



¡REVOLUCION EN LAS OFICINAS DE PROYECTOS!

**DEL SIMPLE DIBUJO A LAPIZ
AHORA SE PUEDE OBTENER POR XEROCOPIA
¡EL PLANO DEFINITIVO EN VEGETAL!**

- ... Y ADEMAS: REDUCCION a DIN A. 2 DIN A. 3 ó DIN A. 4
- ... Y ADEMAS: MAS BARATO QUE LOS DEMAS PROCEDIMIENTOS
- ... Y ADEMAS: ¡EN EL ACTO! POR SI FUERA POCO

OTROS TRABAJOS

- VEGETALES... A PARTIR DE ORIGINALES OPACOS Y ¡HASTA DE CARTON!
- REGENERACION DE PLANOS VIEJOS Y DETERIORADOS
- MEJORA DEL CONTRASTE, PARA MICROFILMAR
- CAMBIO DE ROTULOS, CAJETINES, RECTIFICACION DE ERRORES
- "COLLAGE", COMPOSICIONES Y CUANTO SU IMAGINACION LE SUGIERA

TODO

**EN CUALQUIER CLASE DE PAPEL CORRIENTE
Y CON REDUCCION DE FORMATO, A VOLUNTAD**

Central Copistería

OLMOS, 146 - PRAL - PALMA - TELS. 215348
210124
PALMA DE MALLORCA

UNICA MAQUINA EN PALMA DE MALLORCA

INVITAMOS

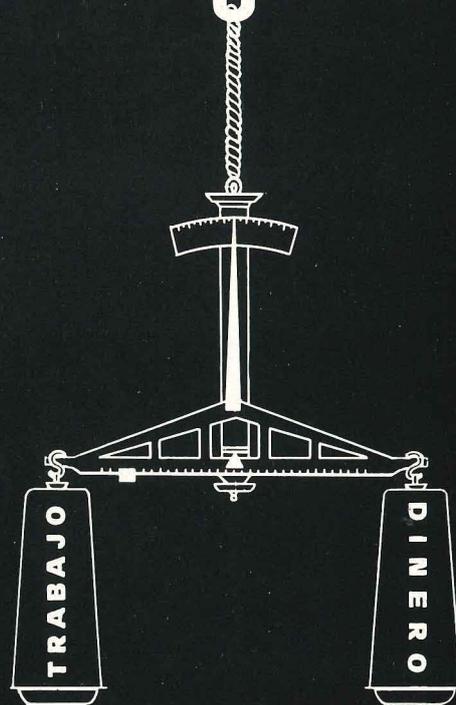
**A LOS SRES. ARQUITECTOS, INGENIEROS, DELINEANTES,
DIBUJANTES, PROYECTISTAS, ETC. Y A LOS LABORATORIOS DE REDUCCION DE PLANOS
A REALIZAR SUS TRABAJOS POR ESTE NUEVO PROCEDIMIENTO
QUE AHORRA MUCHO TIEMPO Y MUCHO DINERO**

DEL 80 % AL 90 % DE AHORRO DE ESPACIO PARA EL ARCHIVO

economía balear

PRIMERA PUBLICACION BALEAR DE ECONOMIA / MARKETING Y FINANZAS

LOS SALARIOS QUE DISFRUTAMOS



eb/núm. 19

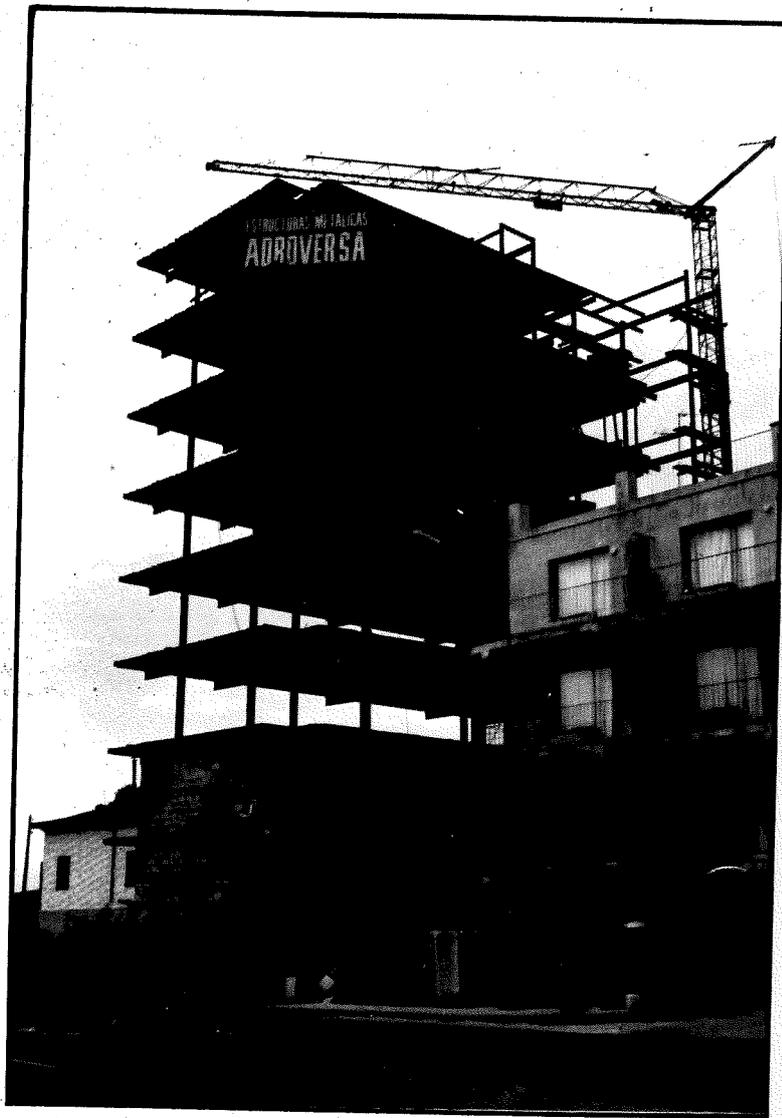
Abril 1971 II Año

Precio: 20 ptas.

Estructuras metálicas

ADROVER, S. A.

**EN LA VANGUARDIA
DE LA
CONSTRUCCION**



APARTOTEL EROS

Muchas otras cosas encontrará en nuestros cruceros por el Mediterráneo.

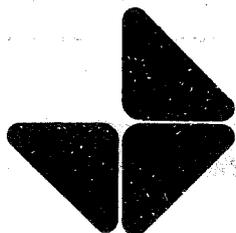
PALMA - BIZERTA - CAPRI o NAPOLES - GENOVA - BARCELONA
Saliendo de Palma el 7 de Abril y regresando el 12.

PALMA - CAPRI - BIZERTA - PALERMO - GENOVA - CANNES - BARCELONA

Con salida desde el 20 de Abril, cada martes.

Los precios son desde 7.280 ptas., éstas le permitirán tener a su alcance las «perlas del mediterráneo.

Llámenos y le informaremos.

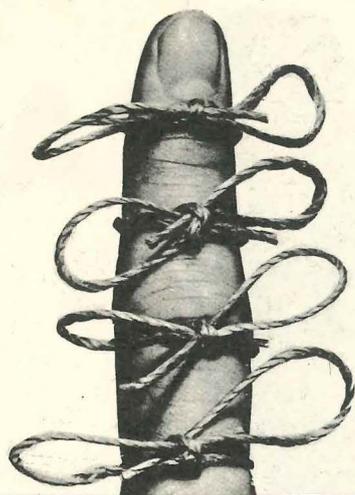


VIAJES BARCELÓ S. L.

AGENCIA DE VIAJES - G. A. T. 80

CASA CENTRAL: Avda. Alejandro Rosselló, 102

Tel. 226949 - 216979



RECUERDEN

que nuestro próximo número estará dedicado a la **HOSTELERIA BALEAR**

Anunciante:
2.000 hoteles esperan su mensaje.

economía balear

Primera publicación balear de Economía, Marketing y Finanzas.
C/. MORA, 9. 2.º 2.º

APARTADO DE CORREOS: 945.
TELF. 22 38 23. PALMA DE MALLORCA.

NUMERO 19

ABRIL 1.971

DIRECTOR: D. JAVIER MACIAS RODRIGUEZ.

REDACTOR JEFE: D. JOSE RIBAS PALOU.
JEFE DE PUBLICIDAD: D. ANTONIO F. CIRAC.

EDITA: EDICIONES Y PUBLICACIONES. A.S.I.M.A.

TIRADA: 6.000 EJEMPLARES.

PERIODICIDAD: MENSUAL.

SUSCRIPCION SEMESTRAL: 120 PTAS.

IMPRESO EN OFFSET: TRAMA PRINTING.
C/. TEMPLE, 14 TELF. 22 29 54.

FOTOGRAFO: SERGIO.

DIBUJANTE: MANOLO GARCIA.

COMPOSICION MECANICA: LINO TIPIAS ANDRES FERRER.

DEPOSITO LEGAL PM 1839-1969.

«ECONOMIA BALEAR» permite la reproducción total o parcial de cualquier artículo o documento gráfico, siempre que se mencione la procedencia y el nombre del autor. Se ruega el envío de un ejemplar a fin de acusar recibo, agradecidos, por tal deferencia.

PUESTOS DE VENTA

Librería de J. Tous - Plaza Cort y principales Kioscos.

sumario

EDITORIAL	
Las lonchas de jamón son transparentes	5
CARTAS AL DIRECTOR	7
INDUSTRIA	
Leasing, propiedad horizontal y representación del sector de fabricación de ascensores, por D. José de Fortuny Oñós	9
La lucha del videotape	10
COMERCIO	
Las Ferias extranjeras en 1971	11
¿Quiere Vd. exportar?	13
AGRICULTURA	
El problema de la caída de los frutos en los agríos, por D. José Morell García Ruíz	15
ECONOMIA	
Damero económico	16
La participación del factor humano, por D. Rafael Alcover González	17
Los impuestos en los países de la O.C.D.E.	18
Hoy se vive mejor que hace cinco años	19
Así están los salarios	20
Sueldos mensuales	21
Salarios por horas trabajadas	22
La Bolsa y su mercado	25
19. CARTA ABIERTA A UN EMPRESARIO DESCONOCIDO	
El arte de ser joven, por D. Javier Macías	29
INTERNACIONAL	
Bajo el santo y seña de la unidad, por D. Antonio Colom	31
Medidas y su conversión	32
El sistema decimal en Inglaterra	32
A.I.E.S.E.C.	
Contabilidad o contabilidad, por D. Pedro Suau Vidal y D. Juan Cerdá Riusech	33
MARKETING	
El capital humano y la dirección empresarial, por D. Guillermo Oller Ariño	37
Actividades del C.D.M. Baleares	39
El individuo y la empresa en 1980, por M. Nils Foss	40

NUESTRA PORTADA

Todos, o casi todos, hablamos de nuestros sueldos. En todas partes nos quejamos de lo poco que cobramos por los trabajos periódicos. Algunos, para hablar de sus sueldos, añaden algunos miles de pesetas al que, en verdad, perciben. En fin, "Dime de que presumes y te diré de que careces". Una balanza, con sus dos platillos igualados, podría ser un buen símbolo. El sueldo perfecto cuando tenemos el dinero suficiente para compensar nuestros esfuerzos. A mas sueldo, menos trabajo. A mas trabajo, menos sueldo. Es el signo de nuestra época. ¿Cómo está nuestra propia balanza?

Prefiera:

« **CERVEZA MALLORQUINA** »

FALCON - PRIPPS - ROSA BLANCA

LAS LONCHAS DE JAMON SON TRANSPARENTES

Una de las figuras más poderosas con que cuentan ciertos organismos para-estatales para subarrendar la explotación de negocios o servicios son las subastas.

Con un clausulado leonino, y con unas cifras de concesión estratosféricas se pone a disposición de un experto en matemáticas alimentarias una serie de metros cuadrados en los que deberá surtir de bocadillos, cafés, etc., a un público que obligado por las circunstancias (espera, cambio de estación, etc.), siente esas necesidades mecánicas y fisiológicas que se establecen cuando no se sabe qué hacer.

Al acudir a estos restaurantes, uno se queda asombrado de que la mantequilla es margarina, el café es «especial» y la loncha de jamón es transparente.

Si por un primer impulso uno es capaz de apelar a la más enérgica protesta, se le sugiere que se informe que cifra hay que abonar por la concesión, y entonces se percatará del grado de equilibrio que hay que tener para cortar una loncha de jamón al objeto de que haya beneficios, objetivo muy loable dado que los negocios se montan para ganar dinero.

Sugerimos que en lo posible estos monopolios no aprieten mucho los tornillos, porque será imposible de otro modo dar calidad, y a la postre el que sale perjudicado es el consumidor. Por otra parte, un adecuado control de calidad con penalizaciones en caso de que se incumpla poniéndose lógicamente unos precios de arriendo CONSECUENTES, es algo que agradecería bastante Juan Español.

Las primeras filtraciones que hay sobre la concesión de «Free Shop», parece que desgraciadamente van a seguir la trayectoria que apuntábamos anteriormente. Independientemente de existir medidas restrictivas en la venta de ciertos productos, los precios de concesión van a ir por las nubes, en cuyo caso, de «Free Shop» sólo tendrá el nombre.

Sería interesante que la concepción de europeizarnos no quedara solo en una palabra, pues como en todas las cosas son los HECHOS los que confirman la existencia de una filosofía.



hilo musical

su instalador en Mallorca



INGENIERIA ELECTROACUSTICA

SANTIAGO RUSIÑOL, 3 - 1.º
TELÉFONO: 210226
PALMA DE MALLORCA

- SONORIZACIONES PARA MUSICA Y PALABRA
- TRADUCCIONES SIMULTANEAS
- EQUIPOS PARA CONFERENCIAS
- LABORATORIOS DE IDIOMAS
- EQUIPOS DE ENSEÑANZA ELECTRONICA
- BUSCAPERSONAS
- RADIOTELEFONIA
- ALTA FIDELIDAD DOMESTICA Y PROFESIONAL

CON LA GARANTIA INTERNACIONAL PHILIPS



TODA LA CORRESPONDENCIA PARA LA SECCION DE «CARTAS AL DIRECTOR» DEBERA ESTAR DIRIGIDA A SR. DIRECTOR DE «ECONOMIA BALEAR» C. MORA, N.º 9 PALMA DE MALLORCA EN TODAS LAS CARTAS FIGURARA EL NOMBRE Y DOMICILIO DE SU AUTOR ASI COMO SU FIRMA. APARTE DE ESTOS REQUISITOS PODRA LLEVAR UN SEUDONIMO PARA SU PUBLICACION.

cartas al director

MODA

«Estimado señor:

Cada año cambia la moda. Este año, el maxi-abrigo está completamente encajado. Pronto aparecerá el mini-abrigo. Las faldas ya han recorrido todos los escalones posibles: maxi, mini y midi. Lo que está claro es que en estas modas no prevalece un interés de carácter erótico, como muchos y muchas personas mayores quieren hacer ver. No es cierto, porque entonces ¿cómo es posible que haya aparecido y triunfado la maxi y el maxi? Lo que pasa es que no se quiere ver la realidad del problema, dónde está, por qué este cambio continuo y atosigador de la moda año tras año. Discuto con algunas amigas sobre este tema, y todas hemos coincidido en que ni las revistas ni los periódicos, por regla general, puntualizan el asunto desde su verdadero enfoque.

El problema de la moda, los cambios año tras año, la aparición de modelos distintos, etc., hemos coincidido todas en que responden a un problema comercial y social. Hay que inventar lo que sea para hacer gastar a la gente. Las modas son todo lo contrario del estilo. Los estilos duran mucho tiempo, pero las modas envejecen con gran rapidez. El estilo era propio de sociedades antiguas, no industriales y menos desarrolladas. La moda es propia de una sociedad vertiginosa y de consumo, sometida a tremendos procesos industriales y con necesidad de renovar la piel de año en año. La moda está exigida no por los gustos ni las apetencias de la mujer, sino por las necesidades del comerciante, que, además, no es autónomo, sino que es parte de un proceso imparable y arrollador. Todos, pues, incluso los más directamente beneficiarios de la moda, somos víctimas, en cierto sentido, de este proceso. Coco Chanel,

que ha muerto recientemente, quiso, sin fortuna, imponerse a este proceso. Ella fue fiel a sí misma y no admitió el «pret à porter», aunque fue también baluarte de un concepto de la feminidad trasnochado y superado.

Pero, en fin, lo importante es saber que la moda no es producto de las necesidades de la mujer, sino al revés, influye en la mujer y la modifica, crea una feminidad aparente y pretenciosa, superficial y poco profunda.

Maribel

CONTRIBUYENTES

Muy Sr. mío:

Han sido un gran éxito para el Ministerio de Hacienda publicar las listas de los principales contribuyentes españoles. Y está muy bien como se ha hecho el mostrar estas listas en sitio céntrico. Pero si se editaran en forma de libro y se vendieran al público el éxito sería mayor.

Ya sabe usted que recientemente se ha editado en Francia un libro con listas, y que se ha vendido muy bien por el éxito que tienen siempre éstas, aunque en el caso de ese libro que digo, ni eran todos los que estaban ni estaban todos los que eran. Por ello sugiero que el Ministerio de Hacienda edite el libro con la lista de los contribuyentes.

Suyo afectísimo,

Casimiro NAVARRETE

MEDICINAS

Señor Director:

Todos sabemos que morir se es malo, pero estar enfermo va resultando ya un lujo que no está al alcance de cualquiera, pues las medicinas se han puesto a unos precios, que cualquier medicación continuada obliga a un jubilado, por ejemplo, a tener que privarse de cosas

indispensables para poder tomar las medicinas que le han recetado.

Yo no sé si esto tendrá remedio, aunque creo que sí, pues parece que los productos con que se hacen las medicinas no salen tan caros, y, en cambio, la publicidad de que hacen gala las casas es enorme. Por eso tiene que pagarla el enfermo, que ya tiene bastante con su dolencia.

Si no se pone remedio a esto, en lo sucesivo ponerse enfermo será más bien una opción: «enfermedad o muerte», pues procurar resolver la enfermedad con los precios astronómicos de algunas especialidades es imposible.

Adelaida INFANTE

FALSIFICACION

Sr. Director:

Acabo de enterarme de que están vendiéndose monedas antiguas, falsificadas, y como soy coleccionista me interesaría que Vds., bien por un reportaje o por una información nos tuvieran al corriente sobre el asunto.

En muchas ciudades de España las autoridades protegen esta afición a la numismática facilitando locales y realizando exposiciones, cosa que no suele ocurrir en Palma. La numismática no es una afición cara, ya que no se trata de coleccionar solamente monedas de oro... Lo que vale caro son las monedas antiguas. Pero hay muchos que desean hacer colección de países. Y esto, ahora que se viaja tanto, es relativamente fácil, pues con amigos y con intercambio, pronto se hace una colección. Los billetes ya es otra cosa, pues exige desembolso y nadie los regala, pero monedas, siempre hay alguien que, de regreso de un viaje por el extranjero, no tiene inconveniente en regalar la calderilla que le ha sobrado.

Pero lo preocupante es el problema de las falsificacio-

nes. No para los coleccionistas modestos, que nos limitamos a reunir piezas actuales o de hace unos años, de diversos países y las españolas que casi siempre hemos heredado de familiares. Pero los falsificadores, que son verdaderos artistas, falsifican monedas antiguas, que son caras. Es como la falsificación de joyas.

Y para terminar ruego que, si algún amable lector lo sabe, me comunique si en Palma se celebra alguna reunión de numismáticos, del mismo modo que los domingos se celebran algunas «lonjas» de sellos.

FELIPE PORTAL

COLEGIOS

Señor:

Como madre de familia tengo que quejarme del precio de los colegios, que ha subido desmesuradamente este curso. Y las escuelas públicas tienen el inconveniente de que disponen de reducidos cupos, y por tanto es muy difícil poder llevar a los niños, que esperan año tras año, que les llegue su día. Mientras tanto se ven obligados a ir a otros colegios de «pago» que, como les digo son cada vez más caros.

Como madre de familia también tengo que felicitarle por el interés que Vd. demuestra en la Revista sobre este particular y sobre todo por aquella carta que Vds. reprodujeron en el número 17 de E. B. y que como Vds. decían explica algo que es y era inexplicable.

De lo que no estoy tan de acuerdo con Vds. es del subtítulo que llevaba aquel artículo pues decían que aquella carta la leería dos veces y la comentarían muchas más. Pues no, la he leído más de diez veces y con amistades y directores de colegios la he comentado más de treinta veces.

Enhorabuena Sr. Director, así se hacen las cosas.

Consuelo FUSTER

LEASING, PROPIEDAD HORIZONTAL Y REESTRUCTURACION DEL SECTOR DE FABRICACION DE ASCENSORES

por **José de Fortuny Oñós**

Delegado Provincial del Ministerio de Industria

Al analizar la formación del parque actual de ascensores existentes en el país, más de 100.000 aparatos, y su evolución durante el período 1938-1968, deben destacarse tres períodos decenales con tasas de crecimiento muy diferenciados: período 1938-1948 en el que el parque crece de 8.000 a 13.400 unidades, período 1948-1958 durante el que se alcanzan las 29.200 unidades y período 1958-1968 en el que se observa el mayor crecimiento, puesto que el parque de ascensores sobrepasa las 84.500 unidades.

