



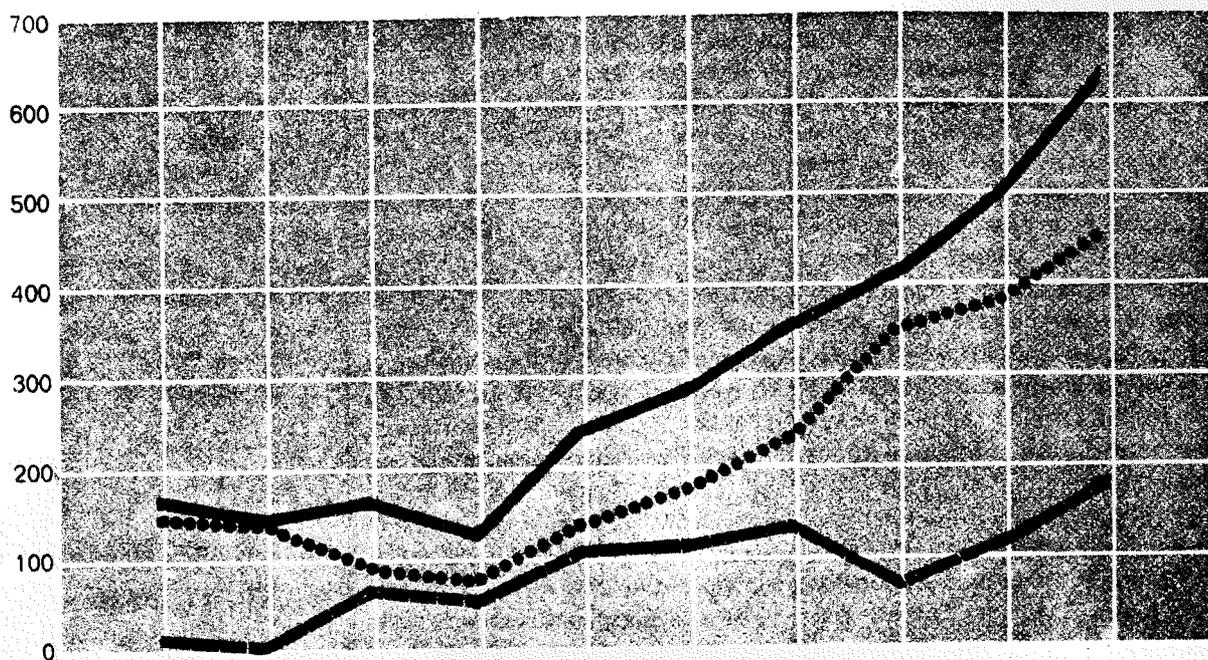
# economía balear

NUM. 51

DICIEMBRE 1973

35 PESETAS

# CURVA DE RENDIMIENTO PERSONAL



SI. CYR

# !SUBA ESA CURVA!

Vd. empresario de hoy que sabe valorar las cualidades del productor - puntualidad, constancia, interés, antigüedad y fidelidad - ofrezca a sus productores un

SEGURO COLECTIVO DE VIDA

Recuerde que será el productor contento quien le

SUBA LA CURVA



Servicios de Empresa

**INFORMESE**  
Tel. 29 06 00



**¿ NECESITA VD. INSTALAR  
O TRASLADAR SU INDUSTRIA,  
GARAJE O ALMACEN  
A UNA ZONA INDUSTRIAL,  
SIN NINGUN TIPO DE  
PROBLEMAS ?**



**SERMAN S.A.**

**1ª Empresa Balear de Naves Industriales**  
"llaves en mano"

### **PROYECTAMOS**

TECNICAMENTE  
previniendo los mínimos detalles  
para que "llaves en mano" pueda  
automáticamente ponerse a trabajar.

### **CONSTRUIMOS**

SOLIDAMENTE  
con el máximo rigor de materiales,  
pudiendo Vd. dormir tranquilo pues  
está tratando con señores en la  
construcción.

### **FINANCIAMOS**

INDUSTRIALMENTE  
la inversión (construcción, instala-  
ciones y maquinaria), previendo el  
pago en las fechas que Vd. precise  
y dentro de un planteamiento lógico  
de retorno de la inversión y coste  
del dinero.

**DESDE HACE 317 NAVES  
INDUSTRIALES NO HACEMOS  
MAS QUE NAVES INDUSTRIALES**

**SERMAN S.A.**

CENTRAL: FRAY LUIS DE LEON, 10 TELS. 23 82 18 y 23 66 26  
PALMA DE MALLORCA  
DELEGACION MENORCA: PRIETO Y CAULES, 6 TEL. 35 12 15  
MAHON (MENORCA)

**PROYECTA, CONSTRUYE Y FINANCIA  
EFICAZMENTE NAVES INDUSTRIALES  
"LLAVES EN MANO."**

# economía balear

Primera publicación balear de Economía, Marketing, Turismo y Hostelería.

Fundada en 1969



**NUMERO 51**  
**DICIEMBRE 1973**



**PROPIEDAD:** A.S.I.M.A. (Presidente don Jerónimo Albertí Picornell)

**REDACTOR JEFE:** D. JOSE RIBAS PALOU

**DIRECCION, REDACCION, ADMINISTRACION Y PUBLICIDAD:** Gran Vía ASIMA n.º 2, Edificio Ramón Esteban Fabra, Piso 14.  
Polígono Industrial LA VICTORIA  
Teléfono: 29 06 12  
Palma de Mallorca.

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

**TIRADA:** 7.000 EJEMPLARES

**PERIODICIDAD:** MENSUAL

**SUSCRIPCION ANUAL:** 240 Ptas.

**IMPRESO EN OFFSET:**

IMPRESA POLITECNICA  
Troncoso, 9. Tel. 21 26 60  
PALMA DE MALLORCA

**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

# sumario

REPORTAJE fotográfico de la visita de SS. AA. RR. con motivo de su visita oficial a Baleares	5
EDITORIAL: Bienvenido, Señor	7
ENTREVISTAS DE Xim Rada a:	
El Alcalde de Palma	9
El Alcalde de Mahón	11
El Alcalde de Ibiza	13
La personalidad del hombre balear y sus condicionantes sociales por don José Roig Ferrer	15
Insularidad y desarrollo en Baleares, por el equipo de ICESA	18
Ofensiva Noruega en el sector naval	19
Conclusiones del Consejo Mediterráneo de Economías Regionales	20
Iglesia y concordato, por don Roberto Coll-Vinent	21
¿Qué es la protección efectiva?	22
Leontief polifacético en el campo de la economía, por don T.M.S.	23
Un premio sin demasiadas sorpresas por don Eduard Berenguer	24
ECONOMIA FILATELICA, por don Alejandro Martínez-Fornaguera	·
Influencia económica filatélica de la boda de la princesa Ana de Inglaterra	28
Movimiento alcista en el mercado internacional. - Fútbol y filatelia	29
Nuestra Agricultura y su Coyuntura Económica. - La crisis de los cereales	30
122 sociedades con más de 100 millones de pesetas en beneficios. - Interesante boletín	31
Empresas francesas: Un horario dinámico	32
KABALLAH TURISTICA, por el Seminario de Estadística de la Escuela de Turismo del Mediterráneo: El maná se llama Smith	35
Jau lon iu stei, darling?	36
Nonino	37
El Turismo, conferencia de don Gabriel Barceló Oliver	39
Resolución del 23 Congreso de la Asociación Internacional de Expertos científicos de turismo	42
NAVIDAD, por doña María Isabel Cabrer	43
La Nochebuena en Mallorca, por don Antonio Colom	44
La figuritas de belén hechas a mano, por Dña. María Isabel Cabrer	45
Inauguración de la Estación de Servicios en el Polígono "La Paz"	46
IBEDE: Inauguración del curso IBEDE III	47
Páginas de motor	48
Los 12 principios de la carta europea del agua.	50

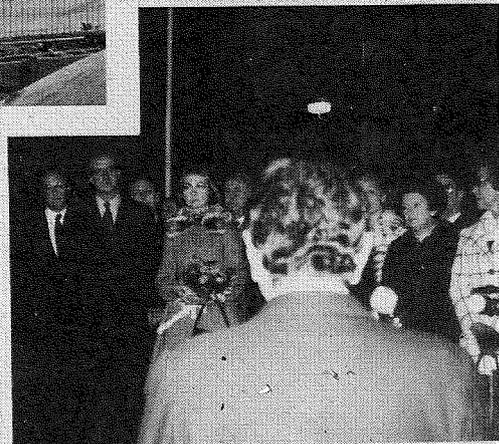
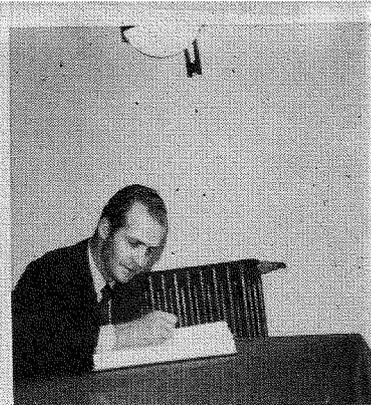
En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 24 de la Ley 14/1966 de 18 de Marzo, de Prensa e Imprenta, informamos a nuestros lectores que la presente publicación ECONOMIA BALEAR, adscrita en las ediciones y publicaciones especializadas de la Prensa del Movimiento, pertenece, íntegramente, a la Asociación Sindical de Industriales de Mallorca (A.S.I.M.A.) y que su situación financiera se desenvuelve con toda normalidad, contando con los medios precisos para llevar adelante sus planes de expansión y desarrollo que tiene previstos ya que, la posible cifra diferencial, repercute en la mejora de la revista.

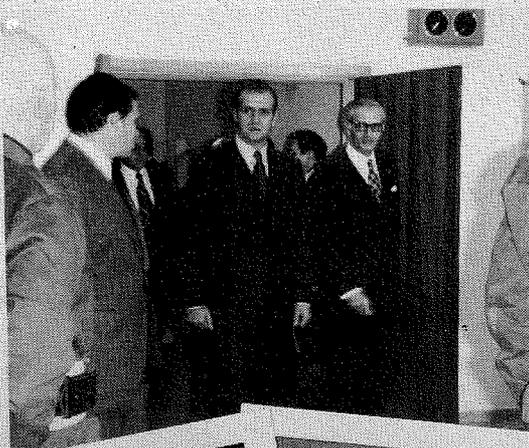
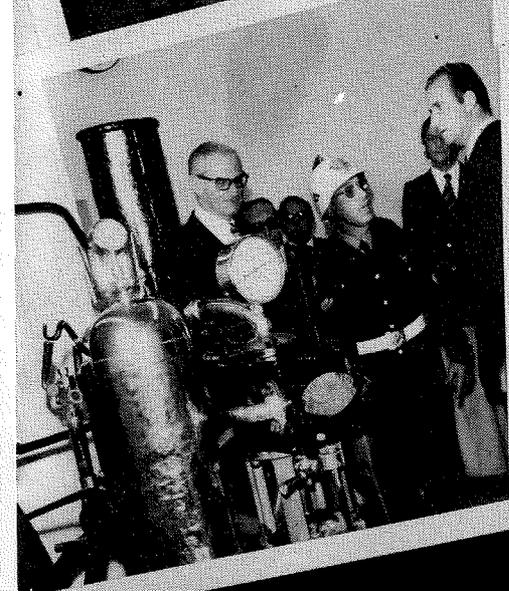
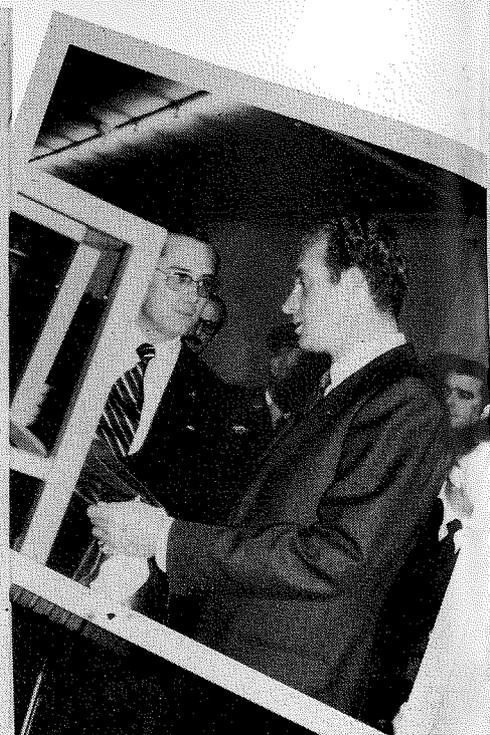
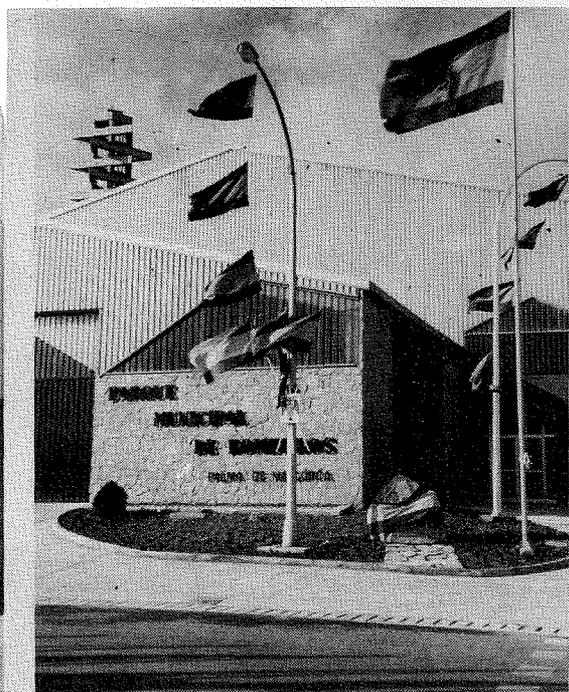
# BON NADAL

