce a todos sus colaboradores?

—A casi todos.

5. ¿Duerme perfectamente toda la noche? La responsabilidad moral ante tantas familias ¿No le resta tranquilidad?

—Tampoco en este caso, creo que el tamaño de la Empresa sea una medida del buen o mal sueño de sus dirigentes. El dormir o no dormir, depende de la



idiosincrasia de cada Empresario, y del grado de dificultades por el que atraviesa.

6. ¿Cuántos artículos producen Vds.?

—Producimos grifería sanitaria cromada en gran cantidad de tamaños y formas.

7. ¿Exportan? ¿A qué países?

Desde hace varios años, a pesar de la presión del mercado interior que no podemos desatender, hemos dedicado parte de nuestra capacidad a la exportación. Nuestro objetivo ha sido sostener, de cara al futuro, unas relaciones, y comprobar nuestra capacidad de exportación, pues sabemos que la manera más segura de demostrar que una Empresa es competitiva, en un mercado común, es que compita de hecho, que venda en el extranjero.

Exportamos no solo a países subdesarrollados, sino a

los propios líderes del progreso industrial, como Inglaterra, Suiza, Suecia, etc.

8. ¿Cómo ve el futuro político en el mundo industrial que Vd. circunda?

—Con optimismo. Muchas industrias como la nuestra, relativamente sencillas y ligeras deben emigrar de los países subdesarrollados, e instalarse en España y demás países en desarrollo. En otras palabras; que nosotros los españoles podemos suministrar con ventaja aquellos productos como calzado, confituras, grifería, bordados, juguetes, marroquinería, artículos de regalo, etc. etc, dejándoles a ellos las industrias de elevado tecnicismo y fuertes inversiones.

Pero hace falta que los empresarios españoles, alcancen la madurez en la organización, la madurez en la calidad uniforme y constante, y la madurez en los sistemas de financiación.

9. ¿Cómo calificaría la banca: Regional, Conservadora, Progresista, Abierta...?

—La consideraría progresista y abierta... quizá porque no hemos tenido problemas. Una industria fragmentada, de dimensión insuficiente, luchará sin éxito para procurarse los recursos necesarios para efectuar las inversiones que exige el progreso industrial. Por esto soy partidario de la unión, y tan convencido de que ella nos hace más fuertes a todos.

10. ¿Cree en el Crédito como elemento de expansión?

—Indudablemente. Para producir más se necesita más capital, el cual puede salir del ahorro, y si no basta, no queda otro remedio que acudir a los créditos. Pero también en este aspecto, la unión de varios individuos, está en mejor posición para atraer el apoyo de los Bancos. Todos tenemos beneficios siendo partes o miembros de una unidad mayor, y financieramente más fuerte.

11. Según tenemos entendido, su industria está sostenida por un triunvirato ¿Quiénes lo componen?

—No es un triunvirato. Somos 5 hermanos que trabajamos conjuntamente. Tenemos además unos espléndidos colaboradores, con los cuales formamos un verdadero equipo.

12. ¿Es compatible la dedicación a los suyos, con lo que exige una industria tan importante?

—No es tan importante... Además, el día tiene muchas horas, y hay tiempo para todo.

13. ¿Que es lo que pediría Vd. al dirigente empresarial para hacer en común?

—Hay que proclamar que la época actual necesita un dirigente empresarial capaz de extraer y crear riqueza; que canalizar buena parte de los recursos hacia colocaciones puramente especulativas y no productoras, será bueno para él, pero no para el bien común. Que las personas con posibilidades de inversión de capital, recuerden que la industria es a la larga, para

todos, tan rentable, segura y firme, como muchas de las inversiones que hoy se realizan.

Por último, le pediría al Empresario, que en la elección de soluciones a los problemas que tenemos planteados, tuviera un concepto de continuidad, y para resolver el "hoy", no sacrificáramos el

mañana. Que de la misma manera que supimos combatir el individualismo de nuestra raza, y logramos una obra común como el polígono y el Patronato, sepamos seguir unidos pra objetivos todavía mayores.

Palma, a 3 de Septiembre de 1969.

INFORMACION ESPECIALIZADA PARA INDUSTRIALES

Viene de la pág. 15

EXPORTACION DE CONSERVAS VEGETALES EN 1968

Respecto del año 1967 las exportaciones de preparados y conservas vegetales aumentó en un 35 por ciento, el de las hortalizas, y en un 50 por ciento, el de las frutas. Se exportó, en conjunto, por cantidad de 4.200 millones de pesetas, aproximadamente.

El mayor incremento correspondió al capítulo de las conservas y preparados de legumbres, 51 por ciento. En cifras absolutas, las conservas de frutas ocupan el primer lugar con unas ventas de 150.000 toneladas, por un valor de 2.178 millones de pesetas, siendo los jugos y los zumos la partida más importante. Las conservas de hortalizas alcanzaron la cifra de 104.000 toneladas, con un valor de 2.017 millones de pesetas.

7 ENERGIA

NUEVAS TARIFAS ELECTRICAS

A partir del 1 de Enero de 1971 entrará en vigor el moderno y generalizado sistema de tarifas binomias que fue aprobado por decreto a propuesta del Ministerio de Industria. Este nuevo sistema permitirá una mejor utilización de la potencia instalada.

El consejo aprobó también una orden del Ministerio de Industria por la que se elevan en un 5 por ciento las actuales tarifas de energía eléctrica. Este incremento se destinará a Ofite para cubrir el déficit existente, que este año ascenderá a unos 20.000 millones de pesetas. A causa de esto, el incremento no tendrá ninguna repercusión sobre los resultados económicos de las empresas.



DDUCALE

MARCA DE PRESTIGIO



bordados mallorca, s. a.

INAUGURACION DE SU NUEVA FACTORIA

POLIGONO INDUSTRIAL LA VICTORIA

Ada. ASIMA n-1 - palma de mallorca

Transportes G. Alemany

CENTRAL: Via Alemania, 17 - Tels. 314335 - 216757
 Secc. embarq.: Alférez Quetglas Ferrer, ITel. 255772
 PALMA DE MALLORCA

En las mismas condiciones de favor que le tengan concedidas, le prestamos un servicio más rápido satisfactorio y solvente

PRINCIPALES CORRESPONSALES

Barcelona

Transportes Monllor

Barcelona
Tarragona

Tráfico industrial y comercial

Valencia

Transporte Monllor

Madrid

Transporte Camps

Alicante

Vda. José Pov da

Ibiza

Transporte Riera

EL MUNDO DEL MARKETING



Carta abierta a un empresario desconocido

Distinguido señor:
Si hoy saliéramos a la calle con un farol en la mano como aquel famoso filósofo de la antigüedad, estoy seguro que la frase "Busco a un hombre" la trastocaríamos por la de "Busco un Jefe" y es bastante factible de que nadie que una responsabilidad empresarial, nos tomarían por locos.