Es pues en el tercer decenio, 1958-1968, en el que se produce la gran expansión del mercado de ascensores, debiendo destacarse dos características especiales en esta situación de desarrollo de las empresas constructoras de ascensores, que son: 1.ª—Irrupción en el mercado de gran número de marcas nuevas por razón del gran impulso que ha tenido la construcción en dicho período. 2.ª—La participación en el mercado de la mayoría de las marcas es puramente local, para irse extendiendo a zonas urbanas próximas dentro de una limitada área de influencia de fácil y poco costosa promoción.

Por norma general la organización comercial de todas las casas instaladoras de ascensores ha venido basando su promoción de ventas mediante la utilización de delegados locales cuya relación con los contratistas locales ha dado un éxito inicial, mientras que el auge

de edificación no ha hecho intervenir a las grandes empresas constructoras extralocales que lógicamente han arrastrado consigo a otras casas instaladoras de ascensores con las que ya estaban relacionadas y que por tanto entraron en competencia en el mercado local con la fuerza que representaba el mayor volumen de operaciones y conocimiento de su marca y calidad de sus instalaciones, por parte de aquellos grandes constructores. Si se analizan las marcas que se instalan en cada provincia, se pone de manifiesto la existencia de un excesivo número de casas fabricantes de ascensores y por otro lado el hecho de que sólo un número reducido de ellas tiene influencia en el 80% del mercado, mientras que el resto, o sea la mayoría es de ámbito estrictamente local.

También ha tenido lugar en este período una honda transformación y evolución técnica en la fabricación de ascensores a cuyo fin algunos de los constructores han obtenido licencias extranjeras e incluso se han asociado con firmas de otra nacionalidad de reconocida solvencia, lo que en algún caso les ha servido no sólo para mejorar técnicamente sus productos sino también para lograr una más lógica organización comercial.

La actual situación del mercado en el país, así como la estructura del sector de fabricantes de ascensores, hace obligado pensar en que la evolución que debe tener lugar en los próximos años, es la reducción del número de fabricantes sea por concentración de los mismos, sea por desaparición de los marginales.

Esta situación obliga a reconsiderar el planteamiento comercial actual cuyo resultado ha sido una fragmentación del mercado y una limitación de influencia en el

**EN SU EMPRESA FALTA ALGO
QUE LA MAYORIA
DE LAS GRANDES EMPRESAS
YA POSEEN:**

**EL CLIMA UNICO
DE
MUSICA FUNCIONAL**

MUZAK®

**PRODIGIOSAMENTE ECUALIZADO
Y PROGRAMADO
PARA AREAS PUBLICAS
Y LUGARES DE TRABAJO**

MUZAK BALEARES

C/ BERENGUER DE SANT JOHAN, 19 - 3
TELS: 21 45 44 - 45



mismo a unos ámbitos locales. Frente a esta situación debe tenderse a la creación de verdaderas firmas instaladoras de ascensores cuya organización comercial prive sobre la actividad industrial que incluso podría en caso extremo considerarse limitada a una misión de montaje.

Dentro del concepto de mercado está apareciendo en estos momentos, por razón de antigüedad de equipo, la reposición de aquellas instalaciones efectuadas hace más de 10 años, que pueden cifrarse en 25.000 equipos anteriores a 1958. Un examen numérico de este problema evidencia el volumen e importancia, que estas reposiciones tienen no sólo hoy, sino el que tendrán en el futuro por razón de la evolución del mercado actual de nuevas instalaciones y que en el período 1970-1974 pueden estimarse en un 40% del nuevo mercado de equipos.

Este mercado de reposición, de por sí mucho más difícil que el normal de nuevas instalaciones, presenta una dificultad adicional por el hecho de la existencia del sistema de propiedad horizontal en la vivienda.

Ante la ventaja que puede representar para el fabricante la programación, a un cierto número de años vista, de un mercado de reposición de instalaciones propias (al menos en un 60%) al mismo ritmo de crecimiento que su propia evolución en nuevas instalaciones, justifica el que este mercado se formule seriamente dentro de la política comercial de la empresa.

Debe tenerse en cuenta que para el año 1974 puede estimarse en 7.500 aparatos (2.200.000.000 pesetas) el mercado de reposición en todo el país. En Baleares dichas cifras se reducen a 160 aparatos y 50.000.000 de pesetas.

Tomando en consideración la dificultad apuntada, que representa la propiedad horizontal en el mercado de reposición de ascensores en viviendas, se hace preciso el tender a fórmulas que impliquen un compromiso conjunto y total de la propiedad y que además presente un desembolso cómodo y fraccionado.

Como posible solución ante estos hechos, puede ser la conversión de los actuales contratos de conservación de ascensores a **contratos de conservación-reposición a un plazo prefijado**. Esta fórmula con independencia de su estructuración legal y financiera presenta de entrada el hecho de ser una prefinanciación del mercado de reposición, lo que indudablemente es una ventaja para el fabricante, que directa o indirectamente se beneficia de estas cuotas y al mismo tiempo permite un fraccionamiento en el tiempo del costo de reposición para la propiedad horizontal.

Este planteamiento permite que la operación comercial de contratación del mercado de reposición puede ser desarrollada bajo tres fórmulas distintas:

- Directa y exclusivamente por el fabricante de ascensores.
- Indirectamente por una entidad comercial, casa de seguros, o bancos industriales.
- Por una agrupación de fabricantes sea en exclusiva o en colaboración con entidades financieras.

De las tres fórmulas posibles antes señaladas, la tercera podría representar además el ser la base de una futura concentración industrial o de marcas, lo que debe considerarse como deseable, no sólo comercialmente, sino desde el punto de vista industrial de programación y subdivisión de fabricaciones.

LA LUCHA DEL «VIDEOTAPE» CON EL CELULOIDE

En más de una ocasión hemos hecho presente la serie de sorpresas que iban a surgir a medida que avanzase la técnica de la impresión de cintas magnetofónicas, haciendo la competencia a la técnica clásica de las películas.

Ahora la sorpresa va convirtiéndose en terror. Se abre una época nueva con esto del «videotape» y en esa época habrá un triunfador, este «video», que también se llama «cassette», y un solo derrotado, el celuloide reproductor de imágenes y de sonido.

En una asamblea de especialistas en cinematografía surgió un periodista que la mejor forma para que reinase el silencio sería que alguien gritase: ¡«TV, cassettes!»! Es un indicio de la tensión existente en los círculos cinematográficos respecto a las «cassettes». Los hechos demuestran que la revolución ha comenzado por las tecnologías usadas para registrar las imágenes fuera del ámbito cineasta y sin su desusado gasto.

Pueden verse amenazados no sólo los productores de films, sino los laboratorios de procesamiento y copiado y los propios estudios ante el auge del «videotape».

La grabación por «videotape» comenzó como sistema de almacenamiento y reproducción de programas televisivos. Mas, ahora, se han desarrollado nuevos procesos que permiten una grabación en «video» capaz de transferirse a películas de 35, de 16 y de 8 mm. y proyectarse por el sistema normal.

Aunque su aplicación a la TV es evidente, también lo es el que se empleen para la promoción de productos usando proyectores caseros de 8 mm., que los vendedores llevan y con los que proyectan sus programas.

Hay ya soluciones para utilizar televisión y cintas en lugar de las cámaras convencionales de cine: economías, velocidad de producción y el logro de ciertos efectos que la película corriente no logra. Claro es que su calidad, para proyección en una gran pantalla, desmerece. En todo caso, su aplicación es de indudable oportunidad para la realización y proyección de cintas «comerciales» por TV.

El «AKAI-TV100» se vende ya en Inglaterra a unas 96.000 pesetas, dispone de un monitor propio de 7,5 cms. de pantalla y pesa sólo unos 8 kilos. EASTMANKODAK y POLAROID CORPORATION trabajan en perfeccionar una película de color que pueda revelarse en la misma cámara tomavistas. AFGA-GEVAERT y KODAK no están ociosos. La supervivencia de Kodak acaso dependa de su pericia en aplicar tecnologías tales como la foto-resistencia, el láser y la holografía. La RCA cuenta con la baza del sistema denominado selectravisión, conseguido a base de estas tecnologías.

Un bonito sueño es la gran pantalla de TV familiar, capaz de presentar los más diversos servicios en forma visual, con un sistema selectivo parecido al que empleamos en el teléfono y mediante la TV por cable, proporcionando al abonado docenas de programas almacenados. Una máquina Xerox, acoplada a la instalación, permitiría recibir y ver los estados de cuenta del Banco, etc.

Quizá no sea un sueño ni una utopía a juzgar por las experiencias que se están realizando en EE. UU. Nadie se atreverá a asegurar que la supervivencia de la película tradicional, dentada, se encuentra emplazada para un futuro no muy lejano. En el entretanto, las novedades que van surgiendo pone de relieve que los servicios del «videotape» abren una auténtica vida nueva al cine y, de una manera especial, al cine de masas, creando un cine doméstico, familiar, de enormes posibilidades.

La exportación de productos españoles requiere una cultivada y renovada atención. Los créditos, la calidad, la problemática del transporte y del envase y embalaje son, entre otros, factores que hoy ocupan y preocupan a los empresarios españoles. El buen paño ya no se vende en el arca. Hay que exponerlo. Consciente de ello la Dirección General de Exportaciones a través de la Comisaría General de Ferias ha programado las actividades feriales para 1971, en el exterior por sectores, conforme al calendario que publicamos seguidamente:

Alimentación, vinos

- 25-9 al 1-10, Feria Anuga, Colonia.
- 17-20 del 9, Salón Food Business, Bruselas.
- 4-11 del 9, Feria Internacional, Comida y Bebida, Dublin.
- 4-18 del 11, Feria Expovina, Zurich.
- 22-4 al 3-5, Feria Internacional, Toulouse.
- Mayo, Centro Permanente, Copenhague.

Armas de caza

- Mayo, Feria Internacional, Burdeos.
- 29-4 al 14-5, Feria Internacional, Casablanca.
- 30-5 al 15-6, Feria Internacional, Túnez.
- 24-6 al 11-7, Feria Internacional, Kinshasa.
- 11-27 del 9, Feria Internacional, Argel.

Armas cortas

- 30-10 al 21-11, Feria Interfer'71, Guatemala.
- Noviembre, Feria Internacional del Pacífico, Lima.
- 29-4 al 14-5, Feria Internacional, Casablanca.
- 30-5 al 15-6, Feria Internacional, Túnez.
- 11-27 del 9, Feria Internacional, Argel.

Artesanía y reproducciones; objetos arte

- 7-9 del 6, Feria Koopantiqua'71, St. Gallen.
- 9-23 del 6, Feria Internacio-

nal, Lisboa.

- Septiembre, Centro Permanente, Frankfurt (artesanía mimbres).
- Septiembre, Salón Cámara Comercio, España, Londres (artesanía mimbres).
- Septiembre, Promoción Jertokio (repujados cuero).

Artículos deportivos

- 24-26 del 10, Feria Spoga, Colonia.
- 27-8 al 30-9, Exposición Internacional Caza, Budepest.
- Mayo, Feria Internacional, Burdeos.

Calzado y confecciones en piel

- 10-15 del 9, Semana Internacional del Cuero, París.
- 3-6 del 10, Feria Calzado de Primavera, Londres.
- 11-13 del 5, Exposición Ante y Cuero, Nueva York.
- 7-9 del 11, Convención Calzado, Nueva York.
- 28-8 al 1-9, Convención Calzado, Chicago.
- Octubre, Convención Calzado, Los Angeles.
- Agosto, Feria Internacional de la Piel, Tokio.
- Mayo, Centro Permanente, Copenhague (confec., marroquinería).
- Septiembre, Centro Permanente, Frankfurt (confec., marroquinería).
- Octubre, Centro Permanente, Frankfurt (calzado).
- Octubre, Salón Oficina Comercial, Montreal (confec., marroquinería).
- Octubre, Salón Oficial Comercial, Montreal (calzado).

Octubre, Salón Cámara Comercio, San Juan (calzado).

Cerámica y cristal (mesa y decorativo)

- Mayo, Feria Internacional, Gotemburgo.
- 30-5 al 14-6, Feria Internacional, Roma.

Cerámica industrial y revestimientos cerámicos

26-3 al 4-4, Feria de la Construcción'71, Copenhague.

- Mayo, Feria Internacional, Gotemburgo.
- Junio, Centro Permanente, Frankfurt.
- Junio, Centro Permanente, Nueva York.

Componentes electrónicos, TV y sonido

- 22-30 del 4, Feria Internacional, Hannover (aparatos).
- 31-3 al 6-4, Salón Componentes Electrónicos, París.
- 18-21 del 5, Salón Componentes Electrónicos, Londres.

Confecciones

- Agosto, Salón Moda Masculina, Colonia.
- Septiembre, Feria Lencería y Ropa Baño, Colonia.
- Octubre, Feria del Niño, Colonia.
- 17-22 del 4, Salón Prêt-à-Porter, París.
- 22-4 al 3-4, Feria Internacional, Toulouse.
- 4-7 del 9, Salón Moda Infantil, París.
- Julio, Salón Géneros de Punto, Milán.
- Noviembre, Centro Permanente, Frankfurt (lencería).
- Noviembre, Salón Cámara Comercio, España, Londres (confec., infantil).
- Noviembre, Salón Cámara Comercio, España, Londres (lencería).

Abril, Centro Permanente, Nueva York (textiles hogar).

Septiembre, Centro Permanente, Nueva York (lencería).

Septiembre, Salón Oficina Comercial, Montreal (textiles hogar).

Septiembre, Salón Cámara, España, San Juan (confec. infantil).

Flores y plantas

17-25 del 4, Euro-Flora'71, Génova.

Electrodomésticos, menaje cocina, ferretería

- 12-15 del 10, Feria de la Ferretería, Dublin.
- 11-14 del 10, Convención Ferretería, Nueva York.
- 29-4 al 14-5, Feria Internacional, Casablanca.
- 29-4 al 14-5, Salón Electrodomésticos, Johannesburgo.
- Agosto, Centro Permanente Copenhague (baterías cocina esmaltadas y análogos).

Industria auxiliar naval

Septiembre, Centro Permanente Copenhague.

Industria fundición y forja

Octubre, Centro Permanente Copenhague.

Joyería, orfebrería, bisutería

- 14-24 del 4, Feria Internacional, Milán.
- 25-27 del 7, Convención Joyeros, Nueva York.
- 25-27 del 7, Salón Oficina Comercial, Montreal.
- 25-27 del 7, Salón Cámara España, San Juan.

Juguetería

Por 120 ptas.
semestrales
SUSCRIBASE A
ECONOMIA BALEAR

28-3 al 8-4, Feria Internacional, Johannesburgo.

Lámparas

28-3 al 8-4, Feria Internacional, Johannesburgo.

Mayo, Centro Permanente Frankfurt.

Mayo, Salón Cámara Comercio España, Londres.

Octubre, Centro Permanente Nueva York.

Octubre, Promoción Jetro, Tokio.

Libros

Abril, Feria Internacional Libro Juvenil, Bolonia.

Mayo, Feria Internacional Libro, Varsovia.

Junio, Festival Internacional Libro, Niza.

Octubre, Feria Internacional Libro Frankfurt.

Maquinaria

AGRICOLA

1-4 del 12 Agrima'71. Copenhague.

11-27 del 9, Feria Internacional, Argel.

Marzo, Feria Internacional, Trípoli.

30-5 al 15-6, Feria Internacional, Túnez.

CONFITERIA Y PANADERIA

8-16 del 5, Feria Iba'71, Berlín.

CONSERVERA

Septiembre, Feria Internacional, Parma.

CONSERVERA PESCADO E INSTRUMENTOS PESCA

1-31 del 10, Feria Internacional, Bagdad.

ENVASE Y EMBALAJE

Junio, Feria Internacional, Poznan.

HERRAMIENTA, PARA METAL Y MADERA

2-10 del 10, Exposición Europea Máquina-Herramienta, Milán.

29-4 al 14-5, Feria Internacional, Casablanca.

11-27 del 9, Feria Internacional, Argel.

HOSTELERIA

14-25 del 10, Salón Equip'Hotel, París.

OBRAS PUBLICAS

30-5 al 15-6, Feria Internacional, Túnez.

11-27 del 9, Feria Internacional, Argel.

TEXTIL

22-6 al 1-7, Feria Itma'71, París.

11-27 del 9, Feria Internacional, Argel.

GENERAL

5-15 del 9, Feria Internacional, Brno.

14-18 del 9, Feria Técnica, Helsinki.

30-10 al 21-11, Feria Interfer'71, Guatemala.

Octubre, Feria Internacional, Bucarest.

Septiembre, 9-19, Feria Internacional de Otoño, Zagreb.

Noviembre, Feria Internacional del Pacífico, Lima.

Material pedagógico

24-6 al 11-7, Feria Internacional, Kinshasa.

25-8 al 29-9, Feria Internacional, Damasco.

Muebles, herrajes

artículos decoración

Septiembre, Feria Internacional del Mueble, Milán.

23-4 al 3-5, Feria Internacional, Toulouse.

9-20 del 9, Feria Interna-

cional, Bari.

9-20 del 9, Promoción Jetro, Tokio.

Perfumería y cosmética

Mayo, Centro Permanente Nueva York.

Junio, Centro Permanente Copenhague.

Plásticos

6-11 del 9, Feria Internacional de Otoño, Utrech.

Textiles, alfombras

Mayo-noviembre, Ferie Interstoff, Frankfurt.

28-3 al 8-4, Feria Internacional, Johannesburgo.

28-3 al 8-4, Promoción Jetro, Tokio.

Vehículos, industria auxiliar automóvil

16-29 del 9, Salón Internacional Automóvil, Frankfurt.

7-17 del 10, Salón Internacional Automóvil, París.

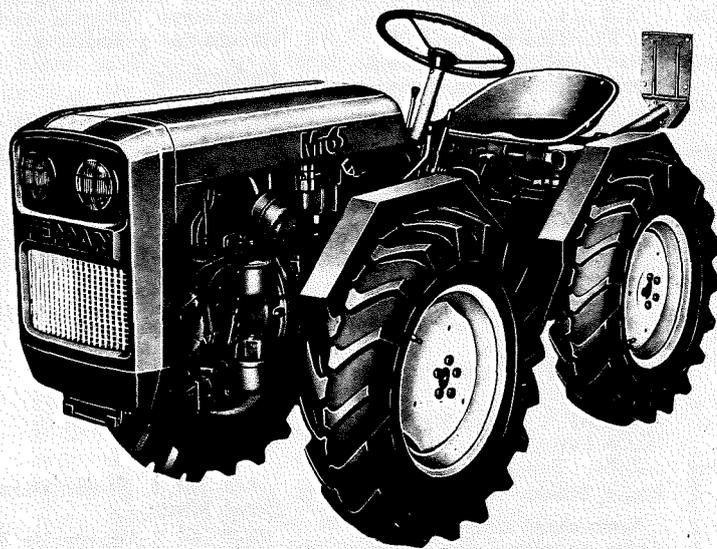
9-19 del 9, Feria Internacional de Otoño, Zagreb.

11-27 del 9, Feria Internacional, Argel.

J. MUNNE

MAQUINARIA AGRICOLA

TRACTORES ARTICULADOS TRACCION A LAS CUATRO RUEDAS



FERRARI 18,5 HP DIESEL
(8 velocidades adelante y 4 atrás)
PIERRE 18 HP DIESEL
(4 velocidades adelante y 2 atrás)

MOTOCULTOR

RINGO ED - 80 DIESEL 8 HP., 4 velocidades adelante y 2 atrás.

MOTOAZADAS

CONDOR - 452 DIESEL 10 HP., 6 velocidades, adelante y 2 atrás.

MIASA - 1500 a Petróleo y gasolina 7 HP. normal y marcha atrás.

MOLLON - 70 a gasolina de 7 HP.

C/. Padre Bartolomé Pou, n.º 116 - PALMA - Teléf. 25 63 56

Las demandas de artículos españoles que figuran a continuación nos han sido transmitidas por las Oficinas Comerciales de España en el extranjero, Cámaras Españolas de Comercio u otros Organismos oficiales en el exterior o bien por los propios interesados.

Los datos que se mencionan son los únicos que posee o ha recibido la Sección de Promoción Comercial, de la Dirección General de Exportación, que no se hace responsable de la veracidad de cada caso ni puede facilitar información comercial sobre ninguna de las firmas que aparecen en esta Sección.

Por consiguiente, cualquier información o ampliación de datos que precise el exportador español a quien interese sobre el artículo que necesita el demandante deberá ser solicitado directamente de éste.

Aconsejamos una vez más la conveniencia de dirigirse al importador extranjero en el idioma comercial usado en cada país para sus transacciones.

¿ Quiere Ud exportar ?