A TODOS NUESTROS  
LECTORES, SUSCRITORES Y  
ANUNCIANTES, LES  
DESEAMOS UNAS MUY  
FELICES FIESTAS DE  
NAVIDAD.

SS.AA.RR. en su primera visita oficial a Baleares, el día 28 de Noviembre, entre otros actos, inauguraron el Complejo Polideportivo y el Parque de Bomberos, ubicados en el Polígono Industrial "La Victoria", de cuyos actos ofrecemos, a continuación, un reportaje fotográfico.









# Bienvenido Señor

*Ante todo deseamos expresar en nuestra propia lengua materna un hondo sentimiento de adhesión y gratitud ante vuestra presencia oficial en estas islas: "Sigueu Benvingut, Senyor".*

*Vuestra presencia entre nosotros no es nueva. En otras ocasiones nos habeis honrado compartiendo, juntamente con vuestra familia, un merecido descanso. Pero ahora es algo muy distinto ya que estáis aquí como Príncipe de España y como futura Cabeza del Estado.*

*Representáis, Señor, el futuro histórico de nuestro país y en vuestra figura se proyectan nuestras esperanzas, no sólo de continuidad en el camino de desarrollo emprendido, sino también de perfeccionamiento integral de nuestro pueblo.*

*Estáis en una tierra que no es pobre y que en unas pocas decenas de años ha experimentado un crecimiento considerable. Pero, desgraciadamente —como han puesto de relieve muchos economistas modernos— el término **crecimiento** y el término **desarrollo** no son forzosamente sinónimos. El primero tiene connotaciones físicas, mientras que el segundo las tiene morales. Uno es el continente y otro el contenido.*

*Hemos crecido —y mucho—, pero quizás nuestro desarrollo no ha evolucionado con la misma aceleración histórica que exigía este crecimiento. Es precisamente ahora, contando con una cierta perspectiva, cuando empezamos a ser conscientes de este desequilibrio.*

*Mirando hacia el futuro comprendemos que sólo un desarrollo integral de nuestro pueblo puede permitirnos aunar, a los valores que nos legaron nuestros antepasados, esa capacidad de adaptación a la realidad cambiante de cada época que es el reto al cual nos enfrentamos.*

*La cultura puede ser la piedra de toque, el generador que nos ayude a equiparar este desequilibrio entre crecimiento y desarrollo. Si algo podemos pedir, Señor, es que escuchéis con atención este sentimiento de todo un pueblo que pide más educación, más cultura y más medios para su autorealización. Es ese mismo pueblo, Señor, que os ha aclamado y con ello ha mostrado su adhesión a vuestra figura y lo que ella representa.*

Editorial

# MAX EDUARD

## ¡Cómo has crecido!

### La Agencia

MAX EDUARD es una sociedad de publicitarios consultores con un departamento especial dedicado a Marketing aparte de los departamentos comunes de estrategia, redacción, creatividad, medios y producción.

Este departamento de marketing distingue a MAX EDUARD del resto de las demás agencias publicitarias. MAX EDUARD hace anuncios; pero es lo último que hace. Y no lo primero.

El anunciar es, pues, algo que recomendamos como consecuencia de todo un proceso de investigación.

### El Cliente

El anunciante hoy ya no va a una agencia publicitaria a que "le pongan" un anuncio.

Ya no se puede vender hoy con una frase feliz o un dibujo curioso. El mercado es más sofisticado y el anunciante quiere tener el máximo de seguridad al destinar sus pesetas para ser gastadas en publicidad. Por otra parte, el consumidor busca razones claras, servicios, calidad, modelos.

Ni queremos hacer perder el tiempo al consumidor, ni lo tenemos tampoco para perderlo.

### Nuestro Quehacer

Creemos en el contacto personal con el cliente.

En visitas repetidas a su



fábrica para conocer en detalle los métodos de producción (el publicitario de MAX EDUARD tiene que poder saber hablar de "16 grados cava", "polimerización", "tubería de 25/35", cristal de Bohemia, angulas en la albufera, un reserva 1959 de Binisalem etc., etc.).

Y en sus ventas, MAX EDUARD estudia todos los aspectos del producto y su lugar en el mercado regional o nacional.

Entonces - y sólo entonces - los departamentos técnicos se ponen en marcha para llevar a una imagen gráfica lo aprendido por marketing y contactos repetidos.

### La Clave del Éxito

Esta diferencia profunda entre el anuncio simple y el fundamentado puede ser la clave del enorme éxito de nuestra joven empresa.

Fundada hace poco más de un año, su crecimiento continúa constantemente.

Talentos locales, de la península y aún extranjeros, aportan solidez a nuestra empresa.

Esa experiencia reunida en tantos años de trabajar en mercados difíciles (Buenos Aires, Copenhague, Houston, Nueva York, Sao Paulo, Londres, Barcelona) y Palma, a la fuerza tiene que representar una garantía de éxito para el anunciante local. Los resultados están a la vista.

Este entusiasmo con que trabajamos, ese apoyo con que nuestros clientes nos honran, hace que hoy, pasado un año de la fundación podamos ver el futuro con optimismo. Nuestros planes de desarrollo también se cumplen. ¡Y en qué medida!

Pero hagamos por un momento una pausa, y al agradecer al lector el tiempo que se ha tomado con nosotros, digamos simplemente: "¡Feliz Cumpleaños, MAX EDUARD! ¡Cómo has crecido! --"



**MAX EDUARD**

SOCIEDAD ANONIMA DE PUBLICITARIOS CONSULTORES

calle ramón berenguer-44 · teléfono 25 08 12 · palma

# El alcalde de Palma

Don Rafael de la Rosa Vázquez,  
contesta unas preguntas a Xim Rada

«El elevado costo  
del terreno  
frena la creación  
del suelo industrial»

«El Ayuntamiento  
no compite con  
la iniciativa privada,  
completa la acción  
de ordenamiento»

«Deberían existir  
representaciones  
insulares más definidas»

Don Rafael de La Rosa tiene fama de alcalde técnico. Tal vez sea así, pero lo cierto es que su preocupación está en resolver los problemas ciudadanos con visión de futuro. Para el alcalde de Palma, nuestra ciudad no se concibe sin el resto de la isla, sin la creciente presión de lo urbano sobre el campo y la necesidad de un adecuado planeamiento territorial. La ciudad es el futuro tanto en lo relativo a lugar de residencia, como lugar en el que se trabaja y sobre el que se debe disfrutar el ocio. Desde el presente, y teniendo en cuenta el pasado, podemos conformar nuestro porvenir. Hemos de hacerlo así. Hemos de atender las razones que aduce al respecto don Rafael de La Rosa en esta entrevista.

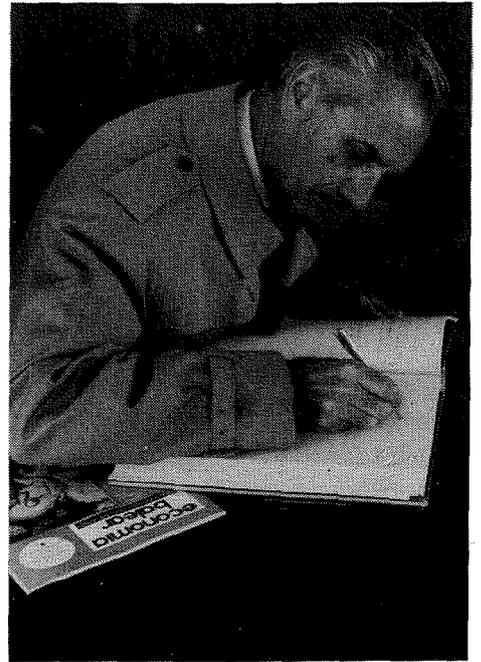
—En relación con las necesidades e intereses de la industria mallorquina —palmesana, en particular— ¿cuál ha sido la última realización del Ayuntamiento que usted preside?

—El último acuerdo municipal para iniciar la construcción de un polígono industrial. También lo ha sido la exención de impuestos municipales a las industrias ubicadas en el Polígono Industrial y la obligatoriedad de construir en él, para evitar la especulación. Pero teniendo presente la diversidad de industrias que abarca este sector de la economía, las realizaciones municipales en favor de las necesidades e intereses de la industria palmesana, están recogidas indirectamente en la propia actividad municipal. Así la captación y distribución de aguas, depuración de aguas residuales, está destinado en un elevado porcentaje a la industria hotelera y turística; las obras de urbanización, pavimentación, etc., es base de trabajos de la industria de la construcción y obras públicas, sector éste que representa el 23 por 100 de la producción industrial y así sucede también en otros sectores de la industria.

—¿Cree que el Ayuntamiento puede competir con la Administración del Estado y los grandes grupos económicos a la hora de crear polígonos industriales?

—No se trata de competir, sino de completar la acción de ordenamiento, en beneficio exclusivo de las industrias.

—¿Cuáles son las principales dificultades con que se topa un Ayuntamiento a la hora de crear suelo industrial?



—El elevado costo de los terrenos, que anima a los propietarios para especular con ellos, creando graves perjuicios, para las industrias.

—¿Es la creación de suelo industrial una forma de urbanismo activo?

—Sin ningún género de dudas. La Ciudad se va extendiendo y las zonas periféricas con antiguas instalaciones industriales acaban por formar parte del casco urbano, con todos sus inconvenientes de industrias molestas, nocivas, etc. Es necesario pues dar facilidades a estos industriales para que trasladen su industria a zonas reservadas a estos fines y puedan convertir sus solares en edificables. Esto es una forma del urbanismo activo.

—¿De qué manera puede repercutir el urbanismo activo de una ciudad como Palma en la futura ordenación urbanística de la isla, en la distribución de sus zonas industriales, de servicios y de parques naturales —grandes zonas verdes— para disfrute comunal?