Hoy las empresas carecen de jefes, como carecen de telefonistas, y si me apuran un poco más, de señoras que limpien perfectamente el polvo. El problema se puede sintetizar en una palabra: Profesionalización. La mejor definición de un jefe puede ser aquella de "el hombre que obtiene resultados por su gestión directa o a través de los demás". Como se puede observar no se dice nada de la palabra mandar ni que es necesariamente imprescindible el tener personas a su cargo para ser jefe, ¡un botones puede tener personalidad de jefe si actúa como tal!

Realmente es difícil formar jefes si dentro no hay materia prima, por lo cual ya debemos partir de una premisa "el Jefe nace y se hace". Si dentro de una probeta tuviéramos que introducir dos ingredientes para obtener jefes, serían dos líquidos de diferentes colores, uno de color verde y le llamaríamos: Estilo; otro de color rojo y lo titularíamos: Nervio. Estilo y Nervio, he aquí dos elementos claves para solucionar el problema, dirigir hombres.

Ser Jefe significa en un porcentaje de casos, jugar la carta de la soledad, se verá incomprendido, comentado y a veces envidiado, es el manto de púrpura que suele arrastrar el mando. Sólo se le medirá por los resultados y realmente debe ser así.

Los imperativos del Jefe son:

PREVEER: Todos los acontecimientos

ORGANIZAR: Su trabajo, su tiempo

MANDAR: Motivando perfectamente a sus colaboradores.

COORDINAR: Todas las acciones que resulten de lo que él prevea. Un jefe aunque opere por elementos estáticos, debe colaborar en la marcha de los trabajos, saber si van bien las operaciones en la cual él ha participado en un tramo.

CONTROLAR: Los resultados, para corregir si fuera preciso.

Hoy, cuando hay una obsesión para obtener jefaturas de cualquier tipo, es interesante señalar unos principios base para saber si realmente somos jefes.

1.- En ningún asunto de su competencia un Jefe puede decir "no sé cómo está" o "no lo he visto" o "se me ha olvidado". Estas contestaciones no son de jefes.

2.- Cuando señalamos una fecha de final de trabajo, de presentación de un estudio, de determinar una gestión, esa fecha, esa hora debe ser sagrada porque va nuestra palabra y la palabra de un Jefe es mítica.

3.- Cuando la indolencia, el desinterés y la burocracia de los demás, nos detienen nuestros asuntos, debemos saltar barreras y seguir para adelante. La solución de un asunto no es indicar dónde está situado sino el "ya está conseguido".

4.- Un Jefe es:

Juez

Consejero

Maestro

Organo de mando

Amigo.

y como tal debe ser duro consigo mismo y con los demás. Debe premiar al que colabora, al que ayuda, y debe desechar al que le entorpece, al que no cumple.

Un jefe se califica por sus decisiones amables y por las otras si son necesarias. Ha habido muchos hombres que por no levantar una hacha a tiempo se han encontrado después con problemas. No se recuerda ningún caso de que en las horas bajas de un Jefe se le hayan acercado a comprender sus desdichas, aquellas con las que no quiso llevar una política rígida.

5.- Un Jefe sabe que es más difícil mandar que obedecer, por lo cual cada vez que ha de plantear un problema presenta la solución correspondiente, un Jefe es un creador de soluciones, no de problemas.

6.- Es auténticamente difícil que un hombre que no solucione el trabajo al día consiga ser Jefe. La actualización tanto del trabajo como de los conocimientos, es condición indispensable para el hombre que es necesariamente responsable.

7.- Un Jefe nunca debe enfadarse. El nivel en sangre y la presión sube cuando se está en momentos coléricos y **NO SE PUEDE PENSAR**, son en esos momentos cuando las circunvalaciones cerebrales no adquieren el ritmo que se precisa, es cuando se dicen y se hacen muchas tonterías que a veces pueden ser irremediables. El Jefe siempre actúa con la serenidad de un cirujano, la firmeza de un general y el entusiasmo de un bay scout.

8.- Un Jefe es responsable de la promoción profesional y económica de los que le rodean no ha de ser bueno por naturaleza, ha de ser consecuente por principios. Ambos problemas, el profesional y el económico, son tan suyos como puede ser la marcha de la empresa. Un dirigente nunca debe crear "falsos futuros" ni "falsos porvenires", a cada colaborador dirá en todo momento hasta dónde puede llegar y cómo debe hacer para poder situarse. Un problema de enfermedad, de momento económico desagradable por parte de sus colaboradores, también será su momento y como tal debe solucionarlo.

9.- Los problemas personales de un Jefe, incluso los internos de la empresa, jamás deben trascender a sus colaboradores. La seguridad es un factor clave para el rendimiento y por otro lado, nadie tiene el por qué soportar los momentos difíciles del que les dirige.

10.- La autoridad de un Jefe es el elemento clave que le hará mover toda su maquinaria operativa. La debe guardar con la misma atención que el soldado defiende su fusil.

Ser Jefe puede resultar difícil, pero siguiendo el verso de Kypling, es la única manera para "que los dioses, la suerte y la victoria sean para siempre tan sumisos esclavos".

Hasta mi próxima. Cordialmente.

(Permitida la reproducción total o parcial de este artículo y todos los que se publiquen de la serie citando la procedencia).

MARKETING Y PETANCA

por MIGUEL CAPELLA

En esta última década dos cosas se han popularizado con carácter de novedad en nuestro país:

La Petanca y el Marketing, y se han extendido con la misma rapidez. Hoy día contamos en España con grandes petanquistas.

A la petanca se puede jugar desde el principio, sin otro riesgo que el de perder un poco de moral, o unas cervezas si la partida es muy seria.

Jugar a Marketing puede ser más caro y peligroso. Sí, porque en Marketing lo importante no es participar, como en los otros juegos de los hombres; lo importante en Marketing es ganar.

NO ES SUFICIENTE CAMBIAR LAS CORTINAS

En esto, como en tantas otras cosas, ocurre qué, quién más quién menos, ha oído ya cientos de veces la palabra Marketing, y a fuerza de oírla y repetirla se ha hecho familiar, tanto, que algunas empresas, en un discutible afán de ponerse al día, han ido sustituyendo los términos de Director Comercial, Director Gerente, etc..., por el de Director Marketing, sin más, con la misma facilidad con que se cambian las cortinas de la Sala de Juntas para dar un "nuevo aire" a la habitación.

EL INFARTO Y EL TENIS

¿Puede beneficiar esto a la empresa?