A ESTADOS UNIDOS

- DOREY, CO.**
P. O. Box 11145
Philadelphia, Penn 19136
- Postales decorativas bordadas
MARY TARSHERS INCORPORATED
1758 Second Avenue
New York, N. Y. 10018
 - Tejidos de punto de fibras artificiales
MAY MERCHANDISING CORPORATION
0 West 44th Street
New York, N. Y. 10036
New York, N. Y. 10036
 - Confecciones de punto para bebés
"SO NICE", INC.
1435 51st Street
North Bergen, N. J. 07047
 - Confecciones de punto para bebés
BREIER OF AMSTERDAM, INC.
Edson Street
Amsterdam, N. Y. 12010
 - Curtidos, pieles, cueros
J. J. NEWBERRY & COMPANY
245 Fifth Avenue
New York, N. Y. 10016
 - Calzado en general
U. S. GAMES SYSTEMS INC.
468 Park Avenue South
New York, N. Y. 10016
 - Juegos de salón (naipes)
BALI COMPANY, INC.
666 Fifth Avenue
New York, N. Y. 10019
 - Trajes de baño para señora, fajas, sujetadores, corsetería en general
YARDIS ADEVERTISING COMPANY
1922 Spruce Street
Philadelphia, Penn. 19103
 - Cuadros al óleo y acuarela (precio módico y tipo comercial)
INDEPENDENT FUR BROKERS INC.
131 West 30th Street
New York, N. Y. 10001
 - Pielés y cueros de reptiles
P. KEYSER INTERNATIONAL INC.
3 Redmond Avenue
North Reading, Mass. 01864
 - Productos químicos (ácido tartárico y sodio silicoflorhídrico)
GENERAL SPORTSWEARR COMPANY, INC.
1350 Broadway
New York, N. Y. 10008
 - Panas y terciopelos en algodón y nylón
THE SHAFFORD COMPANY
225 Fifth Avenue
New York, N. Y. 10010
 - Artículos de porcelana esmaltada y decorada para el hogar
LOUIS R. ALBERT & COMPANY
1016-18 Cherry Street
Philadelphia, Penn. 19107
 - Muebles
WORLD SHOPPING COMPANY
336 Mountain Road
Union City, N. J. 07087
 - Papeles decorativos para empapelar
 - Discos fonográficos
 - Vinos en general
WAVER SHOE TRIMMING COMPANY
808 Broadway
New York, N. Y.
 - Trenzados de cuero para la fabricación de calzado
YARDIS ADVERTISING COMPANY
1922 Spruce St.
Philadelphia, Penn. 19103
 - Perlas cultivadas
A. & S. CORPORATION
2 Lakeside Avenue
Verona, N. J. 07044
 - Bióxido de titanio
WAHAPH CORPORATION
P. O. Box 1173
Charlotte, North Carolina 28201
Cahrlotte, North Carolina 28201
 - Resinas acrílicas
MADISON SPECIALTIES INC.
220 25th Street
Brooklyn, New York 11232
Brooklyn, New York 11232
 - Correaes y fundas de cuero para municiones (ejército y deporte)
SPHINX IMPORT COMPANY, INC.
30 West 26th Street
New York, N. Y. 10010
 - Guitarras
H. M. COBY ASSOCIATES INC.
449 Broadway
New York, N. Y. 10013
 - Ney York, N. Y. 10013
 - Marcos de madera para cuadros
SKI VENTURES INCORPORATED
Old Blackstone Road
Uxbridge, Mass. 01569
 - Confecciones para señoras y jovencitas
THE GAILISTYN CO. INC.
230 Fifth Avenue
New York, N. Y. 10001
 - Artículos para el hogar en madera, cristal, porcelana y cristal
HARRIET HABER COMPANY
1440 Broadway
Ney York, N. Y. 10018
Ney York, N. Y. 10018
 - Artículos de regalo
 - Confecciones para señora
 - Bolsos y carteras de piel para señora
BRITTANY FABRICS INC.
35 West 33rd Street
New York, N. Y. 10001
 - Tejidos de lana
ISLAND MATRIX CORP.
24 Pine Cone Lane
Sparta, New Jersey
 - Pnpas de madera para fumadores
ELEGANT ENTRIES UNLIMITED
45 Water Street
Worcester, Mass, 0604
 - Puertas de madera talladas de estilo castellano
B. R. WORDEN
P. O. Box 73
Forest Hills, New York 11375
 - Marcos artísticos de madera para cuadros
M. & S. ORIGINALS INCORPORATED
242 West 38th Street
Ney York, N. Y.
New York, N. Y.
 - Confecciones en cuero y antilope
R. KEYSER INTERNATIONAL INC.
3 Redmond Avenue
North Reading, Mass. 01864
 - Sales de Rochelle (Tartratos de Sodio y Potasio)
CLARICE SALES COMPANY
320 Fifth Avenue
New York, N. Y. 10001
 - Bolsos y carteras de cuero para Señora

HERCULES FIBRES CORPORATION

111 Chesnut Street
Philadelphia, Penn

- Fibras e hilados sintéticos y acrílicos
LEE TRADING COMPANY
115 Broadway
New York, N. Y. 10006
- Pelucas y postizos de cabello sintético
DONLEY MANUFACTURING CO. INC.
451 Elm Street
North Attleboro, Mass. 02761
- Bisutería, joyería, artículos de fantasía y adorno
LACE ART. INC.
10 East 29th Street
New York, N. Y.
- Tejidos de encaje. Ropa interior para señoras. Lencería y bordados
BETTER LISTS INC.
880 Main Street
Stamford, Conn.
- Bordados sobre cañamazo
DODWELL & COMPANY, LTD.
120 Wall Street
New York, N. Y. 1000
- Cosméticos
PRINCESS PLASTIC PRODUCE COMPANY, INC.
230 Fifth Avenue
New York, N. Y. 10001
- Plástico y artículos de plástico en general
BROUQUE HOSIERY MILLS SALES COMPANY, INC.
7 West 30th Street
New York, N. Y. 10001
- Lencería (medias, mallas, leotardos, bragas de punto, panty-hose)

LAS 10 NOTICIAS COMERCIALES DE 1.970

La agencia Cifra ha seleccionado las diez noticias más importantes para el comercio español durante el pasado año. Son, a su juicio, éstas:

1. Firma del acuerdo comercial preferencial con la Comunidad Económica Europea.
2. Cifras récord en el nivel de las reservas de divisas en el superávit de la balanza de pagos y en el porcentaje de cobertura de la exportación sobre la importación.
3. Cifra récord en el porcentaje de crecimiento de la exportación e iniciación de una nueva política de ordenación, evaluación y sistemas de fomento.
4. Proyecto de ley sobre el crédito oficial, en el que se integra el Banco Exterior de España como institución financiera de la exportación.
5. Aprobación por las Cortes de la ley de creación de la Compañía Española del Seguro de Crédito a la Exportación.
6. Reestructuración del Ministerio de Comercio con la creación de una Dirección General de Política Arancelaria e importaciones, una Dirección General de Exportación y una Subdirección General de

Política Comercial con la Comunidad Económica Europea.

7. Nueva política comercial exterior encaminada a la eliminación paulatina de los clearings y su sustitución por la convertibilidad en los regímenes de pagos, así como ampliación de las posibilidades de cooperación económica con los países socialistas del Este europeo.
8. Estudio y revisión de la protección arancelaria con modificación de la legislación antidumping y actualización de la Comisión interministerial de valoración de importaciones.
9. Planteamiento de una política de transparencia del mercado nacional eliminación progresiva de subvenciones y bonificaciones, ordenación de precios y márgenes comerciales e inclusión de tres rúbricas de comercio interior en el crédito oficial, con vistas a disponer de los mecanismos necesarios para la protección al consumidor y la posibilidad de una efectiva política de rentas.
10. Reducción de la cuantía del depósito previo a las importaciones a un 10 por 100 y con vigencia de este requisito por seis meses.

DE INTERES PARA LOS EXPORTADORES

De acuerdo con las nuevas normas señaladas por la Dirección General de Exportación, del Ministerio de Comercio y con objeto de su mayor difusión entre los exportadores respecto a las diversas operaciones de exportación:

Licencia de exportación POR OPERACION

Se podrá incluir en cada una, más de una partida estadística siempre que las mercancías tengan cierto carácter complementario (lo que se interpretará con flexibilidad) y sean objeto de una misma expedición comercial. Excepcionalmente podrá autorizarse la referencia a más de una partida estadística cuando el organismo autorizante lo estime conveniente aunque no concurren las circunstancias anteriores.

Licencia de exportación GLOBAL

Para la ampliación de la lista de destinatarios se enviará comunicación escrita al organismo autorizante, indicando el número de la licencia global, acompañada de tantos ejemplares AG-5 como aduanas se utilicen y en los que figuren los nuevos destinatarios.

Para ampliar el número de Aduanas de salida, el titular lo comunicará por escrito al organismo autorizante, acompañando tantas hojas AG-5 como nuevas Aduanas pretenda incluir y en las que se harán figurar los destinatarios relacionados en la licencia global.

Para cualquier información complementaria diríjase a la Delegación Regional de Comercio, calle General Goded, 75, entlo., teléfono 22 27 05.

todo lo resiste
tapisint

el revestimiento textil definitivo

tapisint NYLON., en pieza

tapisint "confort", con base de látex

tapisint MeraKlon, baldosas autoadhesivas

■ Duración extraordinaria / ■ Fácil limpieza

■ Atractiva gama de colores

UNA NUEVA VISION DEL CONFORT

Distribuido por:

Fabricado por EMFISINT, S.A.

TAPICERIAS JUNCOSA

S. Nicolás, 22 - Tel. 221110 - Verí, 3 - Tel. 223693 - Palma

EL PROBLEMA DE LA CAIDA DE LOS FRUTOS EN LOS AGRIOS

por José Morell García - Ruiz

Después de los últimos temporales de viento que hemos sufrido, es una estampa muy corriente, ver en nuestros naranjales, verdaderas alfombras de naranjas, que bien directa o indirectamente, han sido afectados por el viento, ya que también influirán en la caída de los frutos, otros fenómenos y principalmente el grado de maduración de los mismos.

Este problema, tendrá una importancia económica variable y dependerá directamente de las condiciones climáticas y de las variedades; siendo las sanguinas, navels y navelate las más sensibles. Estas pérdidas, están valoradas por algunos autores entre el 20 y el 30 %.

El fenómeno de la caída de los frutos y las hojas, se produce en virtud de un mecanismo conocido con el nombre de abscisión. Esta abscisión tiene lugar en una pequeña zona situada en la base del peciolo en el caso de las hojas, o del pezón de los frutos.

La abscisión es un fenómeno natural y tiene lugar porque las células de esta zona pierden vitalidad y se suberizan, es decir, se lignifican; este proceso aumenta en intensidad, a medida que avanza la madurez.

En estas condiciones, un fuerte viento puede provocar un desprendimiento masivo de frutos, más o menos intenso, según la fuerza del mismo. Otro tipo de caída es el de los huertos en que se recolecta la fruta muy madura, donde el desprendimiento es paulatino y van cayendo aquellos que están más maduros. Esto es bien conocido en aquellos huertos cuyo propietario ha retrasado su recolección para obtener una mayor cotización.

Este problema quedó resuelto

gracias a los estudios realizados por Stewart Klotz, Hield, Erikson y otros, en los que encontraron que con aplicaciones de derivados del ácido 2-4 Diclorofenoxiacético a dosis de partes por millón en agrios, detenían el fenómeno de abscisión y por tanto, reducían el desprendimiento de frutos.

Para la aplicación en cítricos, el tipo de producto a base de 2-4 D es de importancia vital, puesto que hay que tener presente, que por ser un potente herbicida, una aplicación de un preparado no adecuado, podría ocasionar daños de gran importancia.

La época de aplicación de este tipo de formulados y según las variedades, es la siguiente:

Navel, 15 de octubre en adelante.
Sanguinas, 15 de noviembre en

adelante.

Navel-late, 15 de noviembre en adelante.

Es de importancia que los árboles se encuentren completamente parados, es decir, sin brotación, ya que si la hubiera podría sufrir deformaciones.

Con un solo tratamiento se han conseguido óptimos resultados, por lo que se puede garantizar una perfecta protección para la campaña.

En experiencias realizadas en nuestro propio país con la variedad Navel-late y con aplicación el día 1 de diciembre, se consiguieron los siguientes resultados:

Frutos caídos en árboles tratados (200): 5.154.

Frutos caídos en árboles no tratados (200): 19.698.

Diferencia: 14.544.

Estas cifras se consiguieron en diez conteos realizados cada diez días desde el principio de la campaña y hasta la recolección.

Considerando el número de frutos y el precio medio por Kg. que fue de 7 Ptas., vemos que dicho tratamiento salvó frutos por un valor aproximado de 23.500 Ptas., contra un coste de tratamiento de unas 1.400 Ptas., por lo que nos da una diferencia de beneficio en estos 200 árboles, de 22.000 Ptas.

Por todo ello es recomendable, a todos los agricultores que acostumbren recolectar tardamente, la aplicación de dicho producto.

OSCA

ALLIS-CHALMERS

VENDE PORQUE DESPUES ATIENDE

COMERCIO CON EE. UU.

El mes de enero no comenzó mal para nuestro comercio exterior con los Estados Unidos: frente a 82 millones de dólares de importaciones en ese mes de 1970, sólo importamos 64 millones en el de este año; en las exportaciones las cifras subieron de 21 a 35 millones de dólares.

GRADO DE PROSPERIDAD

Según el Presidente de la Seat, don Juan Sánchez-Cortés y Dávila la venta de automóviles en un país marca el grado de prosperidad del mismo en determinado momento. Así lo afirmó en las reuniones del Comité Español de la Liga Europea de Cooperación Económica.

GRUAS ESPAÑOLAS PARA IRAN

20 grúas gigantes, construidas en Bilbao, salieron con dirección a Irán desde donde fueron encargadas por el Ministerio de Finanzas de aquel país. Las grúas con capacidad cada una de 10 Tn. fueron embarcadas en 21 vagones de ferrocarril.

REVALUACION DEL YEN

El Japón cuenta con unas reservas superiores a los cuatro mil millones de dólares. Desde hace algún tiempo, desde varios frentes se presiona al Japón para una revaluación del yen, lo que equivaldría a una pérdida en la capacidad competitiva de la Industria japonesa, y un alivio para otros países exportadores.

DAMERO ECONOMICO

ESPAÑA - U.S.A.

A 3.4 millones de dólares se eleva la financiación prevista de los cinco proyectos de cooperación cultural y científica entre España y los EE. UU., en el marco del convenio de amistad y cooperación entre los dos países.

LA MUJER DIRIGENTE

«Tratamos de promocionar a la mujer trabajadora en todos los sentidos, pero lo que realmente nos interesa es especializarla en una misión hasta ahora bastante descuidada: la mujer dirigente». Este es, el objetivo principal de la asamblea provincial de la mujer trabajadora que se celebró en Bilbao a finales de marzo.

VIVIENDAS

Según ha informado la subcomisión de Estimación de la Demanda de la Comisión de Vivienda, las necesidades del país en materia de vivienda para el período del III Plan de Desarrollo han sido estimadas en un total de millón y medio.

TARIFAS PORTUARIAS ESPAÑOLAS

Las tarifas portuarias españolas para servicios generales se incrementan, con efectos retroactivo del 1 de febrero, en un 10%, según una orden del Ministerio de Obras Públicas. Con ello se cumple la fase final de una Orden Ministerial publicada en 1967 para la aplicación de las nuevas tarifas.

BIODEGRADABLES

La Comisión de Sanidad de la Cámara Nacional acaba de aprobar una ley por la que se prohíbe en Italia el uso de los detergentes no biodegradables que se venían usando intensamente por la industria y los hogares italianos. Los detergentes sintéticos deben estar degradados al 80% para ofrecer todas las garantías de salud para animales y personas.

IMPUESTOS INDIRECTOS

Barcelona pagó 15.611 millones de pesetas de impuestos indirectos en 1969. Figuran en segundo lugar Madrid con 14.384 millones de ptas. Las provincias que pagan menos impuestos indirectos son Teruel con 162 millones y Avila con 153 millones.

COMERCIO INGLATERRA-ESPAÑA

Durante el pasado año aumentó en 19,4 millones de libras el volumen del comercio global entre el Reino Unido y España. Las ventas españolas a Inglaterra alcanzaron 126,5 millones de libras y las importaciones españolas de Inglaterra 143,3 millones de libras, lo que ofrece una balanza favorable a Gran Bretaña en 19,7 millones de libras.

LA PARTICIPACION DEL FACTOR HUMANO

por **Rafael Alcover González**

Algún día no muy lejano, en el activo de las empresas deberá ponerse, como uno de los valores más tangibles e importantes, el de su equipo humano.

Hoy en día la valoración del mismo se ha iniciado franca y abiertamente en muchos aspectos, que van desde meros slogans de propaganda, a condicionar importantes contratos a la permanencia de un equipo humano.

Obsoleta ya la idea de que se puede dirigir una empresa por el mero hecho de llevar un apellido, el equipo humano va alcanzando cada vez más firme concepto de profesionalidad y, por tanto, de los elementos que tradicionalmente se establecen como base de una empresa, el factor humano, como tal, reclama una parte mucho más calificada que el simple concepto decimonónico del salario como pago del trabajo, y aún que el salario como medio de satisfacción de todo el conjunto de necesidades humanas y familiares del trabajador. El factor humano requiere hoy una parte en la empresa porque forma parte de ella, porque es elemento indispensable en la existencia de la empresa, con mucha más fuerza humana que el propio capital, ya que difícilmente podrá tener valor en una gran empresa el nombre de los accionistas.

De aquí que el problema de las retribuciones no sea un problema de carácter meramente social, dando a esta palabra el sentido con que vulgarmente se la cita, sino que es ya un auténtico problema empresarial, consistente en lograr el

equilibrio en la participación que corresponde a la parte de los bienes de producción, por otro nombre el capital, y a la parte que le corresponde al equipo humano, la dirección y el trabajo.

Y como todo problema empresarial corresponde también su solución a la empresa; punto donde volvemos a encontrar, nuevamente, la necesidad de planteamiento, cambio de pareceres y aportación de ideas para la solución, que debe ser conjunto de todos los elementos de la empresa.

Si bien creemos clara la descripción que acabamos de hacer, comprendemos perfectamente que su ángulo de visión no es, ni mucho menos, el de una ideología de oposición y lucha de clases que, en la teoría científica empresarial, ha de estar totalmente superada. La empresa no puede verse como un capital que contrata un trabajo por un precio, sino como un conjunto de elementos humanos y materiales que tienen por finalidad común su propio desarrollo económico y la obtención de los máximos beneficios posibles, y todo ello en bien del progreso de la Patria y de todos los que forman la empresa. De esta forma el problema de la remuneración de trabajo pasa a ser el problema de la participación del elemento humano en los beneficios comunes de la empresa y con el cambio de enfoque cambia totalmente la visión del problema.

Quizá parezca que nos movemos en un campo de teorías muy difícilmente aplicables en la práctica cotidiana de cada día. No lo discutimos. Ahora bien, desgraciado el campo humano en que las ideas tienen que ir a remolque y tropezando detrás de la acción. Si, por el contrario, las ideas se elaboran y preceden a la acción, se tiene al menos la garantía de que cuando ésta llega va mucho más sobre seguro que si son los simples acontecimientos los que la arrastran; porque todo el problema de la participación no es cosa nueva ni que no haya tenido ya su pequeña revolución, ¿cómo no?, en Francia.

Además, estas ideas como base, dan una visión de la empresa realmente elevada, pero especialmente una jerarquización de sus finalidades muy diferente a aquélla que tenía en los principios de la revolución industrial.

Los verdaderos fines de una empresa son servir al desarrollo de la nación, a la elevación y al bienestar espiritual, económico y social de todos los hombres, y por esto aquí preferimos incluso titular la palabra nación por la palabra humanidad. Y en segundo lugar, servir a los mismos fines, pero ya concretando más a los elementos que forman la empresa, el



cristalería oliver s.a.

CRISTALVER

Acrystalamiento de Obras - Instalaciones Comerciales - Espejos - Puertas Securit y Clarit - Decorados
Vidrios de Color - Vidrieras Artísticas - Filón - Favés - Baldosas de Vidrio Moldeado

Domicilio Social y Oficinas: C/. Arzobispo Aspargo, 40 - B. - ppal. - Telf. 27 12 94 - PALMA DE MALLORCA

Almacenes: C/. Adrián Ferrán, 55 A y B - PALMA DE MALLORCA - SUCURSAL EN SOLLER: C/. José Antonio, 189

factor humano y los bienes de producción o capital.

Y todo ello, obteniendo en todo momento los máximos beneficios que permita el mercado, porque vistos los fines de esta manera, la dirección de la empresa, sea ésta el propietario de los medios de producción, sea esencialmente profesional, tiene siempre sobre sus miras personales, las miras hacia los objetivos antes señalados, que desbordan ampliamente su interés particular.

El problema de las retribuciones en la empresa puede verse, si se mira desde los puntos de vista que acabamos de exponer, de maneras muy diferentes a las que tradicionalmente se veía. Cobra una importancia cada vez superior la valoración positiva de los puestos de trabajo, porque la retribución de una determinada persona ya no es asunto exclusivamente suyo y del patrono, sino que interesa a todos y cada uno de los que forman la empresa, como miembro activo de la misma.

!!! HOTELERO - VERANEANTE !!!

AL RENOVAR O CONSTRUIR SU PISTA DE TENIS O CUALQUIER INSTALACION DEPORTIVA NO SE OLVIDE DE:

«SPORT MUNA» J. LLIMOS

Le asesoraremos técnicamente y presupuestaremos GRATIS.

EXPOSICION Y VENTA:

PLAZA OLIVAR, 5

TEL. 25 20 15

PALMA

Los impuestos en los países de la O.C.D.E.