—Puede influir bajo dos aspectos, primero adelantándose a la iniciativa privada se consigue una ordenación menos especulativa y segundo sirviendo de ejemplo para otros municipios de la isla y quizás originando un traslado de aquellas industrias que encuentren ventajas situándose en la capital. Por lo que respecta a parques y zonas verdes, contagiando su creación a otros municipios.



—¿Piensa que es conveniente la concentración de zonas industriales en torno a Palma? ¿Sería más adecuado, tal vez, distribuirlas por parajes diversos de la isla?

—No es lo más conveniente, pero es lo más racional. La distribución de industrias por la isla, es un problema de explotación industrial característico de cada industria más que de ordenación urbana, por lo tanto, para determinadas industrias cabría esta normativa, para otras podría serle funesta.

—A la vista de la cuestión anterior, ¿cree que Palma está ya conformando urbanísticamente el resto de Mallorca? Si es así, ¿se cuenta con los suficientes instrumentos legales y urbanísticos como para que la conformación iniciada evolucione correctamente?

—El Plan Provincial de Ordenación Urbana es un factor más importante en esa cuestión que la ordenación urbanística del municipio de Palma, para que esta influya en el resto de Mallorca. Por lo que respecta a Palma esta ordenación cuenta desde luego, con los instrumentos legales necesarios para su ejecución, que ya los ha puesto en funciones en los dos últimos Plenos.

—¿Opina que la creación de suelo industrial puede estimular al empresario a hacer uso de él y contrapesar el monocultivo turístico?

—Si, pero más que estimular al empresario, le hace patente que el Ayuntamiento en la economía municipal, cuenta con la industria, la tiene presente y está dispuesto a ayudarla.

—En otro terreno, ¿cuáles son ahora las principales dificultades o problemas relacionados con la Hacienda y el presupuesto municipal de Palma?

—El principal problema de la Hacia-

da municipal es incrementar los ingresos con la menor repercusión posible en las cargas fiscales, aumentar el número de contribuyentes y situar la financiación de determinados servicios al nivel de su coste real. Limitar el importe de las nóminas reajustando la plantilla de personal para conseguir un eficaz servicio con el mínimo coste. Con estas medidas, que ya están en acción, y la ayuda de los presupuestos extraordinarios, Palma puede cambiar su aspecto en pocos años.

—¿Considera que el ciudadano de Palma está al tanto de las cuestiones municipales y del punto de vista del Ayuntamiento? ¿Cómo estimularía el interés hacia esta problemática desde el mismo Ayuntamiento?

—No. Sólo se interesa por lo espectacular o sensacional, que no siempre es lo más importante para la Ciudad. La única manera de interesar al público, es que éste se entere por la Prensa, y ésta a su vez por fuentes autorizadas del Ayuntamiento, que puede ser el propio Alcalde. Pero la información general en rueda de Prensa, no despierta el interés de los informadores y por lo tanto tampoco a los ciudadanos les llega una información bien matizada que despierte ese interés.

—¿Hasta qué punto responsabilizaría usted a la empresa privada de los defectos en la infraestructura ciudadana que aquejan, por ejemplo, a algunos sectores de la población inmigrante?

—Totalmente. Los promotores y urbanizadores con los técnicos que las

dirigen son los responsables directos de una defectuosa ejecución. La ética profesional debe responder de que las construcciones con su correspondiente infraestructura se ajusten a los proyectos presentados y aprobados, así como de la calidad de la obra, que es imposible inspeccionar durante toda su ejecución.

—Por último, los alcaldes de Mahón e Ibiza se han manifestado partidarios de los cabildos insulares o de algún otro ente que representara administrativamente a cada una de ambas islas, ¿comparte usted el punto de vista de los señores Timoner Sintés y Ramón Fajarnés? ¿Por qué?

—Cuando se habla de Cabildos se piensa en las Islas Canarias, pero la situación geográfica y económica de Canarias es completamente distinta a Baleares. No hay duda, sin embargo, que la condición de provincia insular, aunque estén bien comunicadas las islas entre sí y con la Península, se hallan en condiciones distintas a las comarcas o provincias peninsulares y la economía de cada isla tiene sus especiales características. Bajo estas circunstancias, la unión entre los municipios de una misma isla es una consecuencia de su común aislamiento, y los problemas que les afectan, al tratar de resolverlos comunitariamente como se viene haciendo cada vez con mayor frecuencia, puede ser la base para establecer una fórmula, dentro de la actual organización administrativa, que permita una representación insular más definida.



# El alcalde de Mahón

Don Rafael Timoner Sintes,  
entrevistado por Xim Rada

En el instante de escribir esta entrevista, Rafael Timoner Sintes es un alcalde que ha confesado públicamente su decisión de dimitir. "Dije que lo haría —declaró— en cuanto considerara que había cumplido con la misión que me trajo al cargo. Ahora creo más útil servir a Mahón desde mi puesto de trabajo, al frente de mi empresa". En efecto, a la hora de transcribir la breve entrevista que sigue, los interesados no se preguntan si es definitiva o no la decisión de este mahonés incansable, sino quién será designado para ocupar el cargo vacante.

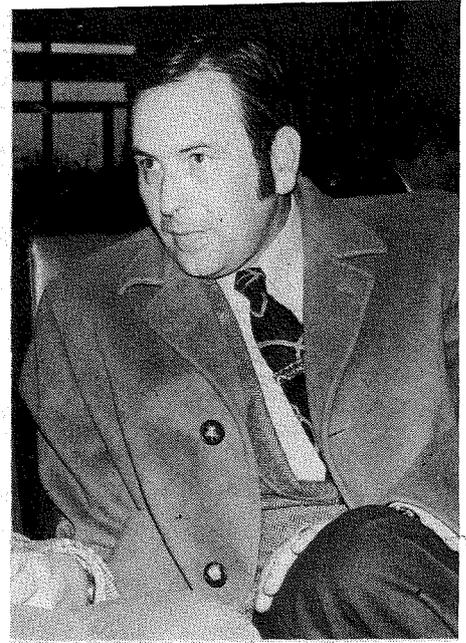
Timoner Sintes es hombre de empresa, personalidad dinámica y carácter de acción capaz de estar presente en muchos sitios en muy poco tiempo. Preguntado por los principales problemas que aquejan a su municipio, los relaciona sin dudar en orden de importancia:

## LAS SOLUCIONES DE UN PLAN

—El saneamiento del puerto de Mahón, la creación de puestos escolares y reforma del muelle comercial. En lo que se refiere al saneamiento del puerto, está en vías de solución, de acuerdo con el Plan-Mahón 75 y con obras ya realizadas. En cuanto al muelle comercial tenemos prevista la entrega de pliegos de subasta para el 18 de Enero de 1974. Y, por fin, en lo referente a escuelas, durante el mes de Noviembre se habrá entregado un nuevo grupo de dieciséis unidades con capacidad para seiscientos cuarenta alumnos. Todo ello forma parte del mencionado Plan-Mahón 75, que desarrolla veintinueve proyectos simultáneos y pretende resolver las principales cuestiones pendientes en el municipio mahonés. Al menos, en cuanto se deba a una problemática inmediata.

Después de Palma, fue Mahón el municipio balear que entendió la necesidad de contar con un suelo industrial adecuado y libre del juego especulativo. El polígono allí instalado alberga a un importante sector de la industria menorquina. ¿Qué puede decir Timoner Sintes sobre las perspectivas del suelo industrial en su municipio?

—Lo justo. Que para un normal desarrollo de su potencialidad, sólo falta se le reconozcan, por parte de la Administración, los beneficios fiscales pertinentes. ¿Que si serán reconocidos? Sí, muy pronto. Por lo menos eso nos dicen en el Ministerio de Industria y en el de Planificación del Desarrollo.



## OPINION NO DETERMINANTE

En cuanto a los cabildos, Timoner Sintes no se anda con rodeos. Es muy claro al exponer su opinión.

—Tenemos una gran urgencia de que la isla cuente con una personalidad jurídica y representativa propia. Urgencia que nos obliga a desear la adopción de una fórmula específica balear semejante a la que vienen cubriendo los cabildos canarios. Si estas instituciones respondieron allí a una problemática determinada, no veo por qué las Baleares vayan a ser menos capaces. ¿Que se produciría una absorción por parte de la administración mallorquina, de su potencial económico, administrativo y gestor? Sí, es posible, puede darse. Ahora bien, de concederse un ente representativo insular, dispondríamos de un cauce que en Baleares sólo existe a nivel municipal. Un cauce que, sin duda alguna, sabríamos aprovechar. Además, no hay dificultades legales; la creación de los cabildos está prevista por la Ley y sólo del Gobierno depende el implantarlos. ¿Que por qué no lo hace? Bueno, ocurre así desde el momento en que no es la opinión de las islas quien determina la política provincial.

La política, la orientación económica, el control de los medios productivos y sociales... El alcalde de Mahón se va.

«El Plan Mahón-75  
resolverá  
una amplia gama de  
problemas municipales»



«Pronto serán  
reconocidos  
los beneficios fiscales  
para nuestro  
suelo industrial»

«La opinión de las islas  
no determina  
la política provincial»



# ESTUDIOS INGENIERIA

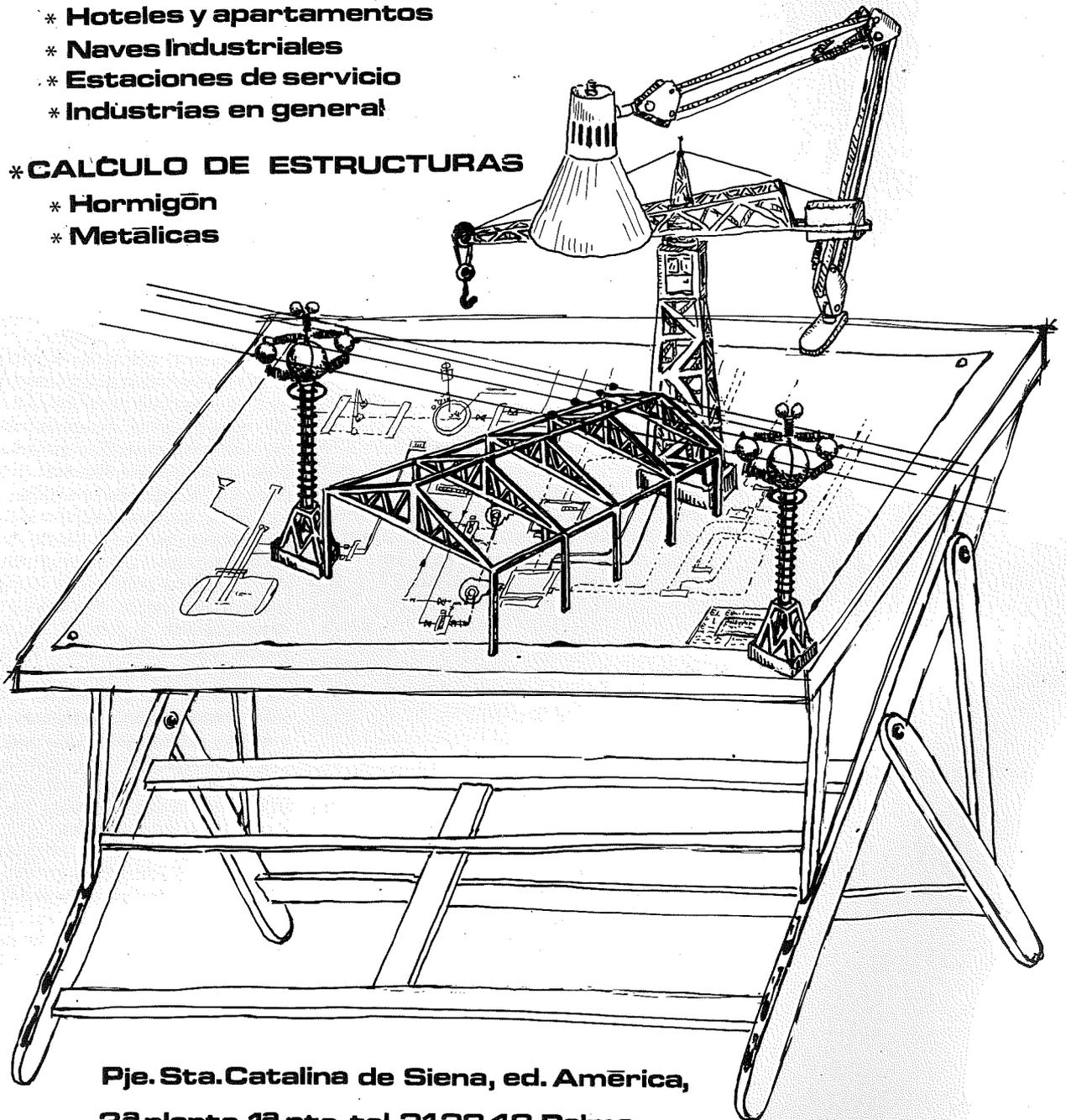
Un grupo de Ingenieros Industriales especializados se ofrecen para solucionar su problema de