Puede. Aunque lo más probable es lo contrario. Ocurre, que, sea quien sea el viejo hombre con el nuevo nombre, se siente juguetón en su nuevo "puesto"; y así empiezan las grandes y calamitosas partidas de petanca. Sí; jugar a Marketing como innovación puede ser tan peligroso como jugar al tenis con infarto de miocardio, porque está de moda.

UN AMERICANO EN MANGAS DE CAMISA

En efecto, los aires de renovación comercial e industrial que corren por nuestras tierras son lo suficientemente fuertes como para barrer y remontar todos los pseudoafanes de los innovadores circunstanciales. Y el Marketing con su aire de americano alto, mirada de jovencito distraído y en mangas de camisa, es lo suficientemente serio y responsable como para exigir la seriedad y la responsabilidad de ciencia en su aplicación y uso.

Pero, ¡Cuidado! no propugnemos la no aplicación de las técnicas de Marketing a nuestras empresas ¡NO! todo lo contrario. Esta ciencia innovadora que se puede calificar de teoría-práctica de la economía aplicada a la empresa, entraña sustanciosos beneficios en su ejecución, si se usa correctamente, que ésta es la única prudencia que se exige.

DISTINGAMOS

El Marketing, no es exclusivo ni excluyente. Sus técnicas son válidas para cualquier empresa y para cualquier producto.

Los medios de aplicación difieren, claro está, según sea el volumen de la empresa.

GRANDES, MEDIANAS Y PEQUEÑAS EMPRESAS

Las grandes empresas deben disponer de un departamento propio de Marketing. La importancia del equipo dependerá del volumen de la empresa y del tipo de producto o productos que deban ser comercializados. En determinadas circunstancias deben usar del consultor de Marketing independiente de la empresa.

La mediana empresa puede tener también su propio departamento, o bien, usar sólo el consulting. No se puede generalizar para la mediana empresa, lo único

evidente es qué, si no dispone de un departamento propio, no debe prescindir del consultor de Marketing.

El caso de la pequeña empresa es más preciso que el anterior; difícilmente podrá, una pequeña empresa, disponer de un departamento con personal especializado dedicado exclusivamente al Marketing. Le queda, pues, el sistema del consulting de Marketing.

QUIEN...

Toda empresa que trabaje productos o servicios en un mercado o en varios es tema idóneo para el consulting.

CUANDO...

Hay varios momentos óptimos para la consulta.

Ejemplos:

- Debe crearse una nueva empresa.
- Hay que reorganizarla.
- Es necesario tomar medidas financieras.
- Debemos lanzar un nuevo producto.
- ¿Qué producto lanzar?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿A qué mercado?
- ¿Qué sistema publicitario es el mejor? etc. etc. etc.

COMO...

A la consulta debe acudir con el revestimiento de la humildad franciscana.

A cada problema corresponden una o más soluciones, generalmente son varias. Unas más ventajosas que las otras. Ocurre que algunos empresarios acuden al consulting con el problema y la solución "in mente", y en realidad no desean sino que el consultor les reafirme en su criterio, en fin, que les aplauda la idea; eso es narcisismo empresarial. Otros acuden con el recelo de... ¡Y ese que sabe de embudidos! Ciertamente. Si el problema es técnico o afecta a la calidad de la pimentita ¡Nada! Pero... Los procesos de producción, la dinámica de los productos, los sistemas de venta, el estudio de mercados, etc... tienen para todas las empresas y para todos los productos, unos esquemas idénticos. Las premisas son las mismas. Lo que conoce el consultor de Marketing son éstos esquemas y estas premisas. He aquí, pues, que a la consulta debe irse:

- Con la humildad con que se va a aprender algo.
- Con la seguridad de que le enseñarán algo.
- Con la intención, cuando menos, de meditar cuanto le haya sido dicho.

...Y POR QUE ACUDIR AL CONSULTING DE MARKETING?

Hay dos razones. La primera, que el consultor es un profesional. Conoce la técnica y la ciencia. Acudimos a él por las mismas motivaciones que nos llevan a la consulta de un médico o de un jurista.

La segunda razón es que el consultor, será siempre más frío y objetivo que el propietario o gerente de la empresa objeto de la consulta, entre otras razones, porque no le une ningún vínculo sentimental, ni con el edificio, ni con la organización, ni con el producto. Y, además, siempre es más fácil hallar la senda rodeando el bosque por el exterior, que zigzagueando por entre la maleza.

¿DONDE ESTARA VD. EN 1970-71-72?

¿DEBERA LLEVAR EL MISMO NEGOCIO?

¿TENDRA QUE VINCULARSE A OTROS NUEVOS?

SEMINARIO

Prospectiva económica de las Baleares.

¿Qué empresas podríamos montar?

25-26-27 de Septiembre de 1969

En el Hotel Acor - IBIZA

Dirigido por M. Jean Bertin.

*Caballero de la Orden del Mérito Económico.

*Administrador del Groupe Opera Internacional.

*Director General de C.O.C. para:

ESPAÑA
PORTUGAL
MARRUECOS

*Consejero de gestión.

*Y programador incansable de las doctrinas económicas modernas.

PROGRAMA

I.- Concepto de prospectiva

II.- El futuro de los productos y de los servicios.

III.- La actuación de los Organismos Estatales y de los gobernantes.

IV.- Baleares industrial.

V.- ¿Qué tipo de industria y por qué?

VI.- ¿Qué producto?

VII.- ¿A qué mercado?

VIII.- ¿Con qué sistema de ventas?

IX.- ¿Con qué directivos?

X.- El plan 1-2-5 de actuación

XI.- La mentalidad del empresario 1970.

Salida de Palma día 25, jueves, a las 8,45, en el vuelo 261 de AVIACO.

Regreso día 27, Sábado, por la tarde.

NOTA: La organización del Curso incluye viajes y estancia en IBIZA.

A.S.I.M.A.
Matías Montero, 11
PALMA DE MALLORCA

Señores:

Ruego me informen a la mayor brevedad posible del Seminario: "PROSPECTIVA ECONOMICA DE LAS BALEARES"

¿QUE EMPRESAS PODRIAMOS MONTAR?

En espera de sus noticias, le saluda atentamente.

Fdo:

Consulting de Marketing

Teléfono 216064

Todos los lunes de 9 a 14 h. (a horas convenidas) nuestro Director General, atiende consultas particulares de tipo comercial, económico, administrativo, financiero, estudio de promociones, estudio de remuneraciones al personal, organización, etc.

Este consultorio estará abierto a todas aquellas personas que acrediten su condición de industriales o comerciantes, relacionados en una u otra forma con la economía de nuestras islas.

Domicilio
Población

PLANISI

Gomas y plásticos

LOGAR-VI

**Reportajes - Trabajos
industriales y murales**

EN COLOR Y BLANCO Y NEGRO

MERISLA, S. L.