Países	Impuesto sobre el consumo		Impuesto sobre la renta		Contribuciones a la seguridad total		Total principales impuestos	
	% del P.N.B.	% del total impuestos	% del P.N.B.	% del total impuestos	% del P.N.B.	% del total impuestos	% del P.N.B.	% del total impuestos
Suecia	12,2	30,8	20,6	52,0	6,3	15,8	39,1	98,6
Noruega	14,0	39,8	14,2	40,2	6,9	19,5	35,1	99,5
Francia	12,8	33,2	7,2	18,8	14,2	36,9	34,2	88,9
Holanda	8,3	24,1	13,6	39,6	11,3	32,8	33,2	96,5
Alemania	9,8	29,4	12,1	36,2	9,8	29,2	31,7	94,8
Islandia	19,7	66,3	7,3	24,7	2,4	8,0	29,4	99,0
Bélgica	10,2	35,6	10,0	34,6	8,5	29,8	28,7	100,0
Austria	11,3	38,0	9,7	32,8	7,5	25,1	28,5	95,9
Inglaterra	10,7	34,8	11,6	38,1	4,8	15,5	27,1	88,4
Italia	10,2	33,0	5,9	19,3	10,4	33,7	26,5	86,0
Dinamarca	12,3	—	13,8	—	—	—	26,1	—
Canadá	9,1	33,9	11,5	43,2	0,9	3,4	21,5	80,5
Irlanda	12,2	48,2	6,9	27,1	1,6	6,4	20,7	81,7
EE. UU.	4,8	20,0	12,1	50,4	3,0	12,3	19,9	82,7
Suiza	6,2	32,9	9,9	52,1	2,7	14,3	18,8	99,3
Japón	5,2	27,0	8,7	46,0	3,7	19,2	17,6	92,2
Turquía	10,4	56,1	4,5	24,1	2,3	12,3	17,2	92,5
Grecia	7,3	35,4	2,0	9,4	6,8	33,6	16,1	77,8
Portugal	5,7	28,3	6,8	33,9	4,2	20,6	16,7	82,8
ESPAÑA	0	45,3	2,8	21,3	4,1	31,1	12,9	97,7

En España, Grecia, Turquía, Irlanda, Italia, Austria, Bélgica, Islandia y Francia, los impuestos sobre el consumo son superiores a los impuestos sobre la renta; al contrario que en Alemania, Suecia, Noruega, Holanda, Inglaterra, Suiza, Japón y Estados Unidos, donde la presión fiscal sobre la renta es muy superior a la imposición sobre el consumo.

LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE LOCALES - OFICINAS - CRISTALES - ETC.

SERVICIO POR ABONO

EL BRILLO BALEAR

Sindicato, 36-1.º-1.º

JUAN MASSO

TELEF. 22 27 00

HOY SE VIVE MEJOR QUE HACE CINCO AÑOS

El 79 por 100 de los españoles piensan que hoy se vive en España mejor que hace cinco años, según una encuesta del "Reader's Digest" que publica la revista italiana "Domenica del Corriere"

Sólo los irlandeses se muestran más satisfechos, puesto que dan una proporción del 83 por 100 los que piensan que hoy se vive mejor que antes. Detrás de los españoles vienen los suecos, con un 68 por 100; italianos y suizos, con un 64 por 100; británicos, 62 por 100; alemanes, 61 por 100; holandeses, 59 por 100, etc. En cambio, los más pesimistas, los más descontentos, han resultado ser los franceses: el 56 por 100 manifestaron que no ha cambiado nada o que están peor que antes.

Esta encuesta, hecha por amplio muestreo, se ha dirigido a los países de Europa occidental, abarcando un área de 324 millones de habitantes, desde España y Portugal, al Sur, hasta la península escandinava y Finlandia, al Norte. No obstante, la citada revista italiana, al desglosar en tablas de los distintos componentes de la encuesta, solamente incluye las respuestas de Alemania, Italia, Francia, Holanda, Gran Bretaña, Suecia y España.

De acuerdo con estas tablas, ningún español ha dicho que ahora se viva "mucho peor" que hace cinco años; "peor", sólo un 4 por 100, y "como antes", el 11 por 100. Todos los demás consideran que han mejorado de posición, y de éstos, el 27 por 100 cree que vive "mucho mejor" que cinco años atrás.

LECTURA

En lectura de libros, los españoles se aproximan a los alemanes y superan considerablemente a los italianos, aunque a distancia de los británicos, los mayores lectores de los siete países citados, a quienes siguen los holandeses, franceses y suecos.

Sin embargo, también son los ingleses los que pasan más horas delante del televisor, seguidos de españoles, alemanes, franceses, etc. Los menos adictos al televisor son los suecos.

De acuerdo con otra tabla, los españoles e italianos no

podemos presumir de políglotas, puesto que ocupamos al alimón el último puesto de los siete países referidos, cuyo primer puesto ocupan los holandeses, y el segundo lugar, los suecos.

PROPIETARIOS

Contrariamente, la mayor proporción de propietarios de vivienda —"comprada y pagada", dice la encuesta— la dan los españoles, con el 6 por 100, seguidos muy de lejos por italianos —45 por 100—, y franceses —37 por 100—. En cambio, la mayoría de los holandeses —el 66 por 100— viven en casas alquiladas, más de la mitad de éstas propiedad del Estado, así como el 56 por 100 de los alemanes.

También los españoles son los que hacen más kilómetros en automóvil, puesto que un 18 por 100, el mayor porcentaje de los siete países considerados, rebasan los 25.000 kilómetros al año. No obstante, habría que promediar todas las respuestas de todos los países para obtener resultados más precisos. Las distancias

de nuestro país, superiores a las de la mayoría de los países encuestados, puede explicar este dato.

VACACIONES

En cuanto a las vacaciones, los visitantes de España están muy diversificados, igual que los de Italia y Francia. Alemania es un país muy visitado por holandeses y suecos, y Holanda por alemanes y suecos. La corriente turística hacia Inglaterra es pequeña, y hacia Suecia, muy escasa.

Aunque las tres cuartas partes de los hombres españoles se lavan los dientes con dentífricos, la misma proporción que en Gran Bretaña y casi que en Italia, su uso no está prácticamente generalizado, como en Suecia o Alemania. Sin embargo, usamos mucha colonia, no tanto como los franceses, pero mucho más que los cinco países restantes. En cambio, sólo el 7 por 100 de los españoles usan brillantina, mientras que la proporción en Inglaterra y Suecia llega al 56 por 100.

BEBIDAS

Los españoles, según esta encuesta, no somos demasiado bebedores. En ninguna clase de bebidas ocupamos el primer puesto, mientras que los franceses, por ejemplo, se llevan la palma en vino, agua mineral, oporto y coñac (francés); los británicos, en whisky, oporto —junto con los franceses— y jerez, tres veces más extendido que en España; los suecos, en zumos de frutas —junto con los holandeses—, agua tónica y vodka; los holandeses, aparte de los zumos, en refrescos de cola y vermut, y los alemanes, en cerveza y aguardientes.

El 79 por 100 de los españoles beben vino; el 61, cerveza; el 53, bebidas de cola —sólo superados por los holandeses—; el 38, zumos; el 24, agua mineral; el 21, jerez y vermut; el 20, aguardientes; el 12, whisky, y el 11, coñac francés, y no llegan al 10 por 100 los que toman oporto y vodka.

TELEFONO

El 33 por 100 de las familias españolas poseen teléfono, muchos más que en Francia —19 por 100—, más que en Italia —27 por 100— y que en Alemania —31 por 100— y casi igual que en Gran Bretaña —34 por 100.

En electrodomésticos, España e Italia, prácticamente emparejadas, se hallan por detrás de los otros cinco países considerados, debido al mayor grado industrial de éstos.

CONSTRUCCIONES
LLABRES & MONTANER, S.A.

C/ Bonaire, 55
Telf. 210941 (6 líneas)
Palma de Mallorca

SOFICO RENTA S. A.

AGENCIA OFICIAL

EN

PALMA DE MALLORCA

ANTONIO TORRENS

ASESOR DE INVERSIONES

VELAZQUEZ, 38-2.º - TELS. 213202 - 214506

Cerca de ciento cincuenta mil personas ganan menos de dos mil pesetas

ASI ESTAN LOS SALARIOS DE LOS ESPAÑOLES

Sigue siendo el sector banca el mejor remunerado como sueldo medio, seguido de los mineros del carbón y del sector de electricidad, agua y gas. Por lo que a este último se refiere, sus ingenieros y licenciados son

los mejores pagados de España, mientras que estos mismos titulados que trabajan en el sector del calzado e industrias del vestir son los que cobran menos por hora.

El mayor número de

obreros está dedicado en España a las industrias metálicas básicas, fabricación de productos metálicos, construcción de maquinaria, artículos eléctricos y material de transporte. El sector tiene más de

800.000 trabajadores. A ellos correspondió, por tanto, el mayor número de horas trabajadas en el mes y este mismo sector es el que tiene mayor número de trabajadores que ganan más de 10.000 pesetas mensuales.

Los que menos horas trabajan al mes fueron los del sector banca y son los segundos con más empleados que ganan más de 10.000 pesetas.

En el sector de la construcción se encuentra el mayor número de obreros que cobran menos de 6.000 pesetas. Aunque a estos datos hay que agregar lo siguiente:

Sueldo que corresponde a mayor número de obreros

Carbón, más de 10.000 pesetas mensuales; alimentación, de 3.000 a 4.000 pesetas; industria textil, de 4.000 a 5.000 pesetas; calzado, de 3.000 a 4.000 pesetas; madera, de 4.000 a 5.000 pesetas; imprenta, más de 10.000 pesetas; químicos, más de 10.000 pesetas; derivados de petróleo, de 3.000 a 4.000 pesetas; metal básicos, más de 10.000 pesetas; construcción, de 3.000 a 4.000 pesetas; electricidad, más de 10.000 pesetas; comercio, de 3.000 a 4.000 pesetas; banca, más de 10.000 pesetas.

La media arroja el elocuente dato de que la mayoría de los trabajadores están situados por encima de las 10.000 pesetas mensuales, aunque queda un enorme porcentaje que no alcanza las 6.000 pesetas, y otro tanto que no llega ni a las 5.000 pesetas. Por ejemplo, ¿sabe usted cuántas personas cobran hasta 2.000 pesetas? Pues 136.327.

1 ESTOS SON LOS SUELDOS

ACTIVIDAD	MINIMO	MAXIMO	MEDIA
1.—Banca	20,60	132,07	63,19
2.—Carbón	27,92	125,37	59,36
3.—Electricidad, agua y gas.	15,09	138,99	46,69
4.—Imprenta, ediciones	12,75	80,15	36,01
5.—Indust. metálicas básicas.	11,47	121,21	35,61
6.—Industrias químicas	12,78	96,15	34,76
7.—Alimentación	13,06	97,91	29,76
8.—Derivados de petróleo	13,36	111,36	28,33
9.—Comercio	10,57	111,86	28,06
10.—Industrias textiles	12,56	83,24	28,05
11.—Construcción	11,96	94,60	25,16
12.—Ind. de madera y corcho.	9,94	78,71	23,12
13.—Ind. del calzado y vestir.	10,83	57,73	21,86

2 Salario real y número de trabajadores

Total de trabajadores	Cobran hasta 5.000 ptas.	Cobran más de 10.000 ptas.
1. Banca: 70.976	1.140	36.598
2. Carbón: 79.379	3.840	31.494
3. Electricidad, agua y gas: 65.427	6.653	21.790
4. Imprentas y editoriales: 70.999	7.389	12.369
5. Industrias metálicas básicas: 801.380	92.070	151.606
6. Industrias químicas: 94.182	10.130	17.744
7. Alimentación: 205.867	30.812	22.076
8. Derivados de petróleo 123.120	23.168	12.204
9. Comercio: 178.481	28.279	15.152
10. Industrias textiles: 337.942	69.968	18.258
11. Construcción: 533.354	116.379	26.996
12. Industrias de madera y mueble: 94.400	18.774	1.403
13. Industrias del calzado y vestir: 95.035	19.595	1.973

SUELDOS MENSUALES

A raíz de una encuesta realizada entre nuestros lectores y colaboradores, hemos conseguido estos sueldos mensuales. Indudablemente algunos son aproximados, pues al recibir diferentes sueldos para el mismo empleo, publicamos el resultante de la media aritmética.

En estas "cantidades" no figuran mas que los sueldos, ya que las gratificaciones e incentivos mensuales son, en cada caso, difíciles de precisar.

Administrativa	8.750	Jefe Contable Administrativo	29.000
Administrativa para facturación	7.000	Jefe Sección Administrativa	16.500
Administrativos en Artes Gráf.	10.000	Jefes de Administración	20.000
Administrativo financiero	18.000	Jefes de Ventas	25.000
Administrativo Costos	16.500	Jefe de Oficina-Contable	20.000
Auxiliar (eventual) Telégrafos	7.000	Jefe de Venta Productos Químicos	41.000
Agente de ventas	12.000	Médico para Industria Farmacéutica	41.000
Auxiliares	6.000	Médico para redactar Textos Científicos	24.000
Auxiliar Administrativo	7.500	Mecánicos de automóviles	10.000
Agente Venta Libros	20.000	Médico (para redactar Textos Científicos)	26.000
Actor, Guionista Televisión	41.000	Mecanógrafas	5.000
Botones	4.000	Oficial Cuentas Corrientes	12.500
Contable	14.000	Oficial o Maestro Industrial	17.000
Contable Costos	16.500	Oficial albañil	10.000
Cortadora Piel	20.000	Profesor Instituto	12.000
Catedrático Instituto	13.500	Profesor otros centros	10.800
Cronoanalista	16.500	Perito Mecánico	29.000
Camionero	20.000	Perito Químico	16.500
Catedrático Universidad	30.000	Perito o Maestro Industrial	17.000
Catedrático Escuela Comercio	15.000	Perforista I.B.M.	10.000
Director de Ventas	34.500	Promotor Ventas a Industrias	17.000
Director Administrativo	50.000	Pescador patrón	10.000
Delegado para zona Cataluña	16.500	Pescador	6.000
Directores Generales	47.000	Periodista	8.023
Directores Comerciales	25.000	Representante Confección	13.000
Director Ventas	30.000	Secretario de Dirección	16.500
Director Transportes Internacionales	25.000	Secretaria	8.000
Director Técnico	29.000	Soldador	10.000
Director Técnico de Instituto	25.000	Secretaria Dirección General	18.750
Director Delegación Comercial	33.000	Srta. Recepcionista	8.000
Director Comercial	41.000	Secretaria administrativa	5.000
Director Fábrica Electromecánicos	33.000	Secretaria taquimecanógrafa	7.000
Economista Profesor Mercantil	22.900	Secretarias Dirección	10.000
Economista para estudios de Mercados	29.000	Telefonista-Recepcionista	6.600
Especialista Soldador	15.000	Taquimecanógrafa	9.000
Entrevistador	20.000	Técnico Comercial	12.500
Encargada de lavandería	5.000	Técnico de Mantenimiento	12.500
Ejecutivo Comercial	29.000	Teórico Textil	35.000
Encargado Facturación	15.000	Telefonista-Recepcionista	6.500
Encargado Almacén	9.300	Técnicos en Soldaduras	20.800
Gerente para tareas Comerciales y Administrativas	50.000	Técnicos en Electrónica	13.000
Ingeniero Técnico Textil	14.000	Técnico en Televisión	20.000
Inspectores Comerciales	12.000	Vendedores de Informática	12.000
Inspector-Promotor	23.000	Vendedores Empresa Metalúrgica	16.500
Informadores Técnicos	11.000	Visitador Médico	18.750
Inspector	20.000	Vendedores Alto Nivel	20.000
Jefe de Almacén	16.500	Viajante (para visitar clientes)	10.000
		Vendedor (organización comercial)	15.000
		Vendedor (para publicación en Revistas Técnicas)	15.000
		Vendedores	18.000
		Vendedor para Industria Láctea	18.500
		Visitador de Perfumerías	25.000
		Vendedores para Organización Comercial	18.000
		Vendedor de Pinturas	10.000

SALARIOS

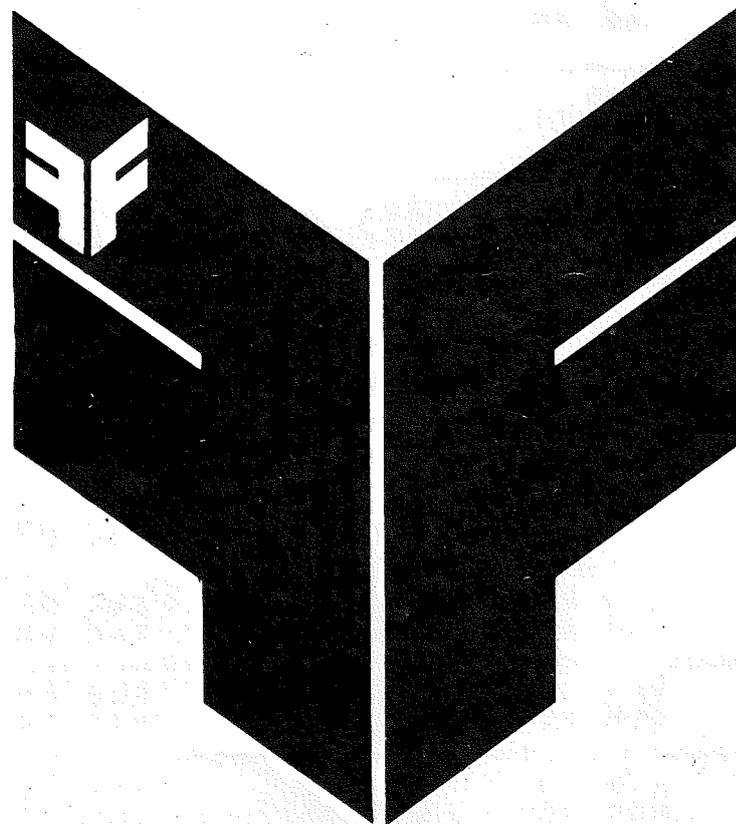
RETRIBUCIÓN MEDIA POR HORA TRABAJADA

ACTIVIDADES — TRIMESTRES	EMPLEADOS							OPERARIOS								REMUNERACION MEDIA POR ACTIVIDAD
	TITULADOS TECNICOS		OTROS TECNICOS		ADMINISTRATIVOS			Subalternos		Jefes de equipo y oficiales 1.ª		Oficiales 2.ª y 3.ª		Peones		
	Ingenieros y licencia- dos	Peritos y ayudantes	De oficina y labora- torio	De taller	Jefes	Oficiales	Auxilia- res y aspiran- tes	V.	M.	V.	M.	V.	M.	V.	M.	
ALIMENTACIÓN, BEBIDAS Y TABACO:																
1969.—Segundo trimestre	97,91	73,70	44,86	48,39	62,46	46,24	26,29	31,67	23,43	36,87	21,37	30,23	20,29	23,83	18,99	29,76
Tercer trimestre	125,44	86,33	58,05	57,13	75,09	54,18	30,88	37,77	30,37	44,24	24,76	36,16	22,50	26,61	19,40	33,72
Cuarto trimestre	110,75	75,10	54,02	56,02	68,40	49,45	28,71	35,05	28,37	43,86	26,77	34,56	25,85	25,04	18,73	32,89
1970.—Primer trimestre	95,89	73,23	47,55	47,53	64,31	48,27	26,00	33,19	26,50	39,32	23,17	31,35	22,27	23,22	19,20	31,29
Segundo trimestre	102,73	81,08	49,40	53,11	66,95	51,04	27,90	36,80	28,47	43,39	22,60	35,99	22,47	25,74	20,33	32,68
INDUSTRIAS TEXTILES:																
1969.—Segundo trimestre	83,24	52,26	48,81	41,41	57,68	39,44	23,24	29,32	22,54	35,71	26,28	29,53	23,30	22,30	18,45	28,05
Tercer trimestre	115,93	68,34	67,53	49,98	80,78	55,61	33,12	38,07	31,83	46,99	31,35	36,93	29,41	26,47	23,13	35,73
Cuarto trimestre	98,71	63,68	56,75	52,70	73,85	50,09	29,85	34,64	25,15	43,40	29,92	33,00	26,71	23,53	20,52	32,73
1970.—Primer trimestre	89,36	56,50	51,15	44,05	61,73	42,81	25,55	31,88	24,68	38,06	27,22	31,48	24,39	22,19	19,39	29,54
Segundo trimestre	90,39	57,36	53,13	45,76	61,50	42,33	25,77	32,67	24,77	39,08	28,99	31,48	24,63	23,73	21,82	30,41
FABRICACIÓN DE CALZADO Y PRENDAS DE VESTIR. INDUSTRIAS DEL CUERO:																
1969.—Segundo trimestre	57,73	48,65	42,76	41,01	43,54	31,26	21,26	24,92	18,28	29,73	24,70	24,87	19,41	22,26	17,12	21,86
Tercer trimestre	63,64	53,73	4,87	49,50	53,08	38,33	24,37	29,72	23,24	34,36	29,86	28,91	23,08	24,61	19,81	25,31
Cuarto trimestre	69,70	55,01	49,62	53,20	59,93	43,27	29,91	30,01	24,61	37,68	31,64	29,78	23,54	24,20	18,88	26,63
1970.—Primer trimestre	62,89	49,84	44,24	45,87	48,63	34,74	22,94	26,70	21,30	33,01	27,06	27,14	21,78	23,95	18,69	23,59
Segundo trimestre	65,99	53,02	43,02	45,86	51,65	34,12	23,22	27,49	24,72	32,59	26,78	27,93	22,71	23,90	17,94	24,22
INDUSTRIAS DE LA MADERA Y DEL COR- CHO. FABRICACIÓN DE MUEBLES:																
1969.—Segundo trimestre	78,71	43,40	40,16	34,70	49,86	35,10	22,53	24,84	18,30	29,14	20,81	24,44	19,88	18,07	14,18	23,12
Tercer trimestre	81,21	54,40	49,13	40,35	56,08	41,87	25,57	31,04	21,97	33,28	25,07	27,14	23,93	19,79	16,11	26,19
Cuarto trimestre	84,86	55,47	42,02	41,21	63,23	46,74	26,77	30,95	18,66	33,62	22,74	27,36	22,29	19,89	17,51	26,65
1970.—Primer trimestre	72,89	45,57	42,17	39,39	61,47	43,97	24,44	29,24	19,77	31,32	20,68	25,98	20,20	19,57	16,69	25,20
Segundo trimestre	78,51	46,04	40,29	40,12	56,09	45,83	24,48	29,36	19,60	31,12	22,89	26,20	25,84	21,03	19,19	25,61
IMPRENTAS Y EDITORIALES:																
1969.—Segundo trimestre	80,15	62,19	69,96	61,52	79,14	53,28	30,05	31,19	25,00	44,45	30,13	33,07	23,45	24,32	20,36	36,01
Tercer trimestre	92,18	72,24	80,71	71,27	89,54	64,39	34,10	37,64	26,33	52,24	36,14	38,89	27,85	28,87	25,64	42,36
Cuarto trimestre	105,10	75,10	88,66	67,63	100,61	63,54	32,99	39,35	27,63	53,76	34,84	39,59	29,26	28,88	23,30	43,50
1970.—Primer trimestre	91,40	77,36	77,20	63,86	87,19	57,65	31,64	34,30	28,15	48,23	34,05	36,18	27,90	26,57	21,35	39,84
Segundo trimestre	95,39	75,34	72,28	64,26	82,41	55,41	31,38	33,31	26,72	46,38	33,02	34,68	24,89	26,27	22,19	38,45
FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRO- DUCTOS QUÍMICOS:																
1969.—Segundo trimestre	96,15	63,62	42,92	53,63	64,56	45,11	24,72	33,36	25,99	37,37	24,43	34,71	19,59	25,14	21,98	34,76