**\* PROYECTOS, CONSULTING Y DIRECCION DE OBRAS**

- \* Urbanizaciones
- \* Hoteles y apartamentos
- \* Naves Industriales
- \* Estaciones de servicio
- \* Industrias en general

**\* CALCULO DE ESTRUCTURAS**

- \* Hormigón
- \* Metálicas



**Pje. Sta. Catalina de Siena, ed. América,**

**2ª planta · 1ª pta. tel. 212248 Palma**

**c/. Sta. Clara, 19 · tel. 382879 Ciudadela (Menorca)**

# El alcalde de Ibiza

Don Enrique Ramón Fajarnés,  
expone sus puntos de vista a Xim Rada



«En Ibiza, el problema  
más importante  
es el de saneamiento»

«Urge una solución  
definitiva  
para nuestro puerto»

Ibiza, una isla en despegue económico. Ibiza, una isla con tremendos problemas. Ibiza capital, un fiel resumen del conjunto insular. Ciudad expansiva que crece a caballo entre la tradición folklorista y la presión de un turismo masivo. Del "hippy" en el escaparate a las tensiones en la administración de las distintas áreas locales. Defectos de infraestructura y gancho tremendo para las inversiones extranjeras, población que consume a ritmo creciente y dificultades para el abastecimiento. Enrique Ramón Fajarnés preside el municipio cabeza de la vieja Ebussus. Un alcalde que alterna su dedicación corporativa con el trabajo en un Fomento del Turismo capaz de ser anfitrión de todos los de España. Problemas...

—En efecto —dice el alcalde de Ibiza—, tenemos considerables problemas municipales. Entre ellos, los más importantes son el saneamiento de la ciudad, la creación de puestos escolares, nuestro puerto y, aunque bastante paliado, la captación de agua potable y su suministro. ¿El más acuciante? Sin duda alguna, el de saneamiento. Las deficiencias existentes pueden convertirlo en un peligro durante ciertas épocas del año. Luego sigue el puerto, pues a pesar de la implantación de nuevas técnicas de carga y estibado suele colapsar el ritmo de suministro a la isla. Ello recorta alicientes a las compañías navieras y ocasiona notables perjuicios a una población que, prácticamente, lo importa todo del exterior. A finales de Septiembre, una carga de tres mil toneladas tardó veinte días en ser extraída del buque.

Sin embargo, Enrique Ramón Fajarnés no se limita a la simple relación de deficiencias. Como alcalde, tiene el deber de trazar perspectivas. Perspectivas, si no deslumbrantes, al menos alentadoras.

## DEFASE Y RETRASO

—En lo relativo al saneamiento no creo posible que se inicien las obras



antes de mediados del próximo 1974 —dice—. Un desfase entre la cuantía estimada de las mismas —ciento cincuenta millones en un principio— y su coste real, provoca que al Ayuntamiento le falten sesenta y cuatro millones de pesetas exigidas por el Ministerio de Obras Públicas en concepto de aportación municipal. Hacemos gestiones ante el Banco Hipotecario y perseguimos un crédito a corto plazo que permita la liquidez suficiente para iniciar los trabajos. Por supuesto, se tramita el expediente de Contribuciones Especiales, aunque en este aspecto tal vez pecamos de ambiciosos al atribuirlo a todo el ámbito del término municipal, cuando lo más rápido hubiera sido limitarse al estricto casco urbano. Las perspectivas son estas: antes de los primeros seis meses de 1974 veo difícil el inicio de las obras.

El alcalde de Ibiza afirma que la depuradora de aguas residuales es muy necesaria en su ciudad, pero depende de la red de saneamiento y de que la red de alcantarillado quede cerrada para las aguas pluviales. "Con ella conseguiremos

«Tanto Ibiza como  
Menorca necesitan  
un ente representativo  
de cada isla»

evitar el vertido al mar de un material con enormes posibilidades de aprovechamiento en la industria y la agricultura ibicencas. Ahora bien, que sea realidad depende de una adecuada infraestructura sanitaria. Estamos en ello”.

#### AMPLIACION NECESARIA

—En lo que al puerto se refiere, la única solución está en ampliarlo. Sus actuales dimensiones no son capaces de servir a una demografía propia y turística como la que Ibiza alberga durante buena parte del año. El Ayuntamiento ha propuesto que la ampliación se lleve a cabo por Botafoc, evitando así los perjuicios al entorno paisajístico y a la tradicional configuración de nuestra ciudad. Han afirmado que tal solución resulta imposible a causa de problemas técnicos, pero creo que mediante la utilización de esa misma técnica los problemas pueden ser soslayados. Una salida al conflicto haría que los ibicencos nos sintiéramos menos ahogados por el dogal que ahora supone su marcha deficiente.

La entrevista con Enrique Ramón Fajarnés se desarrolla a un ritmo vertiginoso. El tiempo apremia, la reunión con el Gobernador Civil no puede aplazarse y la última pregunta incide sobre una cuestión político-administrativa: los cabildos.

#### UN ENTE REPRESENTATIVO

—En este aspecto, he huído siempre de dar nombres —responde—. No obstante, pienso siempre en la necesidad que tanto Ibiza como Menorca experimentan de contar con un ente representativo de las islas. Entes con autonomía suficiente ante la Diputación Provincial, aunque con las subordinaciones debidas hoy vi-

gentes. En el campo religioso se reconoce la autonomía territorial del Obispo y en el terreno administrativo se cuenta con una delegación del Ministerio de la Gobernación, ¿si se representa al Gobierno en la isla, por qué no una representación de la isla en sí misma y de cara al

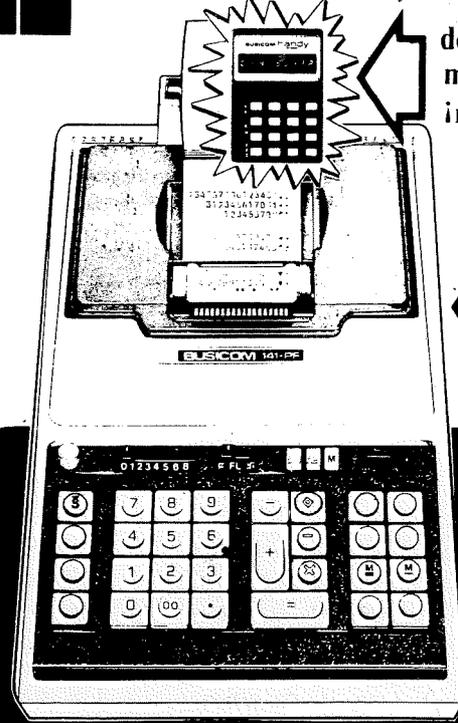
exterior? Mi pregunta no varía. Ni mi punto de vista.

Cauces hay, en efecto. Tal vez la ambición ibicenca en el sentido de la representación insular conjunta encuentren pronto una vía para convertirse en realidad.

# BUSICOM



Le ofrece la calculadora de acuerdo a sus necesidades y presupuesto



desde la calculadora más pequeña del mundo ¡medidas 56 x 81 x 21 mm!

hasta la impresora más completa del mercado



**BUSICOM** calculadoras electrónicas japonesas

\* De venta en:

Via Alemania, 5, 7, 9  
PALMA

**GILET**

NUEVOS TELEFONOS  
29 02 50 - 54 - 58

MAQUINAS DE ESCRIBIR, SUMAR, CALCULAR, FACTURAR, CONTABILIDAD Y ESTADISTICA. \* MAQUINAS DE FRANQUEAR, DE DIRECCIONES Y MULTICOPISTAS. \* MAQUINAS REGISTRADORAS. \* MUEBLES METALICOS PARA OFICINAS. \* CAJAS DE CAUDALES. \* PERFILES RANURADOS. \* MATERIAL DE CLASIFICACION Y ARCHIVO. \* ARMARIOS PARA LLAVES. \* INTERCOMUNICADORES. \* REPRODUCCION DE PLANOS Y TABLEROS DE DIBUJO. \* FOTOCOPIADORAS.

ANUNCIAR EN

**economía balear**

ES VENDER

# CERVEZA MALLORQUINA

## FALCON - PRIPPS - ROSA BLANCA

# La personalidad del hombre balear y sus condicionantes sociales

Por José Roig Ferrer  
Doctor en Ciencias Sociales



trar, por parte de muchos, el escaso interés que tiene conocerlo, pese a su importancia radical para solucionar nuestros "propios males". En diversos trabajos sobre este aspecto se encuentran expresiones como estas: ¿Cómo somos en realidad los mallorquines? ¿Por qué tenemos nosotros, los mallorquines, este carácter acomodaticio? (M. dels Sants Oliver). ¿Por qué esa capacidad de dimitir, que nos permite acomodarnos a cualquier situación? (Josep Meliá). ¿A qué se debe la timidez propia de nuestro carácter? (Oliver); ¿O la apatía propia de los isleños? (Mossen Josep Tarongí). O bien las antinomias: "Los mallorquines son modelos de fidelidad y buena correspondencia" (Pere d'Acantara Peña); O "Mallorca es indolente, se ama a sí misma, se deleita en su tranquilidad" (Gabriel Fuster).

Todos estos escritores con pinceladas sueltas, muestran un aspecto concreto del carácter balear, sin embargo conviene que analicemos brevemente alguno de estos aspectos para no caer en tópicos estereotipados.

La timidez del isleño es fruto de un complejo de inferioridad debido al aislamiento y al provincianismo, luego significa aquí, más bien, prudencia y susceptibilidad. Ambos perfiles tienen su origen en la falta de confianza del isleño en sus propias fuerzas. Esta circunstancia ha conferido a su modo de vida un talante aburrido, es determinadas ocasiones, cuya característica predominante es la falta absoluta de iniciativas originales.

Donde no hay grandes iniciativas tampoco puede haber tradición empresarial, incluso, aunque haya grandes realizaciones. El exceso de prudencia paraliza el progreso y uniforma la realidad. El isleño, en general, no apoya ninguna iniciativa que no redunde en su provecho egoísta, pero permite que los demás realicen los trabajos en los que él solo colaborará tardíamente una vez comprobado por sí mismo el éxito, olvidándose de que ya le han ganado la partida. Esta realidad ayuda a explicar un poco el hecho de que los mallorquines (por residir en la Isla donde está la capital de la provincia) no hayan sabido nunca nego-

ciar sus intereses colectivos. Los isleños son providencialistas; creen firmemente que todos sus problemas se resolverán casi por milagro: basta esperar y no plantear problemas.