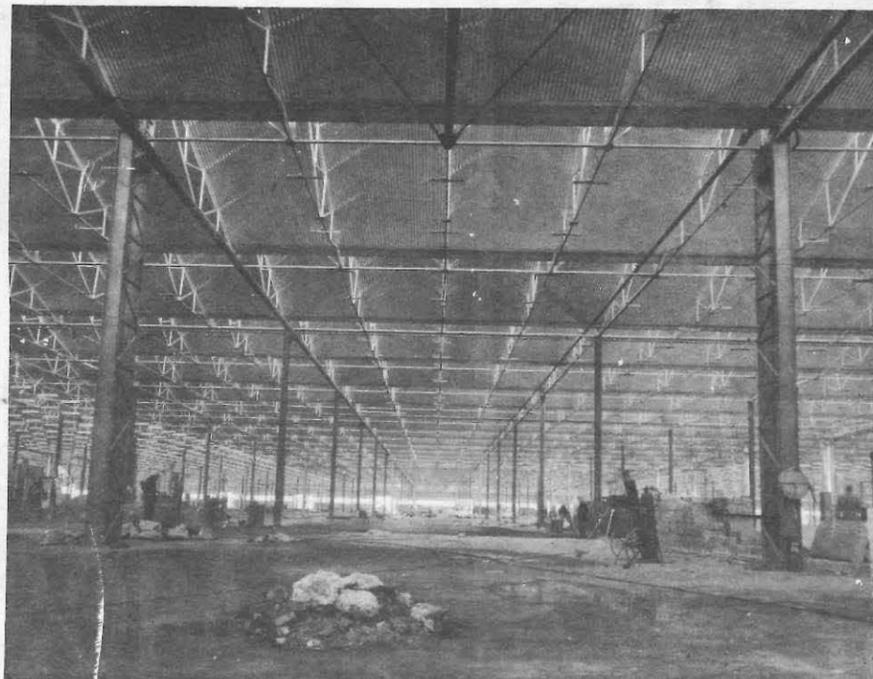
Fábrica de Productos de Caucho



- Bolsas y Cost (CASAVON) para Hilatura
- Piezas Moldeadas y de Cauchos-Metal
- Juntas de Precisión
- Manguitos y Perfiles para Automóvil
- Embarcaciones Inflables (MIAVON)

Calle Gremio de Albañiles, s.n.
Polígono La Victoria
Palma de Mallorca

Teléfono 25-69-12
Telegramas: Merisla



**AISLAMIENTOS TERMICOS ACUSTICOS
Y DE VIBRACIONES**

JUAN VINYAS

Ing. Ind. y Cía.
BARCELONA



**Falsos techos aislantes térmicos y absorven-
tes acústicos, aislamientos térmicos, cámaras
frigoríficas, conductores de aire acondicionado, etc.**

DELEGACION BALEARES:
RUIZ, Ingenieros Industriales
Palma de Mallorca

Fray Luis de León, 10-Entl. B
Teléfono 23-73-57

LA INDUSTRIAL Y AGRICOLA

SOCIAS Y ROSSELLO

MALLORCA GENERAL MOTORES INSTRUMENTOS ACCESORIOS ACEROS Y METALES

CALLE DE MANACOR 234 30 TELEFONO 2031 y 21618 TELEGRAMAS: INDUSTRIAL
APARTADO 447

CONSTRUCCIONES
LLABRES & MONTANER, S.A.

PALMA DE MALLORCA

Estudios-Presupuestos-Obras civiles-Construcciones
Edificio Social, C. Bonaire Tel. 210961 (6 líneas)

DAMERO ECONOMICO

LA INDUSTRIA JAPONESA DE AUTOMOVILES

La industria japonesa de automóviles ha alcanzado en el último mes de Marzo un nuevo récord de producción al ascender su producción a 396.180 automóviles. Esta cifra refleja un progreso de un 2,8 por ciento sobre la cifra del mes anterior, y de un 16,3 por ciento sobre la cifra del mes de abril del pasado año 1968. Toyota y Nissam son los constructores que realizan entre ambos la mayor parte de la producción. (Le Figaro, núm. 7.682).

TRATADO COMERCIAL HISPANO-RUSO

El "Sunday Telegraph" publica dos crónicas, fechadas en Madrid y en Moscú, en las que se anuncia que el Gobierno español y el de la Unión Soviética habrán llegado a un acuerdo sobre la firma de un tratado comercial entre ambos países, por el que se permitirá a los barcos mercantes rusos el uso regular de los puertos de Barcelona y Cádiz, así como la construcción de almacenes, en la zona franca de ambos puertos.

El periódico londinense afirma que unos 200 barcos soviéticos visitarán anualmente estos dos puertos españoles después de la firma del tratado.

LOS DIAS DE LA SEMANA QUE MAS SE COMPRA

Hablando de compras, bueno será que hagamos mención a los días de la semana que más compras se realizan: los sábados, los lunes y los jueves son los tres mejores días de venta en el comercio. Los sábados, porque preceden al domingo; los lunes, porque suceden al mismo y los jueves, por "la clientela doméstica", que realiza numerosas compras. Así nos lo dijo recientemente el director gerente de Jorba Preciados. En cuanto a los mercados de abastos, seguimos comprobando que se producen alzas en algunos artículos los sábados y vísperas de fiesta. ¿Por qué, si no se pagan en esos días impuestos especiales?

CENTRO DE INTERCAMBIOS TECNOLOGICOS INTERNACIONALES

Los dos próximos seminarios del castillo de Mercues, tendrán lugar del 28 de mayo al 28 de junio y del 1 al 31 de octubre. Las esposas de los participantes podrán asistir a cada seminario durante las dos últimas semanas.

Los derechos de inscripción son de 130.000 pesetas para un asistente y su esposa. Los gastos de estancia de 650 pesetas día/persona, y de 1.000 pesetas día 2/personas. Es necesario saber francés e inglés. Además, se deben justificar diez años de experiencia profesional y estar situado a un alto nivel de dirección.

REGLAMENTACION DE LA ELIMINACION DE LOS COMERCIANTES EN HOLANDA

Los comerciantes de más de 58 años con una cifra de venta inferior a los 14.000 florines por año y más de 10 años como comerciantes pueden solicitar la autorización para cerrar, recibiendo una remuneración hasta los 65 años.

Doce mil han solicitado esta autorización.