Tercer trimestre	113,68	75,88	49,38	60,22	79,60	51,62	29,01	37,28	31,40	43,82	29,77	37,94	23,73	29,63	26,08	40,22
Cuarto trimestre	129,36	80,16	55,53	68,96	88,13	57,09	33,40	45,24	35,62	49,21	33,51	40,45	24,71	34,71	30,36	44,48
1970.—Primer trimestre	104,66	67,53	45,30	55,86	72,30	48,35	27,29	35,74	27,55	39,64	26,02	34,21	20,25	28,08	23,51	36,64
Segundo trimestre	108,08	71,04	47,03	60,75	72,42	49,95	27,65	38,06	30,96	41,38	25,80	37,53	22,04	29,69	27,95	38,83
INDUSTRIAS DE LA CONSTRUCCIÓN:																
1969.—Segundo trimestre	94,60	59,97	45,15	44,12	57,45	37,43	25,55	24,14	18,22	29,60	—	25,86	—	19,69	17,46	25,16
Tercer trimestre	120,95	75,25	56,57	54,78	72,74	47,60	30,39	29,62	21,05	35,60	—	29,96	—	22,70	21,63	29,76
Cuarto trimestre	128,79	76,64	53,53	61,52	74,14	50,24	33,34	30,19	22,98	35,26	—	30,72	—	22,21	21,46	30,04
1970.—Primer trimestre	102,32	63,96	47,44	46,11	60,12	39,49	27,73	26,69	19,68	32,99	—	27,59	—	21,08	18,83	27,50
Segundo trimestre	107,17	62,97	49,52	49,10	60,06	39,59	28,44	26,49	19,69	33,77	—	27,90	—	22,70	22,03	28,62
ELECTRICIDAD, AGUA Y GAS:																
1969.—Segundo trimestre	138,99	92,11	62,13	62,84	87,12	55,37	42,48	43,22	—	44,77	—	35,80	—	32,08	—	46,69
Tercer trimestre	145,77	105,68	78,87	72,77	104,50	66,22	49,91	50,62	—	51,10	—	40,15	—	36,17	—	51,80
Cuarto trimestre	161,11	104,36	91,55	71,37	107,84	71,01	48,98	52,07	—	56,52	—	43,99	—	38,02	—	57,22
1970.—Primer trimestre	147,52	102,50	71,26	69,79	61,89	63,32	44,44	49,38	—	50,58	—	40,00	—	34,50	—	52,51
Segundo trimestre	152,94	100,58	75,29	72,52	90,84	60,67	49,25	47,95	—	50,97	—	41,67	—	32,83	—	52,22
COMERCIO:																
1969.—Segundo trimestre	111,86	71,33	61,23	—	59,03	35,54	21,35	24,41	—	29,78	—	26,36	19,69	21,79	17,24	28,06
Tercer trimestre	126,48	83,33	75,65	—	74,24	42,21	25,14	30,25	—	35,47	—	29,82	28,41	24,45	19,70	33,42
Cuarto trimestre	130,84	80,62	76,61	—	73,67	44,46	26,76	27,26	—	38,38	—	34,25	26,92	23,64	22,10	35,08
1970.—Primer trimestre	124,70	69,64	64,01	—	62,28	38,90	24,02	26,22	—	34,00	—	29,13	25,18	23,94	19,54	31,20
Segundo trimestre	122,78	75,98	62,49	—	59,93	37,83	23,57	25,75	—	34,37	—	27,71	22,70	22,14	19,94	30,42
BANCOS Y OTROS ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS:																
1969.—Segundo trimestre	132,07	116,88	119,39	—	100,64	68,07	48,10	46,82	36,55	58,44	—	45,47	—	42,38	—	63,19
Tercer trimestre	171,26	130,20	144,56	—	143,72	95,06	63,27	61,46	49,03	84,92	—	68,81	—	56,23	—	86,17
Cuarto trimestre	172,35	135,20	152,64	—	138,27	97,87	63,80	63,57	51,46	86,03	—	60,52	—	56,10	—	86,88
1970.—Primer trimestre	131,83	110,14	114,25	—	107,26	73,46	51,75	49,95	88,26	75,07	—	55,72	—	44,30	—	67,51
Segundo trimestre	151,67	123,55	120,79	—	111,81	77,58	53,66	53,83	38,66	71,34	—	55,25	—	44,46	—	70,97
COMPAÑÍAS DE SEGUROS:																
1969.—Segundo trimestre	101,33	60,82	63,76	—	73,82	50,35	25,43	35,81	—	43,66	—	—	—	—	24,62	46,43
Tercer trimestre	136,65	94,52	85,91	—	90,16	63,27	31,93	43,92	—	50,16	—	—	—	—	24,55	58,30
Cuarto trimestre	132,95	82,58	95,95	—	102,38	70,14	35,26	47,31	—	55,55	—	—	—	—	23,30	64,28
1970.—Primer trimestre	102,58	62,22	69,38	—	86,82	59,76	28,69	40,36	—	45,98	—	—	—	—	24,56	53,97
Segundo trimestre	105,50	61,71	72,34	—	83,82	61,28	30,29	39,45	—	46,19	—	—	—	—	25,64	54,18

NOTA.—Datos obtenidos de la encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadística para conocer el nivel general de salarios.

UNA NUEVA FORMA DE AHORRO



FONDIBERIA

FONDO DE INVERSION MOBILIARIA

SOCIEDAD GESTORA: GESFIRME, S. A.
Paseo de Gracia 51 - Teléf. 215.45.12 Barcelona-7

BANCO DEPOSITARIO: BANCA CATALANA, S. A.
Paseo de Gracia, 84 - Teléf. 215.57.62 Barcelona-7

DELEGACION PALMA DE MALLORCA
José Anselmo Clavé, 14, 1, Tel.: 210241

SOLICITUD DE INFORMACION

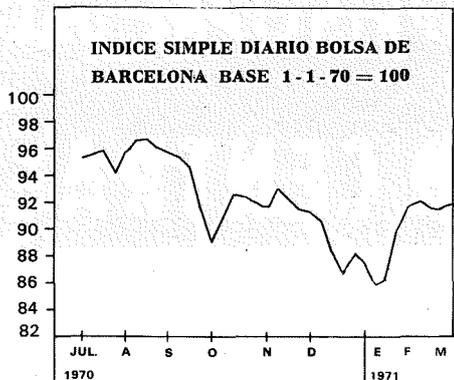
NOMBRE Y APELLIDOS.....

DOMICILIO

TELEFONO

LOCALIDAD **PROVINCIA**

LA BOLSA Y SU MERCADO



La aparente estabilidad del Índice, prácticamente inamovible al cerrar a 104,16, encubre en realidad un mercado desvaído, con muy poca negociación y en el que la presencia de papel supera, en la mayor parte de valores, al poco dinero de inversión. El apoyo institucional ha servido en muchos casos, para cotizar cambios en contrapartidas muy reducidas, dejando un tanto insatisfecha a la oferta de los particulares. Se observa por otra parte, una casi total inhibición de la especulación, debido a que el mercado no ofrece las necesarias garantías de espontaneidad, o por lo menos, de contención institucional a la baja.

Al cierre en Madrid, se observó una mayor recogida de papel, quedando mejor dispuestos los bancos y las eléctricas.

En Bancos, sólo en Banco de Valencia y Urquijo ha predominado la presión compradora al rumor de las noticias de sus próximas ampliaciones, de 1 x 2 liberada y 1 x 3 a la par, respectivamente.

En eléctricas y siderúrgicas, ha predominado el papel, con pérdidas generalizadas de algunos enteros. Los sectores mejor dispuestos han sido cementos y construcción, cuyas sociedades en general, presentan buenos ejercicios para el pasado año, con la posibilidad adicional de que, a corto plazo, se erijan de nuevo en protagonistas de la esperada recuperación económica. Dragados y Construcciones, ha conseguido un alza de 25 enteros, auxiliado por la noticia de una próxima ampliación de capital de 1 x 3, a la par.

Estamos en el mes de las Juntas y el mercado se prepara para las ampliaciones de capital que las siguen. Ello ya es tradicional en nuestras Bolsas, pero quizás este año existe una mayor convicción de que en los meses de Abril, Mayo y Junio podrán realizarse las inversiones en mejores condiciones que las actuales.

FRANCIA: OFENSIVA DE EXPORTACION

Empresarios franceses han de exportar más a la U.S.A., así lo quiere el gobierno en París. Con este fin se ha comenzado la «operación Norte América»: empresarios orientados a la exportación que no tienen suficientes experiencias en el mercado Estado Unidense serán subvencionados en el estudio de sus probabilidades de mercado. Se les abonará el ticket del vuelo

trasatlántico y hasta 45 \$ por cada día de estancia. La causa para esta acción: el déficit del balance comercial para el ejercicio 1969/70 (hasta 31 de Agosto) de unos 103 mil millones de pesetas se debe al desventajado comercio con Estados Unidos. Meta ambiciosa del 6.º plan económico hasta 1975 es lograr un superávit de exportación anual de 145 mil millones de pesetas.

AL DINERO, SE LE LLAMA ASI

El vulgo lo llama plata.	El comediante, bolo.
El obrero, jornal.	El empresario, taquilla.
El sirviente, salario.	El banquero, capital.
El catedrático, haberes.	El rico, renta.
El abogado, honorarios.	El pobre, limosna.
El médico, visitas.	El gitano, guita.
El empleado, sueldo.	El jugador, cajas.
El funcionario, cuota.	El municipio, impuestos.
El legislador, dieta.	El Estado, fondos.

Desde cualquier punto de Mallorca, como del resto de España, Portugal, Andorra y Marruecos, el



LA EQUITATIVA
FUNDACION ROSILLO

integrado por la Equitativa (Fundación Rosillo) Vida La Equitativa (Fundación Rosillo) Riesgos Diversos, y Compañía Ibérica de Reaseguros,

SIEMPRE ESTA AL SERVICIO DE USTEDES

Delegados Generales: Tous Amorós, Hermanos.
Domicilio: Edificio Equitativa en Plaza Olivar, 5
Palma de Mallorca

Escuche a nuestros representantes que siempre tienen algo interesante que ofrecerles o aconsejarles en materia de Seguros.

EL COLOR DE MI CRISTAL por MUNTANOLA



—He decidido no quejarme de las subidas. Cada vez me dicen: «¡Oh, y lo que va a subir todavía!»

De "la Vanguardia"

HOSTELERIA BALEAR
en
nuestro próximo número

INAUGURACION DE LOS NUEVOS LOCALES DE LA OFICINA PRINCIPAL DEL BANCO CENTRAL



BANCO CENTRAL TAMBIEN!

HA CONFIADO A **Frau**® SUS
INSTALACIONES DE ACONDICIONA-
MIENTO DE AIRE
Y VAN.....
MAS DE 500 EN NUESTRA ISLA
DE MALLORCA

ESTA CASA CUENTA CON UN DEPARTAMENTO TECNICO Y
PLANTILLA DE MECANICOS ESPECIALISTAS A NIVEL
EUROPEO

El sábado 27 de febrero, se celebró, con toda solemnidad, la inauguración de los nuevos locales, en nuestra ciudad, destinados a la Oficina Principal y Dirección de Zona de la organización del Banco Central en Baleares, situadas en la Avenida de Juan March Ordinas, 6 y 8.

Se trata de unas magníficas instalaciones que unen a su elegancia y moderno estilo arquitectónico, un acertado sentido funcional que facilita a la clientela disponer de unos servicios completos y de las máximas comodidades.

Los asistentes hicieron grandes elogios de estas nuevas oficinas, que cuentan con el primer servicio de autobanco en la isla, parking y circuito cerrado de televisión, constituyendo una de las dependencias bancarias más modernas de España, habiendo sido autor del proyecto el arquitecto don Fernando Galf.

El acto fue presidido por el Excmo. Sr. Capitán General de Baleares, don Mariano Fernández Gavrarrón, asistiendo otras relevantes personalidades militares y civiles, entre ellas, el Excmo. Sr. D. Víctor Hellín Sol, Gobernador Civil; Excmo. Sr. D. Tomás Serrà Ginés, Gobernador Militar; Ilmo. Sr. D. Gabriel Aizamora López, Alcalde de Palma de Mallorca; Ilmo. Sr. D. José Alcover Llompart, Presidente de la Diputación Provincial; Excmo. Sr. D. Carlos Alvarez Novoa, Presidente de la Audiencia Territorial; Excmo. Sr. D. Federico Galvache Arróyo, Comandante Militar de Marina Sr. D. Víctor Gogi López director del Banco de España, así como otros invitados representantes de las distintas ramas económico y social.

Para asistir a la apertura de estas nuevas instalaciones se desplazaron a Palma de Mallorca, el Consejero-Director General del Banco, Excmo. Sr. D. Alfonso Escamez, acompañado de los Consejeros de dicha Entidad Ilmo. Sr. Conde de los Gaitanes, D. Enrique

Marsáns Comas y D. Joaquín Reig Albiol y también otros altos funcionarios de la Dirección General y directores de la Sucursal.

Bendijo los locales el M.I. señor Obispo de Mallorca, Dr. Rafael Alvarez Lara y, seguidamente, el Consejero-Director General señor Escamez, después le saludar cordialmente a las autoridades y asistentes al acto y agradecer las palabras pronunciadas por el señor Obispo, destacó la magnífica evolución de Mallorca, en estos últimos veinte años, el crecimiento de su población y las cotas alcanzadas en los indicadores económicos que la sitúan en el sexto puesto de ingresos «per cápita», dentro del conjunto nacional, y significó la singular promoción del fenómeno turístico y, en definitiva, la contribución que esta tierra ha aportado al desarrollo económico del país.

Indicó que la política del Banco ha sido y seguirá siendo en el futuro, con sus 600 oficinas en todo el área del país, la de participar como un elemento activo, colaborando con las iniciativas y los esfuerzos de sus distintos estamentos económicos, y el Banco Central ha procurado estar presente siempre que su apoyo ha sido necesario.

Estoy seguro —dijo— que el fenómeno turístico que ha vivido Mallorca y que la ha permitido situarse al nivel de los grandes centros industriales del país, no hubiera sido posible —a pesar de sus ventajas naturales—, sin la iniciativa y el esfuerzo de unos hombres que supieron promocionar a tiempo aquella fuerza potencial que poseía. Mallorca se ha dejado invadir por extranjeros y nacionales. Es una invasión pacífica y, naturalmente, rentable. Más de 60 por 100 del valor añadido bruto que produce esta región, procede del sector de servicios y en lo que se refiere a las industrias turísticas, su producto bruto ocupa uno de los primeros lugares nacionales.

Continuó diciendo que la combinación de los factores humanos y

Las más modernas instalaciones bancarias en nuestra capital, con Autobanco, Parking y circuito cerrado de televisión

geográficos, eran, a su juicio, la clave de este éxito espectacular que debe saber imponerse, durante mucho tiempo, a otros condicionantes de las corrientes turísticas, para seguir siendo el más importante polo de atracción.

Manifestó que la economía mallorquina no está exenta de problemas. El nivel de industrialización todavía sigue siendo modesto, y puede que esté excesivamente polarizado hacia la industria de la piel, que ahora atraviesa una difícil coyuntura para el calzado, y otras actividades muy condicionadas a la evolución del consumo turístico como son la cerámica, vidrio y productos artesanos.

El sector agrícola, en otro tiempo básico dentro de la estructura

económica provincial, ha quedado relegado a un plano muy inferior, aún cuando algunos productos sigan siendo importantes en el índice de exportación. Se está todavía muy lejos, en lo que a agricultura y ganadería se refiere, de conseguir un nivel de producciones, si no suficiente para el autoabastecimiento insular, al menos con la entidad necesaria para influir en este problema.

Es lógico que el espectacular crecimiento en el sector de servicios haya desequilibrado, con su enorme capacidad de absorción, a los otros sectores, y posiblemente, la tarea de los próximos años deba centrarse en promocionar un desarrollo más armónico de las distintas fuentes de producción.



Terminó diciendo que para esta función y para todo lo que suponga creación de riqueza y desarrollo en estas islas, nuestro Banco no estimará esfuerzo alguno y aseguró que desde ahora toda la fuerza de la organización del Banco Central, el volumen de su capacidad financiera, representado por más de 150.000 millones de recursos propios y ajenos, y los servicios técnicos

y financieros de su equipo directivo, es decir, los medios económicos y humanos de que dispone, estaban al servicio de la clientela y de la región.

Finalizó su intervención el señor Escámez, agradeciendo la presencia de las autoridades y de todos aquellos que habían asistido al acto.

Baumgartner

MECANISMOS PUERTAS AUTOMATICAS

REALIZACION DE

Justor
PATENTES

TALLERES TREPAT

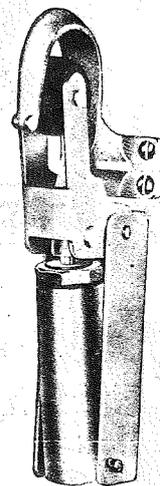
CREADORES DEL CIERRAPUERTAS HIDRAULICO "JUSTOR"



Instalación puertas ENTRADA BANCO CENTRAL

Otras instalaciones de puertas automáticas en Palma de Mallorca

- Edificio Reina
- Cristalmar
- Policlínica
- Hotel Cristóbal Colón



Freno retenedor de puertas DE VENTA EN FERRETERIAS

TALLERES TREPAT

Llacuna, 97-105

BARCELONA-5

226.08.99
226.50.20



JAIME RIBAS CARDONA
Profesor Mercantil Colegiado
Miembro de la Asociación Nacional
de Asesores Fiscales

Asesor de Empresas
C/. Ramón Berenguer III, 44-4.º-2.ª - Telf. 252964 - PALMA

CALENDARIO DEL CONTRIBUYENTE PARA EL MES DE ABRIL

- 1 al 30 **IMPUESTO INDUSTRIAL:**
Licencia Fiscal
CONTRIBUCION TERRITORIAL:
Urbana y Rústica
Y todos aquellos impuestos que el pago se efectúe mediante recibo.
Y hasta el 15 de Mayo, se hallan al cobro los del primer semestre.
- 1 al 30 **IMPUESTO INDUSTRIAL:**
Evaluación individual
Declaración de resultados de 1970.
- 1 al 30 **IMPUESTO INDUSTRIAL:**
Licencia Fiscal
Viviendas: Declaración de superficie vendida en el primer trimestre de 1971.
- 1 al 30 **TRABAJO PERSONAL**
Declaración e ingreso del primer trimestre de 1971 del personal con remuneración superior a 100.000 pesetas anuales.
- 1 al 30 **RENTAL DEL CAPITAL**
Declaración e ingreso del primer trimestre de 1971.
- 1 al 30 **IMPUESTO S/. SOCIEDADES**
Y hasta el 30 de Junio, plazo para la declara-

ción de los resultados de 1970. Hay que tener en cuenta que el plazo para la declaración es de 20 días hábiles a partir de la fecha de la Junta General Ordinaria del balance declarado y dentro de los 6 meses posteriores del ejercicio de que se trate.

- 1 al 30 **IMPUESTO S/. LA RENTA**
Y hasta el 5 de Julio, declaración del ejercicio de 1970.
- 1 al 26 **IMPUESTO TRAFICO EMPRESAS**
Declaración e ingreso del primer trimestre de 1971 de todas aquellas empresas no incluidas en Convenio para este mismo año y que hayan ingresado una cuota anual superior a 30.000 ptas. con respecto al año anterior.
- 1 al 30 **IMPUESTO SOBRE EL LUJO**
Declaración e ingreso del primer trimestre de 1971 de todas aquellas empresas no incluidas en Convenio para este mismo año.
- 1 al 30 **IMPUESTOS ESPECIALES**
Declaración e ingreso del primer trimestre de 1971.
- 1 al 30 **IMPUESTO MUNICIPAL SOBRE CIRCULACION DE VEHICULOS**
Se hallan a la venta los correspondiente a 1971



VIDEMASA

DISTRIBUIDORES DE:

FINO PERALTA
Y
WHISKY MACKINLAY'S

Calle Particular
Polígono de La Paz (Ca'n Valero)

Palma de Mallorca

STRAFOR

Muebles metálicos para oficina.