Para tratar de confirmar o negar estas afirmaciones o intuiciones recogidas en escritos elaborados por ensayistas y escritores de las Islas, en un cuestionario que preparamos, pedíamos en una de las preguntas, que situación se prefería de una serie de cinco, ante la realización de una obra común que afectara a todos los vecinos, pero con la circunstancia de que sólo podía hacerse con la ayuda y colaboración de todos. Las respuestas confirman lo anteriormente afirmado: Una gran mayoría desearía que la autoridad diga lo que hay que hacer, ó que los vecinos más influyentes organicen una comisión y actúen. Pocos, reunirse y organizar la colaboración.

Muy significativa es también la admiración contemplativa que se siente hacia lo exterior. Existe la creencia casi unánime que lo foráneo es mejor que lo local. En este aspecto actúa con mentalidad típicamente provinciana y por otra parte, el complejo de inferioridad le lleva a ser imitativo y, por reacción, a menospreciar todas aquellas de sus costumbres que el foráneo no asimila o aplaude. Sin embargo, en íntima conexión con tal admiración inmerecida tropezamos con que el isleño ha menospreciado siempre a los forasteros que han llegado a las islas para trabajar. Al preguntarles si les molestaba que vinieran peninsulares a trabajar, un tanto por ciento muy elevado de Mallorca y Menorca contestó que sí: en Ibiza el grado de aceptación por parte de los nativos es más general y tienen con ellos relaciones de amistad y cordialidad. Aquellos que no les aceptan dan como razones: la dificultad de entablar amistad con ellos, porque plantean serios problemas de vivienda, por costumbres diferentes, y por ser (según frase textual) gente baja y mal hablada. Los que contestaron que no les molestaba que vinieran dieron como razón principal que los consideraban necesarios para algunos trabajos.

Todo cuanto llevamos dicho podría

Para saber algo de las formas de vida de los seres humanos en general y de un pueblo en particular, es imprescindible investigar y conocer el sentido, alcance y magnitud de las principales transformaciones que han tenido lugar dentro de la comunidad social. La implicación del mundo de la cultura no es concebible partiendo solo del individuo, sino que hay que agregar la consideración sociológica y cultural histórica.

No conocemos ningún "psicoanálisis" profundo del alma mallorquina, ni nos parece oportuno improvisarlo ahora; por otro lado, cada día existe un interés especial en desconocer, olvidar o enterrar nuestro origen como pueblo, —como si muchos de nuestros "males" de ahora no tuvieran su origen en la idiosincrasia peculiar de los "isleños"— de ahí que dentro de poco, no solo resultará difícil hacerlo, sino que se pretenderá demos-

parecer contradictorio, pero no es así. Es cuestión de niveles: el isleño, por ejemplo, no admira al forastero por el mero hecho de serlo, sino en cuanto éste le hace ver que es más distinguido, o en tanto se le presente como miembro de una clase privilegiada. El peninsular que proviene de la clase media o superior es totalmente aceptado y es el único que entabla en seguida amistad con el nativo.

El isleño es al mismo tiempo el hombre más satisfecho de sí mismo, al menos de cara a los demás. Al preguntarles si estaban satisfechos y contentos de vivir en Mallorca, poquísimos contestaron que no, y entre ellos la mayoría dieron como causa principal la dificultad para estudios superiores. La gran mayoría se siente a gusto en la Isla y no les interesa conocer el exterior y cuando salen, sobre todo los jóvenes, lo hacen para perfeccionar o ampliar sus estudios, aprender mejor los idiomas en la propia nación, en vistas al turismo y regresar de nuevo a la Isla, para a través de ello, ganarse mejor la vida.

Inferioridad por un lado y autosatisfacción por otro, he ahí dos paradojas que son los hitos capitales de su personalidad. Estos dos perfiles a que acabamos de referirnos creemos que ambos tienen su origen en la falta de confianza del isleño en sus propias fuerzas. Quizás estas características sean consecuencia de que por causa del aislamiento ha vivido marginalmente sin intervenir como pueblo en el quehacer de la nación. Sin embargo, no todo es negativo en su carácter. La calma que se nos atribuye, no es apatía: En definitiva es la serenidad necesaria ante situaciones comprometidas o ante la problemática cotidiana. Los isleños son austeros; son mucho más laborioso que mucha gente que sin embargo les trata de indolentes. La "prudencia", —que no es timidez— ha sido también uno de los elementos definidores de su peculiar modo de ser. Por esto algunos escritores la equiparan al "Seny", en el buen sentido de la palabra de nuestros hermanos los catalanes.

**CONDICIONANTES SOCIALES.**—Las características anteriormente descritas son consecuencia, en gran parte, de la insularidad y el aislamiento que nos ha hecho vivir al margen del quehacer de la nación, sin intervenir como pueblo.

El aislamiento y la insularidad confieren a cada una de las Islas una personalidad peculiar y un marco natural independiente. Las Islas son territorios con un exceso de fronteras naturales.

Aislan a los hombres, de ahí que de la palabra Isla se derive la de aislamiento.

Las Baleares han vivido aisladas, desligadas de cualquier acción comunitaria, desde el siglo XV, hasta hace 20 años.

Este aislamiento ha significado desventajas y beneficios; más lo primero que lo segundo. La prohibición durante muchos siglos de sacar de las islas, cereales, vino, ganados, impidió todo comercio con el exterior. Si la cosecha era buena los precios caían hasta el suelo. Si los alimentos escaseaban, los resultados eran aun peores. La condición insular se convirtió en jaula y prisión en lugar de espacio abierto para intercambios y contactos. Estos condicionamientos explican el arraigo de soluciones tales como la piratería, el corsarismo y el contrabando.

La inversión turística ha servido para alterar este cuadro. Milagrosamente el condicionamiento insular, por obra y gracia del atractivo que las playas significan para los pueblos nórdicos y centro-europeos, ha cambiado de sentido. Se evidencia el cosmopolitismo y parece como si las tradiciones no hubiesen existido nunca para unas gentes que se esfuerzan visiblemente por alcanzar una conducta "standard" completamente vacía y despersonalizada. Del aislamiento total hemos pasado al "pseudocosmopolitismo" de las agencias de viajes y del turis-

mo de rebaño. Pese a los millones de turistas que año tras año nos visitan, sólo somos los nativos los influenciados por tanta innovación. Es evidente que la actual subversión económica que se contempla en las Baleares está ligada al condicionamiento de la insularidad. El aislamiento conduce, en esta ocasión a una estructura económica de monocultivo que es la primera característica del subdesarrollo. Todo se hace pensando en el verano; todo tiene un precio pensando en el turismo, todo se subordina al espejismo de la industria turística.

**RUPTURA DEL AISLAMIENTO.**— Las Baleares, además de disponer de todos los medios que sirven de vehículo para la intercomunicación de ideas y mentalidad, encarnan frente al turismo un papel principalísimo y son la encrucijada de las importantes corrientes turísticas que tiene actualmente España.

Es el turismo uno de los fenómenos que más han influido y siguen influyendo en el cambio socio-cultural de la población en todos los órdenes.

En Mallorca y más concretamente en Palma se presentan todos los medios que



inciden en la mentalidad y en la ruptura del aislamiento

En Ibiza y Formentera el cambio socio-cultura es aún más palpable, ya que el desarrollo turístico se ha operado prácticamente en los últimos diez años. Según datos oficiales de principios del año 1972, Ibiza con una población de unos 45.000 habitantes disponía de 31.969 plazas hoteleras y Formentera con 3.500 habitantes disponía de 1.899. Estos datos nos dan una idea del fenómeno del aumento de la población flotante, la mayoría extranjera, en una determinada época del año que incide en la población indígena en todos los sentidos de la vida.

Respecto al desarrollo del turismo, los consultados de las zonas eminentemente rurales, no opusieron ninguna traba a este desarrollo, tal vez por desconocer las consecuencias y no sentirse afectados directamente por los problemas que plantea.

En las zonas más desarrolladas turística y en la Capital, un 40% es contrario al turismo por la elevación de precios y por la pérdida de valores culturales que supone; sólo a un 10% le parece positivo, en el sentido de un intercambio de mentalidades, y un 70% opina que no debería desarrollarse más, sino planificar mejor y seleccionar el ya existente.

Vemos como los caracteres de un pueblo no son inmutables. Por el contrario, creemos que todo es susceptible de cambio, y así debe ser, y que además la personalidad se va forjando como resultado de la concurrencia de un haz de factores concretos, en nuestro caso el turismo y la inmigración.

Sin embargo, la inexistente antarquía social nos lleva a considerar la fonología del significado relativo de la población. En relación con dicha antarquía social, consideramos, de acuerdo con el economista Vandellós (en su libro "la inmigración a Catalunya"), que económicamente para un país, es rentable el fenómeno de la inmigración, ya que normalmente se realiza cuando el inmigrante ha superado la edad gravosa (escuelas, guarderías) y empieza a ser productivo, pero esa aceptación, además de egoísta, entraña una problemática muy grave, ya que vale a Mallorca la formación, también ésta mantiene una disparidad con el medio peculiar nuestro que contribuye a la desintegración comunitaria. Este fenómeno es claramente perceptible en nuestra realidad actual.

En las Baleares ha sucedido lo que Riessman apunta en su libro: "La muchedumbre solitaria", cuando estudia los tres modos que sucesivamente en el tiempo se han producido sobre la presencia de la sociedad en la personalidad, esto es: "el hombre dirigido por la tradición"; "el hombre dirigido desde dentro" (Es el hombre típico de la reforma

protestante, socializado sólo en las metas, pero no en los modos o en los medios. El individuo sabe lo que tiene que hacer, pero queda a su libre conciencia y a su libre condición como lograrlo); y "el hombre dirigido por los otros"; sólo que en nuestra sociedad, y por razones apuntadas anteriormente, hemos pasado de una sociedad puramente tradicional y atávica (el hombre dirigido por la tradición), a una sociedad dirigida exclusivamente por los otros, sin pasar por el estado intermedio. De ahí que la norma y la moral, según la llama el propio Riessman, es la moral del radar. La persona no tiene nada dentro de sí, no tiene un punto de referencia, ni en la tradición, ni en su conciencia y

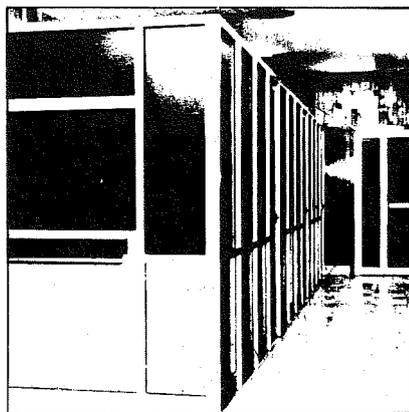
entonces está pendiente de los demás para tratar de hacerlo.

Las consecuencias de esta situación son graves y serán, dentro de poco, deplorables, —a menos de que se contrarreste esta situación por una auténtica formación que ayude a asimilar este radical cambio socio-cultural pues, si individualmente no existen unos cánones de actitudes (justificados por una escala de valores más justos), ni colectivamente existe una forma (control social) que armonice las interrelaciones humanas, la convivencia social será de mera yuxtaposición. Por todo ello creemos normales las crisis existentes en los ámbitos individuales, familiares y religiosos, con tendencia al aumento.

# divisiones de aluminio



M publicidad s.a.