NUESTRAS ESTRUCTURAS COMERCIALES SON ARCAICAS

El presidente de la Asociación para el Consumo Familiar ha afirmado que España vive una red de comercialización muy primitiva y, por tanto, muy cara, que cuesta a los consumidores españoles 40.000 millones de pesetas al año, más que si tuviéramos una estructura paralela a nuestro nivel de consumo. Las irregularidades de los circuitos de distribución, las dificultades de transporte, la falta de una adecuada red frigorífica y la existencia de unos intermediarios con poderes casi monopolísticos, han sido, y siguen siendo, la causa de que los productos perciban una remuneración mínima, mientras el consumidor paga en ocasiones cifras desproporcionadamente altas.

QUE HACEN LOS INGENIEROS DIPLOMADOS EN FRANCIA

Los ingenieros representan el 14 por ciento del total del personal de la industria del comercio y de los organismos públicos.

El 10 por ciento de los ingenieros se dedica a la investigación, el 14,5 por ciento trabaja en oficinas de estudios, el 24 por ciento ejerce actividades técnicas, el 11,5 por ciento técnico-comerciales, el 3 por ciento comerciales, el 6,3 por ciento administrativas y el 3,9 por ciento actividades múltiples.

UNA NUEVA FIRMA FRANCO ALEMANA

Dos empresas especializadas en la construcción de máquinas utilizadas por la industria del calzado, han decidido asociarse. Son la empresa Anver (primer fabricante francés en este ramo) y la empresa alemana Schön (número tres en su país). Con 300 empleados, Anver, S.A., realiza una cifra de negocios anual de 47 millones de francos, lo cual representa el 50 por ciento del mercado francés. En 1966,

LA FUSION DE LAS EMPRESAS

Barcelona figura a la cabeza en este movimiento integrador de empresas. En poco tiempo se han fusionado: Catalana de Gas y Electricidad y Española de Gas; Hidroeléctrica de Cataluña y Compañía de Fluído Eléctrico; Faros Españoles e Industrias Mempar; Auto-Electricidad y F.E.M.S.A., y la absorción de siete Sociedades por Motor Ibérica.

EMPRESAS EN CRISIS EN 1968: 221

Durante el pasado año, se declararon suspensiones de pagos en 170 empresas españolas. De ellas, en 84 fue por falta de liquidez; en 41, por insolvencia temporal, y en el resto por otras causas. Individuales eran 89 de las empresas, y 65 anónimas; 90 pertenecen al ramo de industrias manufactureras, y 47 al de comercio. En este mismo año, 51 empresas declararon quiebra. El mayor número de ellas corresponde a sociedades anónimas (19 casos). Las clases de quiebra han sido en 9 casos a petición del quebrado, en 33 casos por sobreesamiento general en el pago, en 8 por ejecución con insuficiencia de bienes, y en una por fuga u ocultación. (El Europeo, núm. 275) Rueda Financiera, 26.4.69

CALZADOS EN 680 m2. DE LS.

El mayor almacén de calzados de Alemania Oriental acaba de ser inaugurado en HALLE. En una superficie para la venta de 680 m2. se presentan en libre servicio, aproximadamente 7.000 pares de zapatos.

46 personas están empleadas en estos almacenes que, en su primer año de explotación, calculan realizar una cifra de negocios del orden de los 20 millones de pesetas.

LA ANSIADA "CAMBIAL AGRARIA"

La ansiada letra de cambio está a punto de hacerse realidad. Según declaraciones del ministro de Agricultura, está ya muy estudiado y maduro el boceto de la ley que la puede traer a la vida comercial española.

Entre otras ventajas esta "cambial agraria", para cuya financiación la Banca privada movilizará determinados recursos, tendrá un tipo de interés más bajo que los normales y se negociará con impuestos rebajados.

CONSTRUCCION DE NAVIPLANOS

La construcción de tres naviplanos de gran tamaño, modelo N-500 va a ser financiado por el gobierno francés. Las dimensiones de dichos naviplanos permitirán transportar de doscientos a doscientos cincuenta pasajeros y de cuarenta a cincuenta coches. Los N-300 ya construidos que entrarán en servicio en la costa azul, podrán transportar ochenta pasajeros y de seis a ocho coches. (La Vie Française, núm. 1.247)

JAPON CONSTRUIRA 30 CENTRALES NUCLEARES

El Japón ha programado la construcción de treinta nuevas centrales nucleares entre 1970 y 1976. Para 1970 el potencial energético generado por las centrales nucleares alcanzará los 1.300 megawattios, el equivalente de la producción francesa durante 1968, pese a que Francia es uno de los setenta en materia de centrales nucleares. Pero esta cifra experimentará un crecimiento muy rápido: en 1976 se espera que puedan funcionar dieciséis centrales, que aporten el 11 por 100 de la energía consumida en el país, y para 1985 se espera que esta proporción crezca hasta el 35 por 100.

AUTOMOVILES A VAPOR EN LAS QUINIENTAS MILLAS DE INDIANAPOLIS

Un industrial americano, M. William Lear, está actualmente experimentando un nuevo automóvil a vapor en una réplica del trayecto de las 500 millas de Indianápolis, construido en Reno, Nevada. Este industrial espera que los organizadores de la gran prueba le permitan apuntar este año en la famosa carrera, dos modelos de su nuevo tipo de automóvil.

RENTA "PER CAPITA" ESPAÑOLA: 632 DOLARES

El volumen del producto interior bruto al coste de los factores a precios constantes de 1967, sería para 1968 de 1.572.470 millones de pesetas. Por su parte, la renta nacional habrá alcanzado 1.450.484 millones de pesetas, y la renta "per capita" a 44.257 pesetas, equivalentes a 632 dólares, según informa el comentario económico de las Cajas de Ahorro de España.

Estas cifras suponen, respecto al año anterior, un crecimiento de 4,7 por ciento para el producto interior bruto, del 4,4 por ciento para la renta nacional y del 3,3 por ciento para la renta "per capita"

EL TAMAÑO MEDIO DE LOS HOTELES ESPAÑOLES ES INSUFICIENTE

Se ha hecho hincapié en que el tamaño medio de los hoteles españoles está muy por debajo del nivel que sería de desear. La media de tamaño calculada para los 7.289 hoteles españoles es de 33,7 habitaciones. Esta cifra supera a la de 1964, que era de 29,9 habitaciones por hotel como media. Sin embargo, a pesar de la mejora, la media resulta todavía insuficiente.

ERROR BRITANICO

En Europa, la ofensiva de Cadbury (el fabricante número 1 de chocolate) empezó por una falsa maniobra. Habiendo comprobado que los alemanes consumían mucho chocolate, la dirección decidió construir una fábrica en Bremen. Pero, construida en 1966, la fábrica cerró sus puertas en junio de 1968, con un balance negativo.

Si hubiésemos hecho un estudio de mercado más completo, nos hubiésemos dado cuenta de que el mercado estaba en manos de una multitud de fabricantes que reventaban los precios.