Ha instalado todos los armarios metálicos en la nueva oficina principal del

BANCO CENTRAL

Armarios - Ficheros
Clasificadores - MULTEX

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO:

disba

Avda. General Primo de
Rivera, 67-69

Tel. 21 04 40

Palma de Mallorca

19.ª CARTA ABIERTA A UN
EMPRESARIO DESCONOCIDO

EL ARTE DE SER JOVEN

Distinguido amigo:

Está demostrado que es la tensión, los problemas y las preocupaciones, los aditamentos que hacen que nos sintamos un poco más cansados, un poco más envejecidos, y ¿por qué no?, un poco más cínicos.

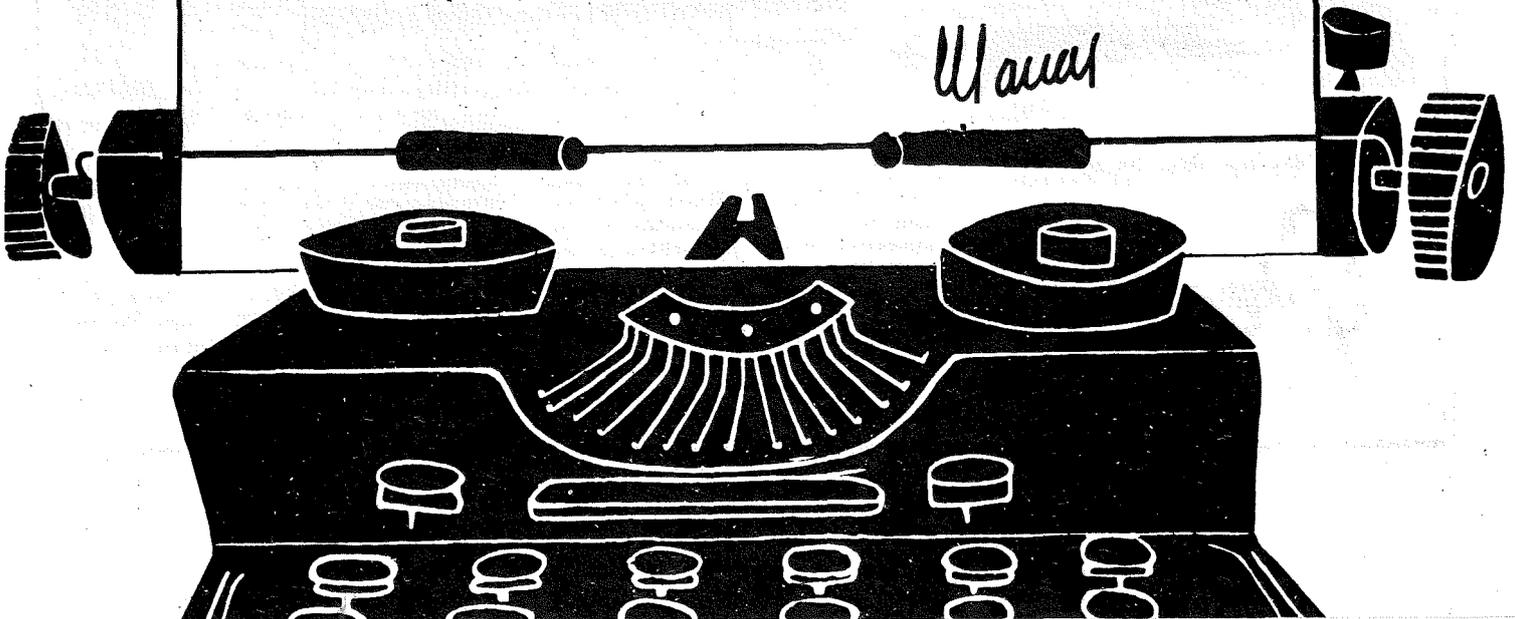
Le compendio, por si lo puede utilizar, una serie de principios que con ayuda de los chinos, los «jóvenes» americanos, sicólogos, sacerdotes, y todos los demás hombres que suelen pensar en los demás, han hecho posible estas conclusiones:

- Llegue al convencimiento de que la vida, más que una carrera de velocidad es una prueba de resistencia.
- No se preocupe por lo que ya sucedió. Viva sólo hoy, nunca ayer ni mañana.
- Cuando trabaje, trabaje; cuando disfrute, disfrute.
- Una vez al día haga funcionar su intestino.
- Sonría, aunque sólo sea por los ojos.
- Recese, aunque a veces no sepa por qué.
- Respire hondo y lentamente varias veces al día procurando que el aire le llegue al estómago.
- Lo que menos le ha de importar es lo que diga la gente, lo que es más importante, es meditar si realmente Vd. se está «realizando».
- Procure respetar su «privacy» de forma que se encuentre el menor número de veces defraudado.
- Siempre actúe y piense positivamente, incluso aunque sienta un enorme gusto por hacer la pascua.

Y por último no tome como problema el del dinero, ya que el número de licenciados «en letras» es cada día más numeroso, por lo cual, como puede suponer esta intranquilidad debe calificarse como general.

Hasta mi próxima, sinceramente.

Wauel



Rosenthal Studio-Linie



Forma «Variation», Diseñador: Tapio Wirkkala

No en todas las tiendas

Gregory

JOYERO

pueden Vds. comprar los artículos que llevan el sello de la Rosenthal Studio-Linie. Únicamente podrán hacerlo en las buenas tiendas de porcelana, en aquellas que se han puesto al servicio de una idea con una Sección-Studio de Rosenthal.

Y ésta es la idea de la Rosenthal Studio-Linie: Artistas de fama mundial diseñan para

Vds. artículos de mesa y hogar: porcelana, cristal, cubertería y cerámica. Críticos de arte examinan y valoran todos los diseños por su forma y funcionalidad.

El resultado no son piezas de museo, para guardar en vitrinas, sino formas para el uso diario, como exige nuestro tiempo. Formas que da gusto verlas y usarlas.

BAJO EL SANTO Y SEÑA DE LA UNIDAD

**UNA MONEDA UNICA
PARA EUROPA EN 1980**

**GRAN BRETAÑA HA ENTRADO
EN EL SISTEMA DECIMAL
EUROPEO**

por Antonio Colom

Se han producido dos acontecimientos, tan alentadores como significativos, en el ámbito económico de nuestro viejo, y siempre joven, Continente. El Acuerdo inicial adoptado en Bruselas por los Ministros de Asuntos Exteriores, Economía y Finanzas de "los Seis" para el establecimiento de la unidad económica y monetaria de los países miembros; y, la conversión monetaria de Gran Bretaña al sistema decimal, son estos dos trascendentales sucesos que hoy ocupan nuestra atención.

No hay duda que el mencionado acuerdo de Bruselas es la decisión más importante, y de más relieve, adoptada por "los Seis" desde que se firmó el Tratado de Roma en 1958, dando lugar al nacimiento del Mercado Común. Esa unión económica y monetaria, lleva en sí la creación de una moneda europea común, y sienta las bases de partida de una nueva etapa que ha de culminar en la soñada unidad política.

El Plan acordado se desarrollará en diez años a partir de enero de 1971, y representa el más positivo paso para la construcción de la nueva Europa. Es el triunfo de la razón, del optimismo, de la lógica y de la voluntad de alcanzar esa aún lejana unidad.

Los puntos del acuerdo adoptado son claros, rotundos, tanto que, según comentaristas y expertos, se ha ido más allá del espíritu de la Carta. Esa unión monetaria que parecía una utopía, está ya en camino de realizarse, con precisas cláusulas y los más esperanzadores principios.

Y "los Seis" han decidido también que antes del fin de la primera fase —que terminará en 31 de Diciembre de 1973— el Consejo del M.C. tome las medidas necesarias de orden institucional para asegurar que pueda continuar la integración, es decir, ambas integraciones, la económica y la monetaria.

El "Plan Werner" es pues factible, y sólo podrá ser frenado por prejuicios o problemas de índole política, quizá mejor diríamos de supranacionalidad.

Los acuerdos adoptados son un sólido compromiso de valioso arranque. Y que el éxito puede coronar esta empresa es cosa casi segura si tenemos en cuenta que en sólo otros diez años, la llamada —ya impropia— "Pequeña Europa", ha realizado enormes progresos, antaño increíbles, en el duro y explicablemente lento camino de su unificación económica y hasta política.

* * *

El otro acontecimiento, de extraordinario relieve histórico, y que puede encuadrarse dentro de la idea y el sentimiento de unificación —cada día más apremiante— en toda Europa, está la abjuración por parte de los británicos de su sistema duodecimal ingresando en la "era decimal", en un gigantesco esfuerzo de adaptación, aceptándolo como premisa ante el proceso unificador ya en marcha en el Continente. Desde luego, no conviene silenciar tampoco la lógica resistencia y el consecuente sarcasmo con que esta decisión ha sido acogida en diversos sectores de Inglaterra, que, a decir verdad, les duele el que no haya sido el resto del mundo quien adoptara el sistema británico y solicitara entrada en la Commonwealth.

La "decimalización" de Gran Bretaña no puede ser total, al menos por ahora, ya que hay muchos pequeños negocios que, por la economía o por mantenerse fieles a la tradición, tardarán en aceptar la moneda decimal.

Poco a poco, las monedas antiguas irán desapareciendo de la circulación, habiéndolo hecho ya, en la práctica, el tradicional, y cien por cien británico, chelín. Mientras la Libra ha quedado dividida en 100 peniques.

Esa aventura monetaria de los ingleses, escoceses, galeses e irlandeses, convergentes en su Reino Unido, les acercará mucho más al Mercado Común. Comprendemos que para los tradicionalistas será doloroso abandonar su hasta hoy confusa selva monetaria, pero que era —y seguirá siendo— para ellos un símbolo de su pasada grandeza política, económica y geográfica.

Gran Bretaña se encuentra ahora en idénticas condiciones decimales que el Continente europeo, pues la Libra, que se remonta al Siglo VIII, antes de la conquista normanda, ha dejado de valer 20 chelines y cada chelín 12 peniques, para contabilizar única y sencillamente 100 peniques.

Y esto no es más que el principio. En unos pocos años, todas las pesas y medidas tradicionales quedarán también apartadas, arrumbadas, sustituidas por las decimales.

Gran Bretaña se acerca al Continente. Esta es la gran verdad. Perdido el Imperio quiere ser Europa, no importan esfuerzos, sacrificios y hasta humillaciones. Como los grandes señores que vienen a menos, Inglaterra lleva su prueba con buen ánimo. Su "espléndido aislamiento" está dando las últimas boqueadas.



**ASESORAMIENTO, REPARACION E
INSTALACIONES FRIGORIFICAS**

Reparaciones en general

Telf. 25 50 21
C/. Francisco Suau, 64
(carr. Valldemosa)
PALMA DE MALLORCA

MEDIDAS Y SU CONVERSION

Longitud	metros	pulgadas	pies	yardas
1 metro	—	39,370	3,2808	1,0936
1 pulgada (inch)	0,0254	—	0,0833	0,0278
1 pie (foot)	0,3048	12	—	0,3333
1 yarda	0,9144	36	3	—
1 milla = 1609,3 m. = 1,760 yardas.				
1 kilómetro = 0,6214 millas.				
1 milla geográfica = 1/15 grados ecuatoriales = 7,420 Km.				
1 milla marina alemana = 1/100 grado meridiano = 1,852 km.				
1 kilómetro = 0,536 millas marinas alemanas.				
1 milla marina inglesa (nautical mile) = 6,080 pies = 2,026,7 yardas = 1,8532 kilómetros = 1,000638 millas marinas alemanas.				
1 kilómetro = 0,5396 millas inglesas (nautical miles).				
1 nudo = 1853 m/h. = 0,514 m/s.				
1 nudo inglés = 2,026,7 yardas por hora.				
1 braza inglesa = 6 pies = 1,829 m.				
1 metro = 0,5468 brazas inglesas.				

Superficie	metros cuad.	pulgadas cuad.	pies cuad.	yardas cuad.
1 metro cuadrado	—	1,550,0	10,764	1,1960
1 pulgada cuadrada	0,000645	—	0,00694	0,00077
1 pie cuadrado	0,0929	144	—	0,1111
1 yarda cuadrada	0,8631	1,296	9	—
1 km ² = 100 hectáreas = 10,000 áreas = 247,1 acres = 0,3861 millas cuadradas.				
1 milla cuadrada = 640 acres = 259 hectáreas = 2,59 kilómetros cuadrados.				
1 acre = 4046,8 metros cuadrados.				

Volumen	metros cúb.	pulgadas cúb.	pies cúb.
1 metro cúbico	—	61,024	35,314
1 pulgada cúbica	0,0000164	—	0,000579
1 pie cúbico	0,0283	1,728	—
1 yarda cúbica	0,7646	46,656	27
1 tonelada = 100 pies cúb. = 2,83 m ³ ;		1 m ³ = 0,353 toneladas	
1 onza (fluid ounce) = 28,41 cm ³ ;		1 cm ³ = 0,0352 fl. oz.	
1 onza (fluid ounce) (USA) = 29,57 cm ³ ;		1 cm ³ = 0,0338 fl. oz.	
1 pinta = 0,568 litros;		1 litro = 1,7598 pintas	
1 pinta (USA) = 0,473 litros;		1 litro = 2,1134 pintas	
1 cuarto = 1,136 litros;		1 litro = 0,8799 cuartos	
1 cuarto (USA) = 0,946 litros;		1 litro = 1,0567 cuartos	
1 galón imperial = 4,546 litros;		1 litro = 0,2201 galones	
1 galón (USA) = 3,785 litros;		1 litro = 0,2642 galones	
1 bushel = 36,367 litros;		1 litro = 0,0275 bushels	
1 bushel (USA) = 35,238 litros;		1 litro = 0,0284 bushels	

Peso	kilogramos	libras	quintales	toneladas l.	toneladas c.
1 kilogramo	—	2,2046	0,0197	0,00098	0,00110
1 libra	0,4536	—	0,0089	0,000446	0,0005
1 quintal (cwt)	50,802	112	—	0,050	0,056
1 tonelada larga imperial	1016,047	2,240	20	—	1,12
1 tonelada corta (USA)	907,185	2,000	17,84	0,893	—
1 t. = 1,000 kg. = 0,984206 toneladas largas (Imperial).					
1 t. = 1,000 kg. = 1,10231 toneladas cortas (USA).					
1 onza (Avoirdupois) = 28,350 g; 1 g = 0,35274 onzas (Avoirdupois).					
1 gramo = 15,4324 granos; 1 grano = 0,0648 g.					
1 quilate = 200 miligramos = 0,2 g.					
1 quintal (USA) = 45,359 kg; 1 kg = 0,0220 quintales.					
Oro, peso en quilates o en Feingehalt: 24 quilates = 1.000 Feingehalt.					

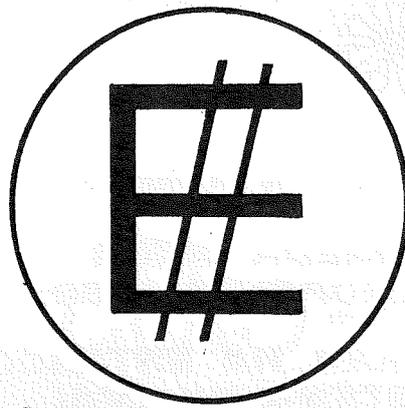
Temperatura
t (Fahrenheit) = 1,8 t (Celsius) + 32°
t (Celsius) = 0,5556 t (Fahrenheit) - 32/1,8°
Temperatura absoluta T (Celsius) = t (Celsius) + 273°
T (Fahrenheit) = t (Fahrenheit) + 459,4°

MEDIDAS DE SUPERFICIE (MALLORCA)

CUARTERADA: 4 CUARTONES - 7103 M².
 CUARTON: 2 HORTS - 1775 M².
 HORT: 50 DESTRES - 887,5 M².
 DESTRE: 454 PALMOS - 17,75 M².
 PALMO: 0,038 M².

HECTAREA: 100 AREAS
 AREA: 100 M²

CAPACIDAD:
 CARGA: 3 QUINTALES
 QUINTAL: 4 ARROBAS
 ARROBA: 25 LIBRAS
 LIBRA: 12 ONZAS
 ONZA: 4 CUARTOS
 CUARTO: 4 ADARMES



Esta « E », cruzada por dos barras, que guarda un notable parecido con el dólar, es la representación gráfica de la unidad monetaria europea, E. M. U. El valor será semejante a un dólar americano y solamente será usado en bonos.



Desde el pasado día 15 de Marzo, los ingleses cuentan y miden, como el resto de Europa. El sistema decimal fue implantado y todo aquel que en el Reino Unido mida siete pies y cinco pulgadas tendrá una talla de 1,70 metros, quien pese 127 libras pesará 58 kilogramos, quien lleve una velocidad de 62,1 millas irá a 100 por hora y si los viejos termómetros ingleses marcan 68 grados, la temperatura real será sólo de 20 grados centígrados.

EL SISTEMA DECIMAL EN GRAN BRETAÑA

Pero la mayor revolución se hará en la moneda. La unidad monetaria será la libra esterlina, dividida en 100 peniques nuevos. Ya han sido puestas en circulación las monedas de la fotografía, de medio, uno, dos, cinco, 10 y 50 peniques, de bronce las tres primeras y de cuproníquel las otras tres, que durante un periodo de transición serán utilizadas conjuntamente con las antiguas.

El chelín desaparecerá y el símbolo del penique, que hasta ahora era una "d", pasará a ser una "p" y el de la libra, la tan conocida £, subsistirá.



Pedro Miró Josa

Ldo. en Derecho - Gestor Administrativo

Consultor de Empresas - Tramitación engeneral

Matías Montero, 3-3.º - B Telf. 214971

Palma de Mallorca



ASSOCIATION INTERNATIONALE
DES ETUDIANTS EN SCIENCES
ECONOMIQUES ET COMMERCIALES

Escriben:

Pedro Suau Vidal
y
Juan Cerdá Riusech
Alumnos de la Escuela
Profesional de Comercio

Contabilidad

CONTABILIDAD

¿Qué influencia mágica tiene este vocablo que aparece en la conversación diaria de hombres de empresa, de comerciantes, y en fin, de gente introducida en esa gran bola de la economía?

¿Es la Contabilidad la panacea de todos los males que aquejan a la empresa? Es evidente que la respuesta tiene que ser negativa. No obstante puede ser la solución de muchos problemas. Depende, lógicamente de cómo se utilice.

Parece seguro que en la mentalidad del empresario moderno ha quedado totalmente descartada la idea, tan en boga hasta hace pocos años en nuestro país, de utilizarla al fin del ejercicio para tener una idea aproximada de lo que había ganado o perdido.

Por otra parte, la idea que se tenía del contable estaba ligada a un señor mayor, sentado ante una mesa, anotando en unos gruesos libros con letra redondilla las operaciones del día.

Afortunadamente este modelo ha quedado desterrado, y una prueba de ello es que incluso la misma palabra "contable" ha sido sustituida, en muchas ocasiones impropriadamente, por la de "Jefe de Administración".

Ahora bien: ¿Han evolucionado de la misma manera los servicios que la Contabilidad puede y debe prestar a la empresa? También en este caso tenemos que responder que no, puesto que desgraciadamente, como veremos, muchos siguen con sus antiguos sistemas.

¿De qué nos sirve, curiosidad aparte, el saber sólo que en un año hemos ganado con nuestro negocio X miles de pesetas? ¿No las habiéramos ganado igualmente sin llevar este "tipo" de Contabilidad? Para saber únicamente este dato, y prescindiendo de la parte legal, bastaría valorar el patrimonio al principio y al fin del ejercicio y por diferencia sabríamos el beneficio o pérdida.

Desde que en Venecia, en el año 1494 Fray Lucas Paccioli dió cuerpo a la partida doble, a través de su obra "Tractus Particularis de Computis et Scripturis"; y en 1914 se crearon las primeras Escuelas de Contabilidad, con un marcado interés analítico y científico, ha llovido mucho. Y como ya hemos dicho, pocas correcciones o previsiones se podrán hacer con rigor, en una empresa de la que sólo conocemos su Estado de Pérdidas y Ganancias.

La idea de este escrito es poner de manifiesto, en aras a una evolución, la idea que está en el ánimo de todos, de actualizar los métodos con que la empresa cuenta para llevar a cabo su buena marcha.

Cuando hablamos de actualizar, no nos referimos

solamente a mecanizar la Contabilidad, cosa que muchas veces resulta inadecuada y antieconómica, sino a aplicar una serie de técnicas que nos ofrezcan una gama de posibilidades mayores para la gestión de la empresa.

La causa primordial por la que no se aplican estas técnicas es su desconocimiento, tanto por parte del empresario como por parte del personal administrativo. Y así podemos ver como muchas empresas han nacido sin ningún tipo de planificación, y que el empresario sólo se ha fijado para montar su negocio en el dato de que "a su vecino le iba muy bien aquello". Como consecuencia, muchas se inician ya viciadas económica e incluso legalmente. No tienen siquiera una previsión financiera ni un mínimo estudio del mercado. Quizás por eso la productividad de las empresas españolas sea una de las más bajas de Europa.

Como ejemplo de lo que decimos, y sin salirnos de Mallorca, lo tenemos en nuestra industria turística. Creo que muchos de Vds. conocen casos de crisis en hoteles, restaurantes, bares, tiendas de souvenirs, etc. que son debidos a esta falta de planificación.

Tampoco la Administración está a la altura de las circunstancias, manteniendo en vigor la obligatoriedad de llevar unos libros que en el mejor de los casos son antifuncionales; con un Código de Comercio del año 1886 basado en muchos de sus artículos en su antecesor del año 1829, y con una ley de Sociedades Anónimas, que a pesar de ser relativamente reciente (17 Julio de 1951), ya nació anticuada en muchos de sus puntos, superados ampliamente en aquellos momentos en muchos países del resto de Europa.