**GARI** instala:  
DIVISIONES HASTA EL TECHO  
Y A MEDIA ALTURA  
fabricadas por el sistema  
Square Line 45  
de aluminio anodizado  
FRENTE Y CRISTALERIAS  
fabricados con el sistema  
Square Line 90  
que permite alcanzar  
grandes dimensiones de acristalado  
proporcionando una singular belleza

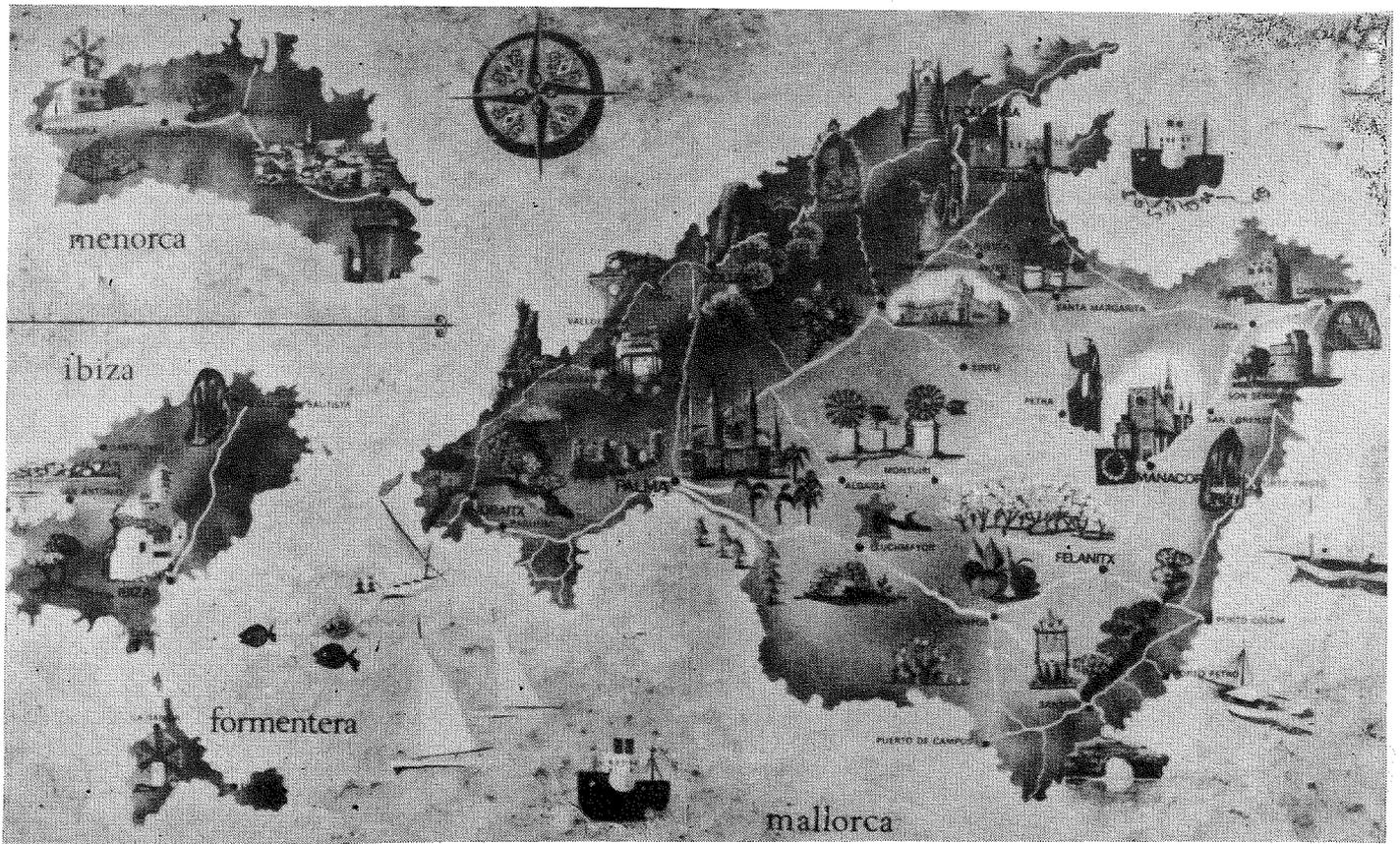
PROYECTOS Y PRESUPUESTOS:

**GARI**  
industrias metalúrgicas s.a.

Hermanos Barbará, 25. telf. 250440 Palma de Mallorca

# Insularidad y desarrollo en Baleares

por Equipo ICESA



Es evidente que la insularidad, como fenómeno geográfico, no implica, de por sí un factor natural desfavorable para el desarrollo económico, ni supone, de suyo, la existencia de deseconomías netas capaces de frenar o gravar el crecimiento de la sociedad. Antes bien, el hecho de la insularidad puede constituir un factor impulsor que, en ciertos casos, se vé potenciado por una determinada posición geográfica, explotable desde los puntos de vista turístico, militar, comercial, etc.

La insularidad es, pues, una característica geográfica que implica peculiaridades económicas, sociales y culturales, las cuales, históricamente, han determinado una configuración típica de la sociedad insular. Esta peculiaridad social, naturalmente, incluye como uno de los aspectos más esenciales, el de la estructura económica. Esta estructura supone un sistema de relaciones y flujos intersectoriales de su aparato productivo, las

relaciones con la parte no insular del todo nacional de la que es elemento ella misma, las relaciones con otros países y regiones, las peculiaridades en los asentamientos demográficos, etc.. Pero, sobre todo, la insularidad supone rasgos muy acusados en la idiosincrasia; y estos rasgos, a lo largo de generaciones, determinan, mucho más de lo que se cree, el comportamiento económico y hay que tenerlos siempre en cuenta en cualquier política de desarrollo que quiera emprenderse.

La insularidad puramente física, esto es, el hecho de que un pedazo de tierra se halle separado del resto del país por el mar, determina, en una primera instancia y si se contempla el hecho sincrónicamente, unos costes y unos beneficios derivados directamente de la posición geográfica. Sin embargo, si se contempla el fenómeno diacrónicamente, sobre la base geográfica y física se ha configurado una estructura económica y social,

en parte como respuesta al reto de los factores físicos y geográficos y, al mismo tiempo, como resultado de factores exógenos derivados del impacto de las distintas situaciones políticas y económicas, tanto nacionales como internacionales. Como consecuencia de la interacción dialéctica entre la base física y las estructuras y superestructuras económicas y sociales, la insularidad geográfica ha dado lugar a lo que pudiera denominarse "insularidad socioeconómica", la cual caracteriza mucho más esencialmente a un conjunto de islas, como las Baleares, que la mera existencia de la insularidad física.

Esta caracterización de insularidad socioeconómica y cultura, evidentemente, es la respuesta a unas condiciones exógenas y endógenas dadas y ello ha supuesto una ventaja o desventaja netas en función de las circunstancias generales del desarrollo histórico. En el caso concreto de las islas Baleares, sería

verdaderamente interesante el estudiar cómo fué respondiendo la sociedad —y, en concreto, la economía del Archipiélago— ante los cambios acaecidos en el desarrollo de las fuerzas productivas a lo largo de su dilatada historia, desde la época en que fue frecuentada por fenicios y griegos y luego conquistada por los cartagineses, hasta los comienzos de la era industrial, pasando, como es lógico, por sus grandes momentos de esplendor en la Baja Edad Media y en el Renacimiento. Una verdadera historia económica y social de Baleares, sería una de las mejores aportaciones que podría hacerse para fundamentar una efectiva política de desarrollo del Archipiélago.

En nuestros días, quizá el estudio sincrónico de mayor utilidad sobre Baleares haya sido la Contabilidad Regional. En ella se pone de manifiesto, de un modo meridiano, que la respuesta del Archipiélago al hecho de la insularidad y a la situación geográfica, en las últimas décadas, ha dado lugar a una economía típicamente "apendicular", cuya dependencia del desarrollo y de la coyuntura internacionales es casi total y, lo que es aún más grave, con un tipo de economía que gravita, de modo desorbitado, sobre el fenómeno turístico y sus derivaciones.

Aunque, en la actualidad, la región balear ocupa uno de los primeros lugares de España en cuanto a renta por habitante y el ahorro regional es bastante superior a la media nacional; a pesar de que el porcentaje de la inversión sobre el PRB es muy similar a la media española, la estructura de la economía balear acusa, de manera espectacular, los rasgos de una excesiva especialización y un gran desequilibrio de la estructura productiva. Efectivamente, más del 60 % del Producto Regional depende del sector terciario, que gravita, en realidad, sobre el turismo, como demuestra el hecho de que la partida de Hostelería y Similares y la de Comercio, sumen el 34 % del Producto Interior Bruto Regional, cifra que no llega al 17 % para la media nacional, siempre según las cifras de la Contabilidad Regional de Baleares, antes citada. Este desorbitado predominio de los servicios se refleja también en la inversión donde la partida de servicios, con la exclusión de vivienda y transportes, absorbe casi el 45 % de la inversión total de la Región, frente al 10 % de la media del País.

Al mismo tiempo —en parte, como causa y, en parte, consecuencia de ello— la dependencia respecto al exterior y, más concretamente, con relación al extranjero, es extraordinariamente importante, suponiendo las transacciones comerciales de bienes y servicios con este último más del 70 % del Producto Regional Bruto, cifra que contrasta fuertemente con la media nacional: 25 %

para el mismo año. Pero, además, las transacciones del Archipiélago con las demás provincias españolas alcanzaban, en 1967 cerca del 99 % del Valor del Producto Regional Bruto.

Este breve repaso a la estructura económica insular dá lugar a una inmediata consecuencia: el elevado coste que tiene que soportar una economía que depende, en tan alto grado, del exterior. Este "coste de insularidad", en una primera aproximación y considerando las actuales estructuras económicas y sociales, estaría constituido por los costes de comunicación y distancia, que incluirían los de transporte, de inputs y de productos y servicios, los costes de los factores externos inmóviles, por la indivisibilidad de los procesos, los costes indirectos derivados de la dimensión de mercado, etc. Pero, a estos costes directos e indirectos derivados de la comunicación y distancia, habría que añadirles, para una evaluación real del "coste de insularidad", los costes derivados de la que podría llamarse "insularidad socioeconómica".

En términos generales, ésta es mucho más grave: se trata de la configuración de una economía sobre la base de un rol apendicular y de marginación, de una hiperespecialización en un producto cuya demanda, además, se halla presidida por un fuerte poder oligopolístico dependiente del exterior. La insularidad socioeconómica es, así, el coste de perpetuar una economía enormemente inestable, monoprodutora y tan hipertróficamente abierta al exterior en cuanto a los "inputs" y los "outputs", que su coste de insularidad geográfica y de distancia se vé, de ese modo, potenciado y multiplicado a medio plazo y que, a largo plazo, puede llegar a estrangular gravemente el desarrollo de la Región.

Por esta razón, es por lo que resulta urgente y básico un análisis real y efectivo de los costes actuales de la insularidad, análisis que deberá incluir ambas perspectivas: la físico-geográfica y la socio-económica, si se quiere fundamentar, válidamente, un auténtico programa de desarrollo de la región balear a largo plazo.

## Ofensiva noruega en el sector naval

En las fechas del 19 al 21 de Febrero del próximo año se celebrará en el Hotel Meliá Castilla, Madrid, una presentación de equipos navales noruegos. El comité organizador será el Consejo Noruego de Exportación.

Hasta ahora unas 20 empresas han anunciado su presencia en esta ocasión, empresas que ofrecen una gama de producción interesante y muy representativa de la industria noruega del sector. Algunas de las empresas ya están representadas en España, otras aprovecharán esta oportunidad para obtener contactos con agentes e importadores españoles para iniciar sus relaciones comerciales. En relación con la exposición también van a ser invitadas autoridades profesionales noruegas para celebrar discursos relativos al tema.

El rápido crecimiento de la construcción naval española y las perspectivas interesantes que ofrece para la exportación de equipos navales a España, han sido las razones principales de la realización de este proyecto.

Las empresas participantes y sus productos son los siguientes:

Noratom—Norcontrol A/S: Automación de buques.

Norsk Hydro A/S: Accionadores RM para control remotor de válvulas.

A/S Pusnes Mek. Verksted: Maquinaria de cubierta.