LA AUTOMATIZACION EN ESTADOS UNIDOS

Según una estadística reciente, en Estados Unidos se hallan en servicio 40.000 computadoras, lo que equivale a decir que hay 630 aparatos por cada millón de trabajadores.

LAS CAJAS DE AHORROS

Al finalizar el año último, las Cajas de Ahorro más importantes del país, según el orden de magnitud de los saldos de ahorro que tenían depositados, eran las siguientes (cifra en millones de pesetas):

Caja de Pensiones para la Vejez y de Ahorros de Cataluña y Baleares, con 68.000 millones de pesetas.

Caja de Ahorros y Monte de Piedad, de Barcelona, con 26.000

Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Zaragoza, Aragón, y Rioja, con 23.000.

La economía balear en el ámbito nacional

BANCA Y FINANZAS DEPOSITOS BANCARIOS Y CAPACIDAD AUTONOMA DE INVERSION

En 1968, el volumen de depósitos bancarios aumentó en Baleares más rápidamente que en el conjunto del país, situándose por encima de los 17 mil millones de pesetas, lo que supone una media de 37 mil pesetas por persona.

De ese modo nos hemos colocado en sexta posición, tras Madrid, Barcelona, Valencia, Vizcaya y Sevilla, en cuanto a volumen absoluto de depósitos bancarios y en tercera posición, tras Madrid y Barcelona, en cuanto a volumen de depósitos por habitantes.

No cabe duda que la capacidad autónoma de inversión que tiene Baleares es extraordinariamente elevada.

por Miguel Aleñar licenciado en Ciencias Económicas

COYUNTURA INDUSTRIAL

De la misma manera que Madrid y Barcelona se ven favorecidas por la actuación de la banca privada, que coloca en ellas un porcentaje de créditos superior al de depósitos que de las mismas recibe; en el caso de Baleares ocurre justamente lo contrario. En 1968 nuestro porcentaje provincial de depósitos bancarios (2,2 por ciento) dobló prácticamente el de préstamos recibidos de la

banca (1,2 por ciento) Dicho en términos más llanos, Baleares se gasta el lujo de exportar gratuitamente al resto del país gran parte del capital financiero ganado con su esfuerzo industrial, comercial, agrícola y de servicios.

¿Nos sobran realmente tales recursos o nos faltan ingenio e iniciativa para aprovecharlos adecuadamente?

HACIENDA PUBLICA

Al manejar los datos facilitados por la Delegación Provincial de Hacienda a la Cámara de Comercio de Palma nos ha sorprendido el aumento continuado que experimentan en Baleares, año tras año, las recaudaciones fiscales por el concepto de "Impuesto Industrial"

Dos son las razones de

nuestra sorpresa: la compración de la importancia relativa de este impuesto dentro de todo el conjunto de ingresos impositivos, mucho mayor en Baleares (8,5 por ciento) que en el resto de España (4,1 por ciento) y el conocimiento del nivel estacionario de este impuesto en el conjunto de todo el país.

COSTE DE LA VIDA

En honor a la verdad se ha de decir que, contrariamente a lo que se ha afirmado en algunas ocasiones, el coste de la vida en Palma de Mallorca no es uno de los cinco más caros de España. Las capitales de provincia más caras son Barcelona, Vizcaya y Gerona. Junto con éstas nos superan además otras nuevas: Madrid, Alava, Guipúzcoa, Castellón, Coruña, Lérida, Pontevedra, Santander y Valladolid.

Esto es lo que se desprende de los estudios realizados por Banesto en 1968, los únicos disponibles al respecto, ya que los índices publicados por el INE no permiten comparaciones interprovinciales directas. Insistimos en este extremo, causa, sin duda, de las erróneas interpretaciones aludidas.

INVERSION INDUSTRIAL

Durante el año 1968 cambió de signo la evolución de nuestra inversión industrial. Esta, que en 1967 había descendido de un modo alarmante, recuperó el pasado año el nivel de 1965.

Los sectores preferidos por la nueva inversión balear, fueron: alimentación, metal y construcción, por este orden. Sigue, por tanto, reforzándose la servidumbre turística de nuestra industria.

CALZADO DE BALEARES EN NUEVA YORK

En el centro permanente de productos españoles en la capital neoyorquina, coincidiendo con la Convención del Calzado de aquella ciudad, tuvo lugar una exposición de calzado español presentada por C.E.P.E.X. Los compradores visitantes alcanzaron el número de 179, quienes comprometieron pedidos por valor de 12 millones de pesetas. Se exhibían 1.183 modelos, procedentes de fabricantes de Baleares y de la región valenciana. También se vendieron 6.134 botas presentados simultáneamente con el calzado.

LOS EMPRESARIOS Y LAS TECNICAS EMPRESARIALES

por José Lorenzo Mulet Sans
 Profesor Mercantil
 Licenciado en Ciencias Económicas

En sus estudios relativos a la Dirección Científica de la Empresa, el profesor de la "Kent State University", Norbert Lloyd, aludiendo a la necesaria reordenación de los conceptos que presiden la actual dirección empresarial, dice: "A principios de siglo, y aún más con anterioridad, el empresario veía limitado su arsenal a la utilización extensiva, pero casi exclusiva, de dos herramientas muy potentes: la intuición y la experiencia. Pero con el transcurso del tiempo las cosas han cambiado. La complejidad de la empresa moderna es la razón por la cual la intuición se manifiesta incapaz para resolver sus múltiples

problemas".
 No creo que exista ningún motivo por el que podamos poner en duda las primeras manifestaciones de Lloyd, pero yo pregunto, ¿es cierto que con el transcurso del tiempo las cosas han cambiado? O mejor aún, ¿podemos asegurar que la empresa ha evolucionado lo suficiente, como para movernos a un nivel en el que la intuición y experiencia sólo tienen una importancia secundaria o complementaria? Opino que para todos, y en especial para los que tenemos contactos con el mundo

empresarial, la respuesta es clara: Aunque las técnicas de ordenación y dirección empresarial hayan evolucionado enormemente, aunque constantemente surjan nuevos métodos y aportaciones en el campo de las técnicas empresariales, el paso fundamental hacia su aplicación, real, efectiva y consciente, a la resolución de los problemas que, actualmente, tiene planteados nuestra empresa, aún no se ha dado. Por lo tanto, a la hora o en el instante en que el empresario tiene que resolver los problemas que se le presentan, sigue echando mano (en la mayoría de los casos) a sus instrumentos favoritos y arcaicos: la intuición y la experiencia, en el mismo orden en que lo escribo. Incluso cuando pretendemos definir la figura del empresario no lo hacemos pensando en un gran coordinador de métodos o técnicas de empresa, elaboradas por especialistas a sus órdenes, sino que elaboramos mentalmente la imagen de un gran improvisador, un gran intuición. Este problema (porque indudablemente es un problema), si tratáramos de localizarlo geográficamente, observaríamos que se da con mayor relieve en zonas o áreas, donde debido al acuciante y creciente incremento de las exigencias del mercado de demanda, la oferta, en su empeño compensatorio, ha crecido, a través de la proliferación de gran número de empresas, en una forma, que por ser apresurada, ha sido totalmente incontrolada. No hace falta decir que nuestras Islas ocupan un lugar destacado en el conjunto de Zonas de proliferación de empresas: negocios, tiendas, tiendecitas, fábricas, fabriquititas, etc. . . afectadas por el citado virus del crecimiento incontrolado.