En cuanto al personal técnico, su deficiencia tiene dos

Colaboran con AEISEC:

Cámara Oficial Com. Ind. y Nav.
Diario de Mallorca
Astilleros de Mallorca
Banco Atlántico
Banco Crédito Balear
Hoteles Mallorquines
y Economía Balear

Belt Inmobiliaria

**ALQUILERES - ADMINISTRACIONES
COMPRAS - VENTAS - TRASPASOS**

Volózquez, 38-2 *·2*

PALMA DE MALLORCA

Tels.

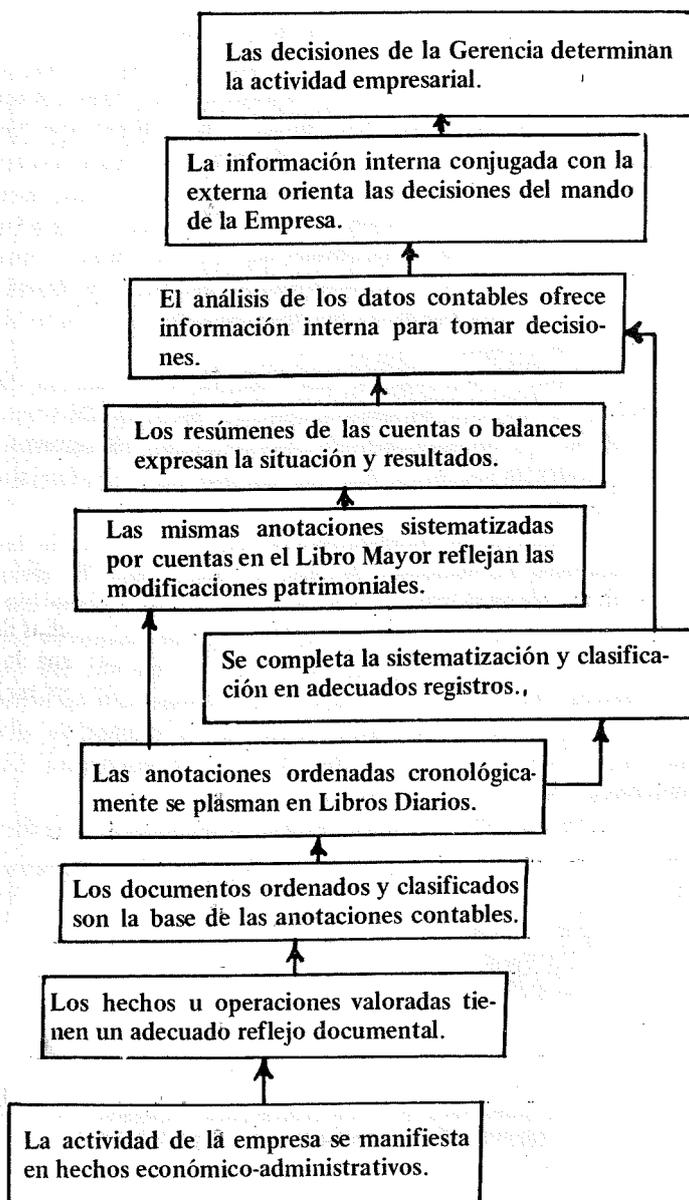
22 22 11
22 72 19
22 56 27

causas fundamentales: la primera es que cualquier persona puede realizar una función administrativa-contable, ya que no se le exige título alguno, y la segunda es que los titulados han estudiado con unos planes de enseñanza inadecuados. Esperemos que, al menos, este segundo punto se solvete con la nueva Ley de Educación, en la que tantas esperanzas se han depositado.

Dejemos la contabilidad "en letra de redondilla", y pasemos a continuación a exponer la verdadera utilidad de la misma, y su principal razón de ser en la actualidad.

Hoy en día, se la considera la unidad primaria para el control de gestión de la empresa, íntimamente ligada a otras

LA CONTABILIDAD Y LAS DECISIONES GERENCIALES (GOXENS - DUCH)



disciplinas como puedan ser la Estadística, el Marketing y el Derecho. Según Schneider "Contabilidad es el nombre genérico de todas las anotaciones y cálculos que se llevan a cabo en una

empresa con objeto de proporcionar:

a).— Una imagen numérica de lo que en realidad sucede en la vida y en la actividad de la Empresa.

b).— Una base, en cifras, para las actuaciones de la gerencia".

Y aunque la contabilidad es la historia (pasado) de la empresa, proyecta su labor hacia el futuro, radicando en este punto su verdadera utilidad.

Veamos ahora algunas ventajas derivadas de la utilización racional de la contabilidad:

- 1a.— Obtención de datos para hacer una previsión financiera.
- 2a.— Cálculo de los costes de producción, distribución, venta y administración de la empresa.
- 3a.— Cálculo del Umbral de la Productividad.
- 4a.— Cálculo del período medio de maduración.
- 5a.— Datos para la confección de todo tipo de estadísticas.
- 6a.— Datos para el control de almacenes.
- 7a.— Conocimiento de la situación de la empresa en cualquier momento.
- 8a.— Cálculo de la Productividad, Rendibilidad y Rentabilidad.
- 9a.— Resultados de un ejercicio.

Hagamos ahora un pequeño estudio que del uso de la contabilidad hace la empresa mallorquina.

Tenemos que apresurarnos a decir que esta prueba no tiene un total rigor científico, ya que el muestreo no es lo suficientemente amplio. No obstante puede ser válido para darnos una orientación.

Las tres preguntas formuladas han sido las siguientes:

1a.— Tiene la empresa dotado el capítulo de amortizaciones?

2a.— Tiene formada una previsión financiera?

3a.— Utilizan la estadística para previsiones futuras?

ALMACENES

S&C SANCHEZ & Cía.

«su almacén»

CADA SEMANA UNA OFERTA ESPECIAL PARA UD.

VELAZQUEZ, 7-15 • J. ANSELMO CLAVE, 4-12

Se busca al hombre de empresa del año

¿EXPLOTADOR O BIENHECHOR?

Entre los elementos deformadores de nuestra mentalidad destaca la confusión dominante entre amplios sectores sobre la función que desempeña para el progreso económico-social del país el "hombre de empresa". El empresario (y aún el gerente, el directivo) se identifica con el "patrono", y éste con el "capitalista" que explota el trabajo ajeno. Estos sentimientos dificultan el espíritu de colaboración que debería presidir las relaciones dentro del centro de producción.

Para analizar los hechos con ojos nuevos, prescindiremos de tales términos, sustituyéndolos por el de "hombre de empresa" que quiere decir, animador del desarrollo económico, creador de nuevos puestos de trabajo, roturador de nuevos caminos, y sobre todo, "integrador" de colaboraciones ajenas. Sin estos hombres arriesgados —aunque consigo creen también riesgos en otros—, el progreso económico-social se paralizaría y el grado de competitividad con otros pueblos se degradaría.

Como catalizadores de aportaciones ajenas, los "hombres de empresa", sobre todo en una sociedad de nivel crecientemente educativo, han de tener, a la vez que una mano de hierro, una sensibilidad humanista y social, capaz de imantar la adhesión de sus colaboradores y contagiar sus capacidades creadoras.

Tales son los auténticos "hombres de empresa" que nuestra sociedad debe exaltar, como promotores y bienhechores del bien común. El "empresario" o gerente miope y rutinario, el que persigue el beneficio por el beneficio y apenas atiende el desarrollo de su empresa y sus colaboradores, no entra en la noble jerarquía que hemos señalado y que la sociedad precisa.

Al establecer la "designación del Hombre de Empresa" del año, el Gabinete de Estudios Económico - Empresariales ANAYA desea contribuir al esclarecimiento de la función que estos hombres desempeñan en nuestra sociedad, con finalidad doble:

1.— Fomentar entre los niveles gerenciales o empresariales (de la pequeña, mediana y gran empresa) la inquietud por su función creadora, imantadora, innovadora e integradora de todo su personal, lo que implica un alto sentido de educación permanente y de sensibilidad humano-social.

2.— Proyectar ante la sociedad los valores que estos hombres representan para el desarrollo económico-social del País. Así se compensará en parte la corriente de reservas que en amplios sectores sociales circulan respecto a términos tales como "empresario", "gerente", "capital", "beneficio" y "empresa".

BASES

- 1.— Los criterios por los que valorar al "Hombre de Empresa del año" son:
 - a) Estado de alerta y apertura a las técnicas y novedades que el progreso económico - técnico - gerencial implica.
 - b) Afirmación del espíritu social o integrador del factor humano asalariado en la empresa (énfasis en el trabajo en equipo y en la participación a través de las secciones o departamentos en que cada uno trabaja).
 - c) Interés y preocupación por el

rearme profesional de los suyos, estimulándolos a la "puesta al día".

d) Grado relativo de expansión y otros índices análogos (sobre todo en puestos de trabajo).

2.— Pueden aspirar, tanto los propietarios de empresas en funciones o ejercicio, como los ejecutivos a sueldo o gerentes profesionales.

Pueden proclamarse los pertenecientes a cualquier tipo y dimensión de empresa: pequeña, mediana y grande. Más aún, se evitará que siempre el designado pertenezca a la gran empresa.

3.— La propuesta al Premio o Designación puede ser espontánea, (de iniciativa personal, con exposición de datos y posibilidad de acceso a la correspondiente comprobación), o presentada por terceros. Para facilitar la segunda fórmula el Gabinete recabará de Centros, Instituciones y Asociaciones Profesionales indicación de los más sobresalientes entre sus socios, con un esquema previo de méritos.

4.— La presentación de los aspirantes (por sí o por terceros), tendrá lugar en Noviembre y Diciembre de cada año, y en la primera convocatoria (1971) hasta fines de Abril de 1971.

5.— Dictaminará el Consejo Asesor del Gabinete de Estudios Económico - Empresariales ANAYA, a los dos meses siguientes al plazo de presentación.

6.— La proclamación y el homenaje tendrá lugar aproximadamente un mes después.

7.— Se prevé la posibilidad de ofrecer un viaje de una semana a visitar Industrias Extranjeras de Europa.

(VIENE DE LA PAGINA ANTERIOR)

Queremos hacer constar, que en todas ellas consideramos como mínimo conveniente el que estos tres apartados se lleven a efecto.

Empresa 1, Rama servicios con 6 obreros	no	no	no
Empresa 2, transformadora con 45 obreros	no	no	si
Empresa 3, distribuidora con 15 obreros	si	si	si
Empresa 4, Actividades turísticas con 150 obreros	no	si	si
Empresa 5, Actividades turísticas con 200 obreros	no	si	no

Empresa 6, distribuidora con 20 obreros	si	si	no
Empresa 7, distribuidora con 12 obreros	si	no	no
Empresa 8, distribuidora con 20 obreros	no	si	no
Empresa 9, Servicios con 15 obreros	si	si	si
Empresa 10, Servicios con 4 obreros	si	si	si

Como se ve, en el 43,3 por 100 de los casos, la respuesta ha sido negativa.

Para terminar este pequeño estudio, no podemos por menos de recomendar al empresario que use eficazmente de la Contabilidad, ya que es, no cabe duda, una perfecta aliada suya para los negocios.



El complemento adecuado a la seguridad
del productor

SEGURO COLECTIVO DE VIDA

Empresario; Unas primas reducidas y el agradecimiento de los hombres que colaboran con Vd, se lo aconsejan.

Pida información

A. S. I. M. A.

Dpto. Servicios de Empresa

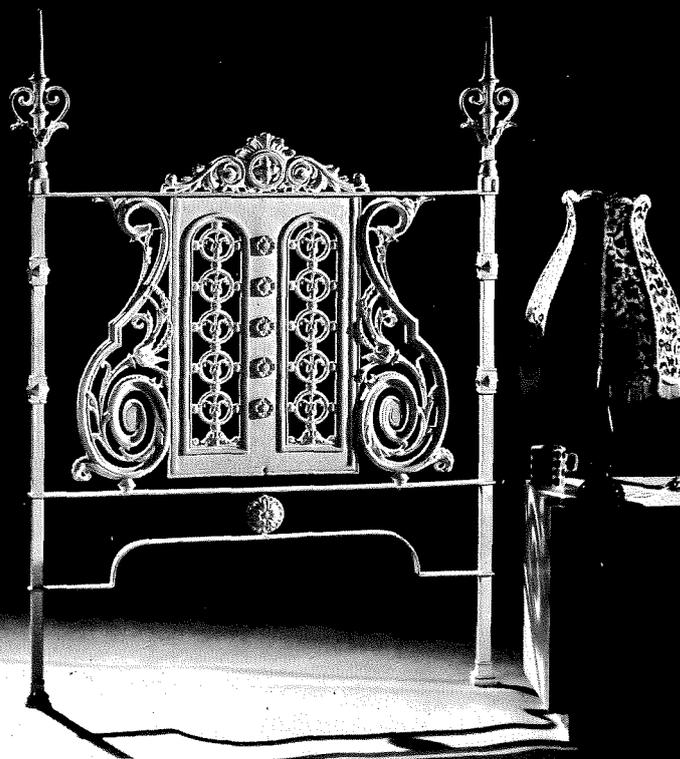
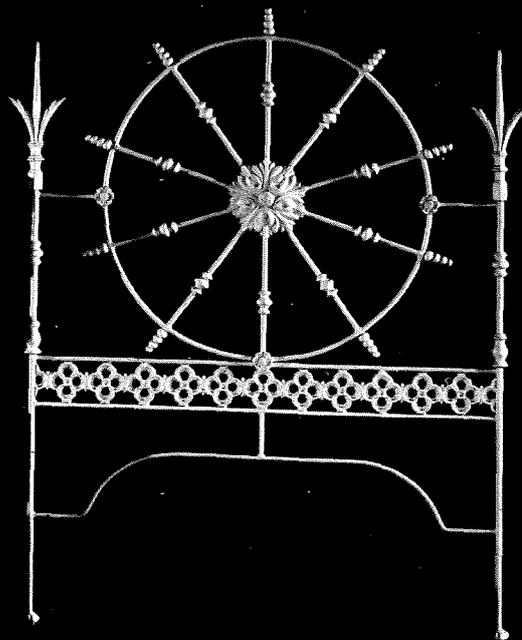
C/. Mora, 9-2.º

Telf. 21 42 38

FUMASA - Héroes de Manacor, 104 - 110

Telfs. 271208 - 271212

PALMA DE MALLORCA



Mobiliario para jardines, terrazas y dormitorios estilo "Belle Époque" en hierro colado y forjados.

El capital humano y la dirección empresarial

por Guillermo Oller Ariño

La preocupación del mundo occidental por los problemas del desarrollo y el crecimiento económicos surgida después de la Segunda Guerra Mundial se manifestó en la enorme profusión de literatura publicada al respecto, literatura cuyo denominador común era el intento de establecer los factores (económicos, sociales, históricos y políticos) determinantes del crecimiento y del desarrollo de las colectividades.

Desde el punto de vista estrictamente económico se intentó la determinación cuantitativa de las aportaciones de los diversos factores de producción —trabajo y capital— a la producción total. El resultado de estas investigaciones fue sorprendente: En algunos casos el 90 por ciento del incremento de renta observado quedaba sin explicar por los incrementos imputados al trabajo y al capital. Este «factor residual» como se llamó a la parte no explicada del producto, se pensó que debía atribuirse a cambios en la técnica y a una mejora cualitativa del trabajo y ésta fácilmente imputable a su vez, al adiestramiento, es decir, en definitiva, al resultado de la educación.

En los años que siguieron se produjo una catarsis de estudios que trataban de demostrar, desde los más diversos puntos de vista, la relación directa existente entre educación y crecimiento económico.

Pero la importancia de la educación para el progreso económico no se estaba manifestando tan sólo a nivel académico. En el mundo empresarial se estaba descubriendo que el éxito de las economías adelantadas estaba en razón directa a la capacidad de organización y gestión tanto de las empresas como de la tecnología de éstas requerían. Y se empezó a hablar de la «revolución de los managers» y del nacimiento de una «tecnoestructura» compuesta por individuos altamente cualificados, que se extendían por la administración tanto privada como pública.

La interacción de estas observaciones fue dando cuerpo a la convicción de que el factor humano, la cualificación técnica de la mano de obra, constituía el factor más importante del crecimiento económico. El capital humano alcanzaría el mismo o mayor rango que el capital físico tanto en los análisis de los economistas como en el ámbito de las políticas gubernamentales.

Las consideraciones anteriores justifican que, en nuestras circunstancias, embarcados desde hace algo más de un lustro en una política de desarrollo planificado, es decir consciente dirijamos nuestra atención preferente al factor productivo que es el capital

humano. Las cuestiones que nos asaltarán inmediatamente son las siguientes:

¿Cuál es nuestro stock de capital humano? ¿A qué ritmo crece? ¿Qué uso hacemos del mismo? o en otras palabras ¿resulta rentable?

Respecto al stock de capital humano con que contamos es de sobra conocido que puede afirmarse lo siguiente:

1.—Es muy alto el porcentaje de población activa cuya escolarización se ha detenido con la obtención del certificado de estudios primarios.

2.—La enseñanza secundaria no provee el conjunto de saberes e informaciones adecuadas al mundo actual. La formación profesional es insuficiente cualitativa y sobre todo cuantitativamente.

3.—España tiene los índices más bajos de graduados superiores de Europa. A pesar de ello es sabido que:

a) Existe una subutilización de parte de dichos graduados debido a las dificultades con que tropiezan en hallar un trabajo a su nivel de capacidad. (véase, por ejemplo, el informe Matud para el caso concreto de los Ingenieros).

b) Existe emigración de graduados notoriamente en aquellas ramas que precisan de una inversión considerable en investigación (física, química y medicina experimental).

c) Puede observarse una notable subutilización de abogados, economistas, licenciados en filosofía y letras y otros graduados superiores provenientes de la Universidad.

En resumen: Producimos relativamente pocos graduados, los que producimos nos cuestan muy caros y no son absorbidos por los diversos sectores económicos en las condiciones en las que deberían serlo.

GABRIEL VICENS
CARPINTERIA - EBANISTERIA - DECORACION
(C. E. D.)

EMPRESA DE PRESTIGIO OFRECE CALIDAD

Gremio de los Herreros - Manzana 10

Polígono Industrial La Victoria

Telefs. 25 11 22 - 25 11 88

PALMA DE MALLORCA

¿A qué se debe esta relativa incapacidad de absorción? Por diversas razones nos referiremos ahora exclusivamente a la absorción de graduados superiores que en principio deberían ser útiles para la empresa privada.

Se han aducido fundamentalmente tres tipos de argumentos para responder a dicha cuestión que podríamos resumir de la siguiente forma:

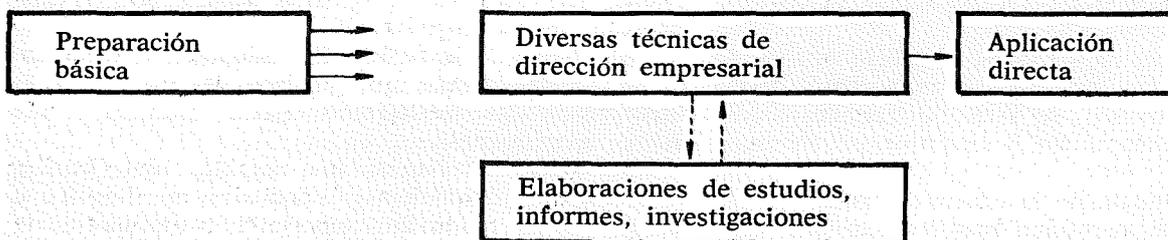
1.—Existe una inadecuación entre el tipo de formación (teórica) que se da en la Universidad y en las Escuelas Técnicas y el tipo de conocimientos requeridos por las empresas. Esto hace necesario un período de adiestramiento que muchas veces no puede llevarse a cabo óptimamente debido a un conjunto de circunstancias que afectan en unos casos al empleador (inseguridad, coste elevado etc.) y otros al empleado (prejuicios frente a un trabajo con fines excesivamente utilitarios, sobre valoración de su propia capacidad práctica debida a su formación teórica, etc.).

2.—La limitada capacidad económica de absorción de las empresas que «no pueden permitirse el lujo» de ampliar su plantilla de personal con graduados superiores sin tener una seguridad casi absoluta de la rentabilidad del mismo a corto plazo. En parte ello se debe, así se afirma, a la pequeña dimensión de las empresas y a la precaria estructura de sus costes.

3.—Por último, cabe citar un tercer factor de importancia en relación a las empresas familiares: Los empresarios pueden temer muchas veces ser sustitui-

Etapa 1.ª

Etapa 2.ª



En ambos casos el licenciado requiere que se inviertan en el durante la segunda etapa de formación una cantidad de recursos variable según los casos, en orden a alcanzar la cualificación profesional práctica requerida por la empresa.

Esta inversión adicional es necesaria para que resulte rentable la inversión que ha hecho la colectividad al llevar al sujeto hasta el final de la enseñanza superior. Es una inversión necesarias individual y colectiva y la empresa puede llevarla a cabo.

2.—Respecto al problema de la dimensión de la empresa debe afirmarse que en última instancia lo importante no es la magnitud de la misma sino su eficiencia y que no siempre hay una relación directa entre ambas variables. Si una empresa pequeña para llegar a ser eficiente requiere de los servicios de expertos economistas podrá recurrir a la asociación con otras empresas del ramo en análogas circunstancias, en orden a promover el desarrollo de este tipo de servicios.

La argumentación anterior nos permite pues afir-

dos por los graduados que empleen.