Simonsen Radio A/S: Ecosondas, emisores de radio, etc.

Ingenior Terje Johannesen: Motores diesel.

Frank Mohn A/S: Bombas.

A/S Nebb: Equipos eléctricos.

Olaf Fjelsend A/S: Aparatos para tratamiento de aguas.

A/S Nera: Emisores y receptores de radio.

Unitor Ships Service A/S: Equipos de soldadura.

A/S Helix: Hélices de paso variable.

Thune—Eureka A/S: Bombas etc.

Glamox A/S: Armaduras de lámparas fluorescentes para uso marino.

A/S Moelven Brug: Grúas.

A/S Elektrisk Bureau: Emisores y receptores de radio.

Finn Tveten & Co. A/S: Grúas de varios tipos.

Noack A/S: Equipos eléctricos, luces de navegación.

Gustav A. Ring Systemmaskiner A/S: Equipos y sistemas de intercomunicación.

A/S Frydenbo Mek. Verksted: Maquinaria de cubierta.

“Desde el punto de vista mediterráneo cada día somos más pequeños ante el Mercado Común. El interés de esta reunión que hemos celebrado en Túnez consiste precisamente en el consenso de los países ribereños en la necesidad de armonizar nuestros puntos de vista, constituyendo así un interlocutor más potente en las negociaciones con la Comunidad Económica Europea.” Estas palabras han sido pronunciadas por don Manuel Tomás de Carranza, embajador de España y presidente del Consejo Mediterráneo de Economía Regional, a su regreso de Túnez, donde ha tenido lugar una reunión de dicho Consejo.

# CONCLUSIONES del Consejo Mediterráneo de Economías Regionales

## «Sin una estrategia común, los mediterráneos somos cada día más pequeños ante la C. E. E.»

El señor Tomás de Carranza, que fue recibido por el Presidente tunecino señor Burguiba, ha destacado el interés mediterráneo de los países africanos, lo cual resulta un tanto sorprendente si se tiene en cuenta la gran exaltación nacionalista que experimenta actualmente la región. El presidente del Consejo, añadió:

“Los mediterráneos tenemos muchas cartas que jugar en nuestras relaciones con los países más industrializados de Europa: disponemos de materias primas imprescindibles como la actual crisis del petróleo demuestra y mano de obra no menos necesaria. Estos factores, que hasta ahora han constituido un símbolo de subdesarrollo y dependencia, pueden desempeñar otro papel si logramos coordinarnos en una estrategia común”

El señor Tomás de Carranza puso de manifiesto que no hay que confundir el concepto de región económica, como dimensión para el desarrollo, con “regionalismo”, ya que no puede conseguirse el deseado equilibrio regional sin un poder central con fuertes posibilidades de actuación.

—La emigración es consecuencia de la disparidad en el grado de desarrollo económico entre diferentes regiones; todos los aspectos de la emigración deben ser considerados en una óptica de desarrollo global a largo plazo de las regiones menos favorecidas.

—La emigración es necesaria a las regiones industrializadas en función de su propio desarrollo y es actualmente necesaria para las insuficientemente desarrolladas como medio para asegurar un empleo a una parte de la población activa y para mejorar la balanza de pagos.

—Para las regiones insuficientemente desarrolladas; la emigración debe ser considerada como una necesidad económica transitoria, pues a largo plazo, la solución no puede ser más que la desaparición progresiva de las desigualdades de desarrollo económico de las diferentes regiones entrañando como consecuencia la disminución y después la desaparición de la emigración.

—A corto plazo, es necesario aportar soluciones a cierto número de problemas planteados tanto a las regiones de origen como a las de acogida.

—En lo que concierne a las regiones de origen, es necesario señalar varios aspectos; la necesidad de mantener, incluso en las zonas más desfavorecidas, un mínimo de población; la necesidad de asegurar a los emigrantes potenciales una formación mínima para que pueda lograrse una paridad efectiva entre los trabajadores nacionales e inmigrados; el interés de velar por una utilización óptima del ahorro repatriado, especialmente en cuanto a la inversión en la zona de origen del emigrante.

—En lo que concierne a las regiones de acogida la preocupación mayor debe ser la de asegurar a los trabajadores inmigrados la mayor igualdad con los trabajadores nacionales, especialmente en materia de condiciones de vida, de derechos sociales y sindicales y de formación profesional continuada.

—La busca de una solución a largo plazo implica un propósito fundamental la reducción de desigualdades de desarrollo económico entre regiones no es posible si la tasa de crecimiento de las regiones insuficientemente desarrolladas no llega a ser superior a la tasa de crecimiento de las regiones industrializadas.

1— La industrialización debe ser considerada como el motor del desarrollo de las regiones mediterráneas, y siempre en el marco de una estrategia global de valoración de todos los recursos.

2— La industrialización no depende únicamente de las regiones en vías de desarrollo sino también del contexto y estrategias de las fuerzas económicas nacionales e internacionales.

3— En sus esfuerzos de desarrollo los países siguen políticas que se asemejan en cuanto a sus objetivos y sus medios a pesar de algún aspecto específico y el riesgo de competencia entre regiones.

—Una solución tal, traslada ciertamente la regionalización del desarrollo económico a la esfera nacional y exige una colaboración entre los países Mediterráneos y la C.E.E.; lo que requiere modificaciones substanciales en la división internacional de trabajo.

4— Los potenciales económicos son actualmente diferentes según las regiones, una coordinación multiregional en las políticas de industrialización permitiría a la unión de las fuerzas socioeconómicas del Mediterráneo constituir un interlocutor de base en vista a la realización de acuerdos de desarrollo con otras uniones socioeconómicas.

5— La confrontación de estrategias nacionales ha señalado la necesidad del concierto entre diferentes naciones mediterráneas para una mejor integración a fin de evitar la dispersión de esfuerzos y el despilfarro de recursos.

6— Parece particularmente oportuno seguir con los análisis de las estrategias y abordar el estudio de fórmulas concretas de cooperación económica entre las regiones Mediterráneas.



# Iglesia y Concordato

por Roberto Coll-Vinent

Vivimos constantemente situaciones ambiguas y, a nuestro pesar ciertamente, no siempre es posible aunque sí deseable salir de la ambigüedad. Creo que esta pequeña afirmación puede aplicarse en buena medida a lo que está pasando en muchos países y también en el nuestro con las fronteras imprecisas, si es que las llega a haber, entre religión, política, diplomacia vaticana etc.

A través de nuestros medios de comunicación hemos podido ver el pasado mes el relieve informativo que se ha concedido a la visita a España de Monseñor Casaroli, Secretario del Consejo para los Asuntos Públicos de la Iglesia, acompañado preferentemente de personajes políticos de primera fila, y al que no hemos podido ver fotografiado, hay que suponer que por pura casualidad, rodeado de sacerdotes o de seglares significados de la Iglesia militante de nuestro país. Ni siquiera —y esto parece aún más significativo o incluso más grave de obispos representativos del sentir dominante hoy en nuestra Conferencia episcopal. Si fuese lícito juzgar a través de las fotos habría que deducir que Monseñor Casaroli es sólo un personaje político representante de una potestad sólo o preferentemente política que tiene una cierta marcada simpatía discriminatoria respecto del Cardenal Primado de Tole-

do, que no es ni Presidente ni Vicepresidente de la Conferencia Episcopal y cuyo cargo, más bien honorífico, le otorga, en este momento histórico, una representatividad más bien escasa respecto de sus colegas en el episcopado.

Uno quiere pensar que no es realmente así, sino sólo que las cosas han sido presentadas como si fuera así y que el hombre de la calle, a falta de otros elementos informativos que contradigan o que aclaren esta visión "prima facie", tiene perfecto derecho a opinar, de momento al menos, que el Concordato o su revisión posible va a producirse, una vez más —como si no hubiera habido un Concilio Vaticano II de por medio— más o menos al margen del sentir de los católicos españoles y del de sus voceros más representativos.

Aquí estaría en todo caso la confusión o la ambigüedad que señalé antes. Se trataría de que el ciudadano medio supiera bien si un Concordato es sólo un instrumento jurídico parecido a cualquier otro pacto de los que han de suscribir los hombres públicos adscritos a potencias distintas, o es, además y sobre

todo, un documento que ha de regular la vida religiosa de una comunidad y servir a su mayor fuerza y vitalidad. Sería útil sencillamente poder saber si con su existencia —y siempre en el hipotético supuesto de que se diese por buena esa misma existencia— sale ganando el pueblo de Dios, que es la Iglesia, o salen ganando con preferencia las personas que lo suscriben y los poderes que representan.

De poco sirve que se proclame con innecesaria solemnidad —con inútil solemnidad tengo ganas de añadir— que la Iglesia y el Estado son entidades independientes y soberanas cada una en su esfera si visto desde fuera (¿y quién es el sabio que lo puede ver desde dentro?) parece a veces lo contrario, si la información que se nos ha suministrado ha servido, sin proponérselo acaso, para darnos una imagen que es la antítesis de aquella que hubiéramos querido ver. Con razón señalaba a este respecto un agudo comentarista político, comentando una fotografía en la que aparecía el Cardenal Primado regalando una espada del Cid a Monseñor Casaroli, que lo más lógico en un pastor de la Iglesia que obsequia a otro pastor sería haberle dado, por ejemplo, un cáliz o cualquiera otro objeto más o menos sagrado. Hay símbolos que tienen una demasiada profunda significa-

# ¿Qué es la protección efectiva?

El análisis de la protección efectiva o protección al valor añadido ha venido siendo un instrumento útil para la política arancelaria desde hace ya bastantes años. Los aranceles petrolquímicos de los años 1965-1966 tenían ya como base esta idea, incluso a través de una formulación matemática deducida por el químico y empresario E. Pérez Botija.

Posteriormente, sea en reformas de posiciones concretas o incluso de sectores completos (el último caso ha sido el de la piel y el calzado) se ha venido emplean-

do el enfoque de la protección efectiva. Sin embargo, es esta la primera vez que se realiza una reforma general del arancel —aunque sea dentro de ciertos límites en cuanto a las rebajas nominales porcentuales— con técnicas de protección efectiva. Por ello parece oportuno presentar aquí unas breves notas divulgadoras sobre el concepto de protección efectiva (1).

El concepto de protección efectiva nace cuando los economistas se dan cuenta de que para estudiar la protección de un producto (output) no basta con ver su arancel, sino que también hay que conocer los de sus materias primas (inputs). Por ejemplo, una mesa puede tener un derecho del 5 por 100, pero si la madera está gravada en la frontera con el 50 por 100 y el productor interno piensa en el arancel a la hora de fijar su precio, puede ocurrir que al productor de mesas le interese más que todos los aranceles —el de este mueble incluido— desapareciesen. Un primer instrumento —muy tosco— para enfrentarse con este problema fue la desviación standard. Se argumentaba que los aranceles de las materias primas eran más bajos que los de los productos finales, y que, por ello, cuanto mayor fuese la desviación típica, más elevado sería el grado de protección, para una media aritmética similar.

Sin embargo, en estos últimos años se ha pasado a considerar que lo fundamental es conocer la protección al valor añadido. El valor añadido doméstico puede incrementarse artificialmente por la estructura arancelaria. Veamos un ejemplo:

Supongamos un producto A, cuyo precio internacional por unidad es 100 y que tiene un único input B. La cantidad B necesaria para obtener una unidad de A vale 80 a precios de mercado libre. El valor añadido a precios internacionales es, pues, 20 (2). Introduzcamos ahora un derecho del 24 por 100 para A y el 5 por 100 para B. Los precios interiores se convertirán en 124 y 84, respectivamente. El productor de A puede ahora pagar al capital y al trabajo 40 (124-84) en vez de 20.