Después de todo el planteamiento realizado surge inmediatamente la pregunta: ¿Por qué habiendo evolucionado tanto las técnicas y métodos de dirección empresarial, no se ha conseguido que nuestros actuales empresarios; pequeños, medianos y grandes, las hayan incorporado a sus empresas, con el consiguiente beneficio que ello supondría?

Voy a tratar de dar respuesta a esta cuestión, enunciando los motivos que, a mi parecer, dan lugar a este hecho.

1 Motivo: Tiempo

Debido a la gran rapidez con que se ha desarrollado toda esta evolución, nuestros dirigentes de empresas no han tenido, prácticamente, tiempo para detenerse a pensar en "estas cosas".

2 Motivo: Crisis de Confianza

Existe una crónica y arraigada "crisis de confianza" del empresario hacia la incorporación de métodos a los que no se ve una inmediata "rentabilidad".

3 Motivo: Encubramiento

Creo que también hay que buscar parte de culpa, en lo exageradamente bonitas, pero inalcanzables que resultan gran número de "teorías", y que, por tal motivo, están condenadas a no casarse nunca con la exigente y ruda "práctica". Produciendo el consiguiente desánimo en el empresario.

4 Motivo: Especialistas

Aunque con un nivel inferior de importancia con respecto a las causas apuntadas anteriormente, hay que enunciar el hecho de que no existen número suficientemente elevado de personas que con auténtica propiedad puedan incorporar estas técnicas a los problemas de nuestra empresa moderna. Ahora bien, debo insistir en que si los tres motivos enumerados inicialmente, que hacen del empresario un "ser refractario", no desaparecen, por muchos especialistas que hayan no se logrará el objetivo perseguido.

Apoyándome entodo lo anteriormente detallado, trataré en mis sucesivos comentarios, de exponer, de acuerdo con los objetivos y estructuras de las empresas modernas, las nuevas técnicas existentes para la resolución, en cada caso, de los problemas planteados. Intentaré, también, estudiar, dentro del enfoque general, los problemas específicos surgidos en las empresas ubicadas en nuestro Archipiélago Balear. Deseo insistir en el objetivo propuesto de analizar las teorías empresariales existentes, en cuanto son aplicables a empresas y objetivos concretos.

Agradeceré cualquier sugerencia de temas que debido a un interés especial puedan merecer un estudio detenido.

José L. Mulet

LA BOLSA

Cambios durante el año hasta el día 29-8

máximo	mínimo	VALORES	cambio del día 29-8	Renta	
115,25	5-8	110,00	2-1	111,50	2,86
118,00	23-7	110,00	7-1	115,00	3,47
105,50	20-3	102,50	18-6		
109,00	12-3	106,00	18-6	108,00	3,33
118,50	6-8	111,50	16-5	115,75	3,45
112,00	26-3	105,50	11-6	109,50	5,03
106,25	7-2	102,00	10-6		
107,00	12-2	101,75	25-3	105,00	4,27
107,00	7-1	102,50	16-7	106,00	4,24
91,00	30-1	81,00	15-7	84,00	5,95
286,00	31-7	205,00	2-1	277,00	2,91
200,00	11-4	153,00	3-1	188,00	4,52
423,00	13-5	342,00	11-6	388,00	2,62
349,00	14-8	195,00	3-1	313,00	3,83
210,00	14-8	163,00	8-1,	184,00	4,61
199,00	14-8	130,00	2-1	169,00	5,53
280,00	14-8	205,00	2-1	240,00	4,37
367,00	14-8	260,00	2-1	334,00	3,14
283,00	14-8	192,00	3-1	245,50	3,86
254,00	14-8	167,00	7-1	220,00	4,77
270,00	7-8	159,00	2-1	262,00	3,81
1.250,00	22-4	905,00	2-1	1.170,00	1,31
1.620,00	27-8	1.277,00	2-1	1.607,00	0,89
756,00	28-8	641,00	8-1,		
1.286,00	25-2	985,00	18-6	1.110,00	1,0
1.200,00	21-3	965,00	3-6		
1.335,00	28-8	990,00	2-1	1.322,00	1,05
445,00	25-4	347,00	3-1		
1.642,00	18-4	1.212,00	10-6	1.386,00	0,84
1.197,00	25-4	913,00	2-1	1.177,00	1,47
760,00	27-8	512,00	15-1	725,00	1,60
940,00	29-8	754,00	3-5	940,00	1,48
1.455,00	11-2	1.135,00	26-8	1.180,00	0,98
340,00	25-3	181,00	2-1	279,00	1,52
310,00	1-8	120,00	2-1	308,00	1,10
210,00	29-8	138,00	7-1	210,00	4,04
607,00	22-8	388,00	3-1	606,00	2,10
830,00	22-8	380,00	2-1	797,00	1,81
456,00	22-8	206,00	3-1	425,00	2,40
189,00	14-8	101,00	2-1	178,00	4,77
520,00	27-8	220,00	2-1	515,00	2,64
950,00	22-8	565,00	8-1	940,00	0,90
590,00	22-8	381,00	2-1	580,00	2,15
300,00	7-8	158,00	7-1	295,00	3,05
120,00	29-7	65,00	2-1	101,00	
150,00	22-8	86,50	3-1	141,00	3,01
348,00	20-3	210,00	7-1		
790,00	7-5	608,00	2-1	687,00	1,45
72,00	3-7	40,00	2-1	65,00	
175,00	1-8	94,00	2-1	160,00	5,31
410,00	22-8	215,00	7-1	393,00	1,94
120,00	1-4	72,00	14-1		
650,00	22-8	311,00	3-1	640,00	2,34
110,00	31-7	54,00	2-1	98,00	5,10
675,00	8-8	390,00	3-1	660,00	1,81
169,00	3-7	83,00	2-1	153,00	3,88
2.155,00	28-8	2.128,00	21-8	2.153,00	
499,95	22-8	402,08	18-2		
2202,00	26-8	2.185,00	19-8	2.272,42	
1.330,00	27-8	1.024,00	12-2	1.661,15	
				1.287,92	

Los Fondos de Inversión y la influencia, por su gran volumen de contratación, que ejercen en la Bolsa, son la nota a destacar en nuestro primer comentario. En efecto durante este mes de Agosto ha tenido lugar una gran movilidad de capitales de un sector a otro, traduciéndose en efectivo los beneficios acumulados durante el año, y así vemos que las eléctricas, tras su nota ascendente hasta mediados de mes sufren un descenso pareciendo que finalmente se han estabilizado con ligera tendencia a ganar enteros. Los bancos se han beneficiado de este movimiento de capitales y aunque en esta última semana han experimentado una bajada, ha sido durante este mes en que la mayoría de ellos han alcanzado el cambio más alto de lo que llevamos de año.