Frente a esta argumentación esgrimida una y otra vez por unos y otros cabe preguntarse si, efectivamente, poco podemos hacer para aprovechar mejor los recursos humanos (de por sí escasos, muy escasos en nuestra geografía) de que disponemos. Y a este respecto deben aducirse las siguientes consideraciones críticas a los argumentos enumerados:

1.—Del desfase entre la teoría y la práctica.

La preparación básica que requiere todo gerente, ejecutivo, asesor o técnico de una empresa se adquiere en la Universidad o en la Escuelas Técnicas. Cuanto más profunda sea esta preparación (si ha sido bien asimilada) tanto mayor será la capacidad de adaptación del sujeto a las inovaciones tecnológicas y profesionales que caracterizan a la economía actual. Un ejemplo iluminará la argumentación. En el caso completo de un Licenciado en Económicas nos encontramos con que este posee una preparación básica amplia que le permite en un plazo relativamente breve, especializarse en técnicas de dirección empresarial. Si, en el marco de la empresa hacemos la distinción entre dirigentes ejecutivos y técnicos (investigadores y administrativos) un Licenciado en Económicas podrá ser incluído en una de estas dos categorías en función de sus características personales (capacidad de decisión, dinamismo en un caso y habilidad para la elaboración de datos y plateamiento de problemas en otro). Todo ello puede ser representado en el siguiente esquema:

mar la necesidad perentoria de concebir la formación del personal cualificado en la dirección de empresas como un proceso de educación permanente que como toda educación requiere una inversión. Las formas específicas de financiación de esta inversión dependerán en cada caso de las posibilidades de las empresas individualmente consideradas o bien de las asociaciones que puedan formar con el fin de promover estos tipos de actividades. Así por ejemplo pueden canalizarse esfuerzos y recursos a este respecto a través de las Cámaras de Comercio, Clubs de Dirigentes de Márketing u organizaciones similares.

En todo caso es ineludible no sólo el reconocimiento sino la programación efectiva de gestiones encomendadas por una parte a obtener el máximo provecho del escaso capital humano de que disponemos, y por otra parte a incrementarlo tanto cualitativa como cuantitativamente. El éxito de cada empresa en particular y de nuestra economía en su conjunto depende a la larga de que seamos capaces de ello.

Este es el verdadero desafío de nuestro tiempo.

ACTIVIDADES DEL

CLUB DE DIRIGENTES DE MARKETING
CDM



El Club de Dirigentes de Marketing, en sus nuevos locales celebró durante los días del 25 al 29 ambos inclusive, de Enero, el primer cursillo de perfeccionamiento para vendedores.

Los alumnos tuvieron que trabajar duro ya que el temario era amplio y de debate. Este cursillo daba comienzo a las 16 horas para finalizar a las 20 horas.

Al final del cursillo se entregaron los diplomas, en cuyo acto estaban presentes, el Presidente del Club D. Rafael Alcover González, el Presidente del Comité de Ventas D. Román Dauden Dalmau, el Secretario General del Club D. Harry M. Cuehn y el Vicepresidente del Club y Director del Cursillo D. Javier Macías Rodríguez.

Uno de los principales trabajos que realizaron los alumnos fue el redactar un «manual del vendedor» con relación a la empresa a que pertenecía cada uno de ellos. A pesar de que todos eran dignos de mencionarse citaremos como los mejores aquellos que estaban firmados por D. Sebastián Garí Pérez y D. Francisco Iglesias Gómez.

Otro punto interesante de este cursillo es que entre los 25 profesionales que asistían al mismo decidieron formar un comité dentro del Club, a su nivel profesional. Se hará cargo del mismo el iniciador de esta idea D. Miguel Pascual Aguiló y se espera que dicho comité empiece a trabajar muy en breve. Su tema principal girará en torno a los problemas del vendedor de hoy. Cabe destacar que, a este comité, se han unido otros vendedores no asistentes al citado cursillo.

Felicitemos a todos los asistentes por su aplicación y aprovechamiento y al Club de Dirigentes de Marketing como al Director del Cursillo, a cuyo cargo corrieron las conferencias, por el eficiente desarrollo de dicho cursillo.

MOROSOS E IMPAGADOS

El pasado 10 de Febrero se celebró una sesión de mucho movimiento y temperamento que con el título de «Morosos e impagados» llamó tanto la atención que, días antes de cele-

brarse la mencionada reunión, se habían agotado las plazas disponibles.

Expusieron el tema D. Antonio Martínez Sánchez, interventor del Banco de Crédito Balear y D. Miguel Nigorra Ribas, abogado, expertos en esta materia.

REUNION DE ORDEN INTERIOR

El día 11 de Febrero se reunieron los Sres.: D. Emilio Alonso Sarmiento, D. Gabriel Barceló Adrover (en representación de D. Gabriel Barceló Oliver), D. Eduardo Blanes Nouvilas, D. Pedro Ferrer Dupuy, y D. Diego Quiroga Pison, Directivos todos ellos del Comité de Exportación.

Se definió la necesidad de crear dentro de la organización del Club grupos por ramas o sectores comerciales e industriales, enfocados hacia la exportación, que habrían de comenzar a trabajar, por reducidos que fueran, a partir de mediados de este mes. Se apoyó esta decisión con el argumento de que el empresario no puede estar satisfecho completamente con temas de interés general sino que hay que respetar la particular problemática de cada rama.

Queremos aprovechar esta ocasión para pedir a todos los Exportadores o futuros Exportadores de Baleares, deseosos de colaborar en este sentido, se dirijan por favor al Secretario General del Club, teléfono 27 88 81, o a los mismos miembros del Comité de Exportación.

MAS CONFERENCIAS

El día 18 de Febrero D. Miguel Alefiar, economista del Banco Atlántico desarrolló una interesante conferencia bajo el tema de «Objetivos y rentabilidad de la financiación externa».

Y el 25 del mismo mes tuvo lugar una reunión cuyo tema «Transportes, sus sistemas y costos» fue desarrollado en diferentes parlamentos por expertos de Aerpons, Navimsa, Transportes Alemany, Transcoma y Contenamar.

UN SEMINARIO

El Club juntamente con el Departamento de Servicios de ASIMA ha organizado el primer seminario de estudios Teóricos prácticos de Importación-Exportación preparados y dirigidos por D. Francisco Gonzalvo Catalán ex dirigente de MATESA, con la Srta. Beate Brueggemann como ayudante coordinador.

Las primeras sesiones tuvieron lugar los pasados 10 y 17 de Marzo, con numerosa asistencia.

OTRO CURSILLO

El Club de Dirigentes de Marketing está trabajando afanosamente en la preparación de un cursillo que llamará poderosamente la atención y cuyo éxito está asegurado de antemano. Se trata de un cursillo para adiestrar con una exposición de nuevas ideas a los vendedores que tras mostrador atienden al público.

No se ha fijado aún la fecha en que tendrán lugar, pero a juzgar por los preparativos será en breve.

Aquellos que deseen interesarse por el mismo pueden dirigirse al C. D. M. calle Obispo Massanet, número 3 o llamar al teléfono número 27 88 81 que serán amablemente atendidos.

emple.M
(en sueldo)
tel. 22 29 54
palma de
mayorca
BALEARES



TRAMA
PRINTING
IMPRESION 'OFFSET'
CREACION GRAFICA

FOTOCOLOR
CATALOGOS
FOLLETOS
POSTALES
BOLSAS
CAJAS

EL INDIVIDUO Y LA EMPRESA EN 1980

Por M. NILS FOSS

Prevenir las líneas maestras sobre las que se conducirá en el futuro el comportamiento y las relaciones entre obreros y empresarios, a pesar del riesgo que entraña, un ejercicio sugerente y aleccionador. M. Nils Foss, director general de la F. L. Smith & Co. Ltd., radicada en Copenhague, ha expuesto en «L'Observateur», de la O. C. D. E. —de donde nosotros lo recogemos— el funcionamiento de las empresas en 1980 tal como él lo concibe, basándose en unos criterios nacidos de la contrastación práctica diaria.

Antes de tratar de inventar el futuro y de ver o imaginar cómo funcionará la industria dentro de una decena de años, es necesario, ante todo, comprender bien lo que piensan y sienten los trabajadores de hoy. Cada día más vienen formulando exigencias bastante explícitas en sí mismas; pero, no obstante, las aspiraciones que expresan enmascaran otras que, sin ser claramente manifestadas, no son menos importantes. Por ejemplo, el deseo de ejercer influencia sobre lo que pasa en el interior de las empresas, o el abolir las distinciones entre los diferentes grupos de trabajadores, tales como asalariados «mensuales» y empleados por hora.

Sin embargo, gran parte de aquellos que trabajen en la industria de 1980 se encuentran en el momento actual sentados en los bancos de la escuela. Los nuevos métodos pedagógicos que fuerzan el trabajo en equipo y la cooperación bajo sus más diversas formas, inculcan a los jóvenes que van a entrar en la vida activa, unas actitudes diferentes de las que prevalecen hoy. A sus ojos, una remuneración material equitativa no constituirá, desde luego, el aspecto más importante de su trabajo. Se sentirán más comprometidos a título personal, más afectados directamente por los problemas humanos; querrán discutir y analizar su propia situación individual y la del grupo de trabajo a que pertenecen.

EL CUADRO INDUSTRIAL

Desde hace algunos años, la naturaleza del trabajo ha cambiado: los trabajadores de azul que predominaban hasta ahora han dejado paso a los «blusas blancas», y todo hace pensar que en el futuro, lejos de reducirse

al ritmo de esta evolución, continuará a un ritmo más avanzado. A medida que el trabajo manual vaya perdiendo su importancia, se tenderá a remunerar al trabajador al mes y no semanalmente, como en la actualidad sucede, a conceder preavisos más largos en caso de despido y a suprimir el trabajo a destajo. En nuestros días existe una distinción tan absurda como arbitraria entre obreros y empleados, distinción que perjudica tanto a la cooperación en el trabajo como a la moral de los individuos. Es necesario eliminar estas diferencias y con ellas en complejo de inferioridad que se deriva a menudo. Esto a su vez se traducirá en importantes cambios en la empresa. Estamos abocados a pensar y actuar como colaboradores, en el sentido literal del término, como personas que unen sus esfuerzos para alcanzar unos objetivos comunes.

En los diez años próximos las máquinas convenientemente utilizadas, muy lejos de ejercer una influencia deshumanizadora, permitirán resolver los problemas de monotonía del trabajo. A la seguridad en el empleo y en los salarios vendrán a unirse ventajas sociales más importantes y las condiciones de trabajo se irán haciendo más humanas.

Sin embargo, a partir de 1980 este panorama no será suficiente. En la empresa de mañana, los dos elementos más importantes de la motivación del trabajo serán los siguientes: cooperación en la definición de objetivos, y satisfacción de la necesidad del individuo al ejercer una influencia sobre el contenido de su tarea y de comprender el sentido de lo que hace.

¿COMO RESPONDER A LAS NECESIDADES FUTURAS?

A primera vista, podría creerse que aumentando las

rentas reales y ofreciendo una mejor seguridad de empleo disminuirá las motivaciones de los trabajadores y la satisfacción que les procura su trabajo. Este no es el caso: la aspiración al progreso inherente a la naturaleza humana hará aparecer nuevas necesidades una vez que las anteriores hayan sido satisfechas. Al objeto de suscitar nuevas motivaciones, la empresa debe dirigir sus esfuerzos hacia la satisfacción de estas nuevas necesidades:

- Participar en la gestión.
- Mejor identificación con el grupo de trabajo, la empresa y el ambiente del trabajo.
- Posesión de un empleo que solicite y estimule las facultades creadoras del individuo.

Ya se ha manifestado la necesidad de participación en la gestión. Queda por saber ahora cuál de las otras dos aspiraciones será la primera en recibir soluciones constructivas.

PARTICIPACION EN LA GESTION

Se ha dicho que una de las principales dificultades de la industria de los años 70 era el paso de la participación creciente de los trabajadores a la gestión. Nosotros vemos aquí una dificultad: en efecto, los sistemas de cooperación entre patronos y trabajadores existentes en la actualidad —comités de empresa, delegados sindicales, asociaciones de trabajadores— ofrecen solamente posibilidades limitadas de satisfacer la necesidad de participación del individuo o de incitarle a trabajar como generador de crecimiento económico y de productividad. Hay que realizar por tanto un serio esfuerzo para dar a cada uno mejores oportunidades de actuar sobre la forma en que sea realizado el trabajo. Esto implica un cambio en la naturaleza de la empresa tal como la conocemos. El gráfico 1 ilustra la estructura de organización más extendida en la actualidad; se inspira en gran parte en la jerarquía militar. Es una pirámide de gran base que soporta en su vértice superior una sola persona; cada puesto de trabajo se describe minuciosamente.

Se podría hacer participar a los individuos en mayor grado si se creara grupos dotados de un alto grado de autonomía y de un cierto poder de control. Estos grupos deberían ser suficientemente grandes para el trabajo presente una relativa flexibilidad y una cierta diversidad y que los trabajadores pueden pasar de un tipo de trabajo a otro. En las empresas donde los departamentos que se consagran esencialmente a la construcción, a la investigación u otras actividades especializadas, la menos indicada sería una forma estratificada de organización del personal y podría adoptarse la estructura propuesta en el gráfico número 2.

Las sociedades o departamentos cuya principal tarea es la producción en masa conservarán probablemente el tipo de organización representada por el gráfico 3, más próximo a la estructura actual y que es análogo al del gráfico 1.

MAYOR IDENTIFICACION CON EL GRUPO DE TRABAJO

Durante muchos años, los sistemas de enseñanza de

los países de Europa han tenido por principal objetivo crear individuos independientes y responsables, pero, en la actualidad, las escuelas conceden mayor atención a la aptitud de los individuos para trabajar en el seno de un grupo. A medida que los jóvenes que han seguido este nuevo tipo de enseñanza entreg en la vida activa, será posible a las empresas instaurar formas eficaces de trabajo en grupo y resolver todos los problemas que puedan surgir recurriendo al trabajo en equipo.

El comercio y la industria deberían estimular esta tendencia y esforzarse en crear grupos en los que los individuos se encuentren fuertemente identificados. El interés y la atención que gran parte de los trabajadores dedican hoy a los progresos realizados por su empresa y la animación con que discuten los problemas de esta última fuera de su estructura formal, presagian favorablemente el desarrollo futuro de este tipo de identificación. Las conferencias organizadas por la empresa, los cursos de formación y las reuniones privadas ayudaran a reforzar esta solidaridad.

DESARROLLO DE LAS FACULTADES CREADORAS

En la actualidad es reconocido comúnmente que las facultades creadoras del hombre no son una característica innegable e inmutable, sino que, muy al contrario, son susceptibles de ser desarrolladas; de ahí la exigencia del individuo por una oportunidad de ejercer su poder creador; exigencia que se irá situando cada vez más en el corazón de las relaciones patrono-empleado. El interés mismo de la empresa es, por tanto, asumir aquí un papel activo.

Hasta el momento no se ha hecho gran cosa para:

- Organizar las tareas de forma que estimulen las facultades creadoras de los trabajadores.

En otros términos, las empresas deberán a partir de ahora crear formas de organización que ofrezcan a los trabajadores la posibilidad de desarrollar sus facultades creadoras y utilizarlas.

Dentro de una formas de organización así concebidas, la estructura se fundará en la distribución de las tareas en un momento dado. Es necesario que la composición de los grupos de trabajo y la dirección puedan cambiar según las circunstancias. Es decir, que debemos prever una estructura constantemente en movimiento que pueda ser remodelada por los grupos semiatónomos y adaptables que la componen. Se podría comparar el gráfico 4, que ilustra este tipo de organización «por proyecto», a una fotografía instantánea de la empresa en un momento dado.

No es probable que este tipo de estructura pueda ser integralmente realizado en un cierto número de sociedades europeas en el curso del presente decenio. Sin embargo, si miramos más lejos en el futuro, podemos imaginar que se extenderá de tal forma que la concepción tradicional de la empresa se encontrará completamente transformada.

LA EMPRESA IDEAL

Se puede concebir que en un futuro lejano los habi-

tantes de las ciudades no tendrán que reunirse en un centro de trabajo, sino que permanecerán en sus casas, donde recibirán por teléfono las informaciones emanantes de un ordenador informándoles de los nuevos proyectos y problemas que le sean planteados; de esta forma cada uno elegirá el proyecto y el contrato de trabajo que le interese. La empresa habría entonces alcanzado la flexibilidad perfecta, tanto para la composición de su personal como en el plano de la estructura, pero esto es todavía una eventualidad lejana. Estas son las estructuras, según las representan los gráficos 2 y 3, que serán comúnmente adoptadas en el curso de los diez próximos años.

PAPEL DEL DIRECTOR

Estos cambios tendrán evidentemente repercusiones importantes sobre la posición del director, así como sobre las tareas y responsabilidades que debe asumir.

En los tipos de organización tradicionales, corresponde al director planificar, coordinar, supervisar todas las actividades y controlarlas, pero en las empresas cuyas unidades de base sean grupos de trabajo, el director tendrá como tarea principal establecer las comunicaciones. Será el coordinador de las actividades de los diversos grupos. A ello se añade la tarea de crear el clima y las condiciones de trabajo necesarias para el grupo. En el interior de este último, sus funciones evolucionarán progresivamente, pasando de las de un supervisor en el sentido tradicional del término a las de un consejero y un consultivo.

A medida que la organización de la empresa se acerque a esta forma, este papel consultivo se transformará a su vez, cediendo las funciones de consejero técnico progresivamente el paso a las de consejero sobre los problemas que se desprenden de la organización y del desarrollo de un medio creador. Cuando hayamos alcanzado la organización por proyecto, en su forma perfecta, las funciones del director, tal como las conocemos ahora, desaparecerán totalmente.

El papel de los directores cambiará completamente según la naturaleza de sus tareas y el grupo será esencialmente guiado por un objetivo determinado. Este es un principio que conocen ya muy bien las sociedades que han adoptado el sistema de «dirección por impulsión o por objetivos». De 1970 a 1980 la formación continua será una necesidad para una gran parte del personal de la empresa, incluidos los cuadros de dirección, y será necesario transformar la concepción que nos hacemos tradicionalmente del director. Los cuadros superiores sentirán cada vez más la necesidad de tener en cuenta factores humanos al objeto de llegar a crear un medio ambiente en el que cada uno pueda desenvolverse libremente.

Las tendencias que acabamos de evocar se manifestarán no solamente en el interior de las empresas, sino también en la colectividad en general y ganarán en importancia en el curso de los próximos años. Al mismo tiempo, esta nueva orientación tendrá por resultado que los trabajadores se identificarán más estrechamente con la empresa que con el Sindicato; paralelamente, la empresa se interesará más en la cooperación

interna que en la colaboración con las otras empresas que participen en las negociaciones colectivas.

En muchos países, las asociaciones entre Sindicatos y patronos existen en nuestros días exclusivamente porque no es posible instaurar en el interior de la empresa una cooperación que responda a las necesidades de los patronos y de los obreros. Desde el momento en que esta cooperación pueda ser establecida y haya sido instaurada en todas las actividades y todos los objetivos fijados, las dos grandes organizaciones cambiarán de carácter para orientarse principalmente hacia prestaciones de servicios y se dedicarán a la formación y a actividades consultivas.

Sin duda, esta cooperación no dejará de plantear ciertos problemas, pero, sin duda, más pertinentes y más interesados que los que se nos presentan hoy. Con un poco de suerte, las negociaciones relativas a los salarios y a las condiciones de trabajo, fundadas en motivos no confesados desaparecerán para dejar paso a negociaciones referidas a los objetivos de la empresa y a las nuevas aspiraciones de los individuos, que serán seguramente mucho más fructíferas para todos. Corresponde a la dirección de la empresa contribuir a orientar las fuerzas de la sociedad por el buen camino. Debemos poner de manifiesto a aquellos que aceptan pasivamente la situación tal como existe y convencer a los cambios, de forma que se pueda crear un modo de vida más positivo para el Individuo.

GRAFICO 1: Estructura típicamente paralela de una organización actual; esencialmente se basa sobre el individuo y la descripción de sus tareas.

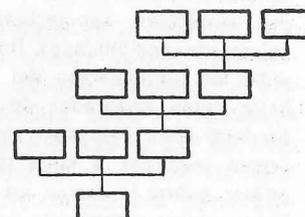


GRAFICO 2: Organización dividida en grupos funcionales, sin estructura en pirámides.

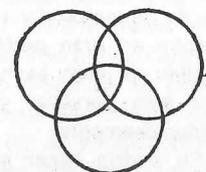


GRAFICO 3: Estructura en pirámide de una organización compuesta por grupos funcionales. La unión entre los diversos grupos no está siempre necesariamente asegurada por la misma persona.

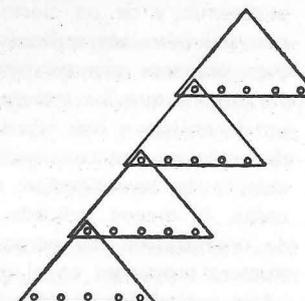
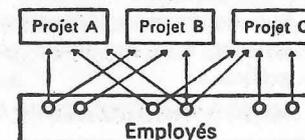
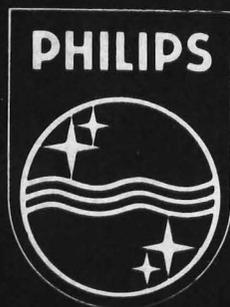


GRAFICO 4: Estructura de organización por proyecto en la que cada trabajador es libre de elegir el o los proyectos en los que desea participar.





PHILIPS

ELECTROACUSTICA PROFESIONAL E INDUSTRIAL



**AUDIO
SERVICIO**