Telefónica después de perder 8 enteros en la segunda semana, recupera 13 en la siguiente, colocándose a 283 para terminar con 277.

Aguas de Barcelona, alcanza 412 en la tercera semana, para finalmente descender a 388, 2 enteros más que el cambio que marcó día 5. Unión Naval de Levante, alcanza 69 enteros con respecto al cambio de día 5, colocándose a 269. Trasméditerránea, después de marcar 270 en la tercera semana, desciende a 262, 2 enteros más alto respecto al cambio de día 5, que fue de 260. Petróleos en la última semana experimenta una bajada de 33 enteros, marcando 52 enteros más que el cambio de día 5, que fue de 745. La misma tendencia ha sufrido Explosivos, que cierra con 425 después de haber bajado 30, pero marcando 15 más que el primer martes de mes. Azucarera se ha ido manteniendo para perder al final 8 enteros.

Han iniciado ampliaciones: Autocorrios Harry Walker, hasta el 10-8, marcando el cupón 56; La Unión y El Fénix Español hasta el 15-10 y último precio de cupón al 26-8 de 800.

La Seda de Barcelona anuncia ampliación del 1 al 30 de Septiembre contra cupón núm. 61 en la proporción de una acción nueva serie B, por cada 14 serie A o cada 7 serie B.

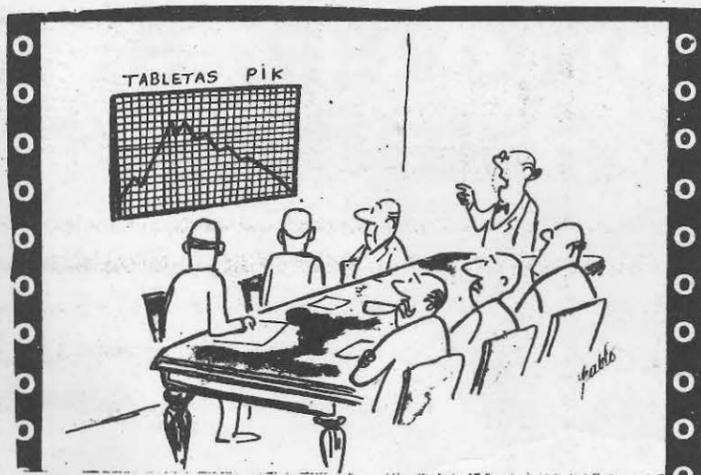
HU- MOR



Se la ofrezco de oferta especial y además, la oportunidad de pertenecer al "Club Amigas de la Fruta"...

—Señores Consejeros, una de dos: O inventamos algo para que le duela más la cabeza a la gente, o nos dolerá más a nosotros.

De "La Codorniz"



*Instalaciones
Eléctricas y Sanitarias
Calefacciones*

CASA CABOT
Antonio Cabot Fornés

Plaza de la Reina, 9
PALMA DE MALLORCA

Naviera Mallorquina, S. A.

ARMADORES — CONSIGNACIONES — AGENCIA ADUANA

Muelle Viejo, s/n
Apartado 80

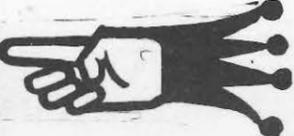
Telex 1348 Navi — e

Palma de Mallorca
Telegráfica: NAVIERA

Teléfs: Gerencia/Tráfico 212958
Oficinas 226642/3/4

SERVICIO DE CABOTAJE Y GRAN CABOTAJE
LINEAS REGULARES

ENTRE PENINSULA — BALEARES — PORTUGAL — FRANCIA
ITALIA — ESPAÑA

CaLiDAD 

**En DecoRACION Y Pu-
bliCiDAD. con Pintor**

DecoArp 



ASESORIA ECONOMICA DE EMPRESAS

Antelmo Roig Vaquer
ECONOMISTA

SINTAS, 8 - TEL. 22 37 78
PALMA DE MALLORCA

Le ofrece sus servicios

1.-Constitución de Sociedades

2.-Estudios Económicos

A) ESTUDIOS PREVIOS
NECESIDADES FINANCIERAS
RENTABILIDAD
REGIMEN TRIBUTARIO

INVERSIONES
FISCALIDAD

B) CONSTITUCION LEGAL

RENTABILIDAD

C) ORGANIZACION
ADMINISTRATIVA
CONTABLE
FINANCIERA

PLAN FINANCIERO

PLAN CONTABLE

ANALISIS DE BALANCES

Horario: de 10 a 13
Tardes: Horas convenidas

aries *

en vanguardia
de la publicidad gráfica

San Felio, 14 - Palma de Mallorca

QUIERE UD. SOLUCIONAR LOS **5** PROBLEMAS BASE DE LA EMPRESA MODERNA?

1º

El de precisar personal eventual por horas, días o más tiempo: mecanógrafas, secretarias, vendedores, etc., en momentos punta o para trabajos urgentes.

2º

El del planteamiento y realización de una campaña de promoción o publicidad o un estudio de motivación.

3º

3.- El de la adecuada selección de sus colaboradores para determinados puestos de su Empresa.

4º

El de obsequiar a sus clientes en fechas señaladas, convenciones, navidades, etc.

5º

El de la imperiosa necesidad de "estar al día" en publicaciones especializadas en materia

de Marketing, Dirección y Administración de Empresas, Técnicos, etc., así como obtener la fuente de información apropiada.

**PONGASE EN CONTACTO
AHORA / CON**



MALLORCA SERVIS
23 73 57

Fray de León, 10. Entl.
Palma de Mallorca



**Estructuras metálicas
ADROVER, S. A.**

Edificios - Naves industriales - Apeos



C Camino de los Reyes, esquina Gran Vía Asima s n.

Telfs. 256894
256859

Industrias BUJOSA SASTRE

**Muebles Metálicos y de Acero
Inoxidable, con Puertas de
Madera Plastificadas**



Polígono Industrial "LA VICTORIA"
Manzana III-Solar 7-Camino Viejo de Buñola, s.n.
Palma de Mallorca