Se define el tipo efectivo de protección como:

$$\frac{V.A.N. - V.A.I.}{V.A.I.}$$

$$V.A.I.$$

donde:

V.A.N. = valor añadido a precios nacionales (tras aranceles).

V.A.I. = valor añadido a precios internacionales (sin aranceles).

En el ejemplo anterior el tipo de protección efectiva es 100 por 100:  $(40 - 20)/20$ .

En esta situación no tiene que existir una automática correspondencia entre aranceles nominales y efectivos. Supongamos un arancel nominal del 10 por 100 en un producto que tiene las materias primas libres de derechos y un 10 por 100 de valor añadido a precios internacionales. Para simplificar, utilicemos en todos los ejemplos una cantidad de producto que valga 100 a precios de mercado libre. Con

el arancel, el productor protegido podrá vender a 110 y seguirá comprando las materias primas a 90. Su valor añadido es ahora 20, es decir, el doble que en la situación sin protección. Su protección efectiva es 100 por 100.

Pensemos ahora en un producto con un 30 por 100 de arancel nominal, pero en el que todas las materias primas pagan el 25 por 100 y el valor añadido es el 50 por 100 a precios internacionales. Los precios interiores tras los derechos aduaneros serán 130 para el producto acabado y 62,5 para las materias primas. Su valor añadido pasa a ser 87,5. En situación de mercado libre sería 50. Es decir, su protección efectiva o incremento relativo del valor añadido es 35 por 100.

En definitiva, un arancel bajo puede esconder una protección mucho más alta que un derecho elevado. Ello nos exige estudios cuidadosos antes de hablar de sectores más protegidos que otros.

Utilizando los tres grupos de rebajas con las que se ha hecho esta reducción, se pueden afectar las protecciones efectivas en mayor medida que las nominales. Supongamos un producto que a precios internacionales vale 100 y su materia prima 80 y que tiene un arancel del 40 por 100 en el producto terminado y del 25 por 100 en la materia prima. Su valor añadido interior, tras aranceles, es  $40 = (140 - 100)$ . Su protección efectiva es  $(40 - 20)/20 = 100$  por 100. Resulta excesiva en relación a la media española. Si se rebaja el arancel del output un 20 por 100 y no se tocan los derechos de las materias primas, resultará ahora el output con un 32 por 100 de gravamen aduanero y los inputs con el 25 por 100. El nuevo valor añadido interior tras la rebaja es  $132 - 100 = 32$ . La protección efectiva es ahora  $(32 - 20)/20 = 60$  por 100. Sigue siendo elevada, pero resulta un 40 por 100 inferior a la primitiva, aunque la rebaja arancelaria nominal del output es sólo del 20 por 100.

La reducción arancelaria realizada ha conseguido una coordinación de nuestro arancel muy superior a la que hasta ahora existía. Ha implicado, además, la aplicación definitiva de la protección efectiva como instrumento básico de la política arancelaria. Sería inconsecuente dar ahora marcha atrás y que las futuras modificaciones arancelarias de productos o sectores específicos se efectuasen sin estudios previos de protección efectiva.

Por último, y este punto es fundamental, la técnica de la protección efectiva debe emplearse en futuras negociaciones con el Mercado Común. Sería paradójico que, tras la armonización arancelaria conseguida, se creasen nuevas descoordinaciones en nuestros derechos frente a la C.E.E.

(1) El lector interesado en un análisis más profundo de la protección efectiva puede consultar el número monográfico de la revista Información Comercial Española, de marzo, 1972.

(2) Por definición el valor añadido es igual al precio del producto menos el coste de los inputs. El valor añadido corresponde también a la remuneración del trabajo y el capital.

## IGLESIA Y CONCORDATO

(Viene de la pág. anterior)

ción para que uno puede evitar la sensación de que hay algo en esto que no funciona del todo bien.

Que la diplomacia es necesaria, quién es capaz de dudarla? Que hayan de anteponerse los aspectos diplomáticos a los religiosos no se puede admitir sino con muchas y muy graves reservas. Es mucho lo que se ventila en un Concordato aunque es verdad que la vida religiosa de un país puede ser óptima al margen de sus estipulaciones. Y en cualquier caso los ciudadanos de un país que aspiran legítimamente a ser tratados como mayores de edad y los miembros de una Iglesia que quieren ser activos tienen un claro derecho a opinar antes de que se establezcan pactos definitivos. La experiencia del Concordato de 1953 al que tirios y troyanos se apresuran ahora — ¡por fin! — a calificar de anacrónico no es demasiado halagadora como para que pueda pensarse en este momento en errores nuevos que podrían ser irremediables.

Desde esta columna uno quisiera, modestamente, asociarse a otras voces más autorizadas que ya se han dejado oír aunque en tono menor porque el tono mayor lo tienen otros y han hecho con él un ruido excesivo. Es lo único que se puede hacer cuando es tan claro el deseo en tantas gentes de que en este y en todos los asuntos que afectan a la colectividad se proceda más abiertamente y con un respeto mayor al sentir de los que hemos estado demasiado tiempo callados y pasivos. Ahora con ocasión del Concordato... y mañana con la ocasión que sea. Claridad por encima de todo. Y mucha más información.

# LEONTIEF: polifacético en el campo de la economía

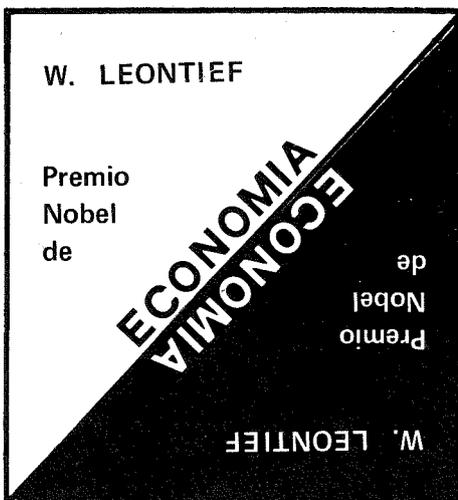
por T. M. S.

W. Leontief, Premio Nobel de Economía 1973 es el séptimo economista galardonado desde la instauración de dicho Premio en 1969 por el Banco Nacional de Suecia. La Academia Sueca al razonar su concesión expuso los siguientes motivos: "El profesor Leontief es el creador único e incuestionable de la técnica económica del Input-Output, esta importante innovación ha dotado a las Ciencias Económicas de un método empíricamente útil para poner al descubierto la interdependencia general inherente al sistema de producción de una sociedad. Dicho método proporciona sobre todos los instrumentos para el análisis sistemático de las complicadas transacciones interindustriales de la economía".

W. Leontief culmina toda una serie de insignes economistas que se han hecho merecedores de tal distinción. Al igual que Kuznets, predecesor dos años atrás del mismo galardón, Leontief se ha ocupado de los aspectos cuantificables que se revelan en la actividad económica. Los aspectos cuantitativos resaltados por Leontief no surgen como faceta independiente del cuerpo teórico de su doctrina con ánimo de una refutación a la misma, sino al contrario surge como elaboración empírica sobre la que apoyar todo el andamiaje de su análisis estructural. Es en este punto donde creemos conveniente señalar que el sistema de Input-Output desarrollado por Leontief no constituye ni una representación exacta y exhaustiva de la Estructura económica de un sistema, ni tampoco un análisis global de multimercado orientado empíricamente, sino que no es más que como el mismo lo define: "un estudio empírico de las interrelaciones existentes entre las diversas partes de un Sistema Económico."

La idea fundamental del análisis Input-Output es la interdependencia económica. No es una idea original del reciente premio Nobel, sino que ya en el siglo XVIII fue desarrollada por Quesnay en su "Tableau Economique". Posteriormente la idea básica de la circulación económica la recogió Marx al explicar la reproducción y circulación del capital en la Sociedad. Leon Walras, economista de la Escuela Matemática, en el análisis de las relaciones existentes en la realidad económica elaboró "un esquema de equilibrio económico general" a través del cual mediante un conjunto de sistemas de ecuaciones se intentaba reflejar las relaciones, y sus consecuencias, las transacciones económicas entre los diversos

sujetos de una colectividad. Leontief se esfuerza por adaptar a la Teoría del "Equilibrio General" de Walras, la idea fisiocrata del Tableau Economique. No en vano Boudeville afirma: "W. Leontief es un economista discípulo de Walras y admirador de Quesnay".



La dificultad básica que en el esquema del "equilibrio general Walrasiano" suponía la existencia de un sistema de ecuaciones con múltiples incógnitas y la abstracción de las mismas que lo devenían irresoluble se soslaya en el análisis Input-Output a través de la agregación de los sujetos económicos en grupos o sectores lo más homogéneos posibles de acuerdo con la actividad realizada por los mismos. Al igual que Walras, Leontief considera que cada sector es a la vez comprador y vendedor de bienes y servicios, tal supuesto expresado a través de una tabla de doble entrada permite la representación de la actividad económica de modo que se aprecien las interrelaciones que en el proceso productivo se manifiestan. La homogeneización de tales relaciones se consigue a través de su expresión monetaria de modo que es a través de este "velo monetario" como se trasluce la corriente de bienes y servicios reales que incuestionablemente se produce en el desenvolvimiento del proceso productivo.

La tabla Input-Output como modelo de análisis intersectorial cumple su misión de explicación y representación parcial de la realidad estructural, por tal motivo ha sido universalmente aceptada tanto a nivel nacional como regional. En otras posibles aplicaciones tales como la estimación de la Oferta necesaria para atender a unas demandas finales previs-

tas según unos determinados supuestos, variables para cada circunstancia, su aplicación es objetable en cuanto lo es la solidez de los mismos supuestos en los que se basa, como por ejemplo, las hipótesis de linealidad y permanencia de los coeficientes técnicos que revelan un modo de producción estable e idealizado para una técnica dada sin la consideración de su posible variación. Pero por otra parte, es necesario señalar, que la sencillez de tales supuestos de una operatividad al esquema que sin duda a través de unas premisas más sofisticadas quedaría mermada. Es por esto por lo cual se revela como adecuado a las exigencias de todo planteamiento de una acertada Política Económica.

Leontief no se ha limitado a ser un hombre dotado de una visión técnica rigurosa con un reducido campo de visión, sino que ha sido un polifacético en el amplio campo de la Economía. Sus aportaciones abarcan desde los ásperos aspectos metodológicos con la crítica a un modo de razonar basado en los supuestos implícitos y utilizando los términos de las proposiciones de modo que las tesis devengan no solo verdaderas sino también irrefutables, modo de proceder que el ha tachado de "razonamiento implícito", hasta la consideración de los problemas de los números índices, pasando por el análisis y obtención de las curvas de indiferencia social en el ámbito del Comercio Internacional. Es en este mismo aspecto donde a través de la aplicación del análisis Input-Output llegó a la refutación de la teoría de Keckscher-Ohlin, en relación al caso americano, de modo que la Teoría por la que se predecía que un país tendería a exportar aquellos bienes que son relativamente intensivos en la utilización de los factores que dicho país tiene en abundancia relativa, se ve refutada en lo que se refiere al año 1947 en U.S.A., en cuanto aparece importando bienes intensivos en la utilización del factor capital, con lo que se revelaba que la Teoría de Heckscher-Ohlin precisaba de otros argumentos más elaborados que además de los ya indicados determinasen unívocamente la dirección del Comercio Internacional.

Pero su aportación básica y por la cual se le ha concedido la máxima distinción en el campo de la Ciencia Económica ha sido la que encierran sus propias palabras: "Consideramos la economía de un país como un organismo, en el que cada parte juega su papel y entre sí están relacionadas, de tal manera que si una de ellas enferma, afecta al funcionamiento de la otra... y si un sector se desproporciona repercute en la deformación del resto". Verdad no por lo elemental menos olvidada en excesivos planteamientos de la Política Económica a todos los niveles..

# Un premio sin demasiadas sorpresas

por Eduard Berenguer

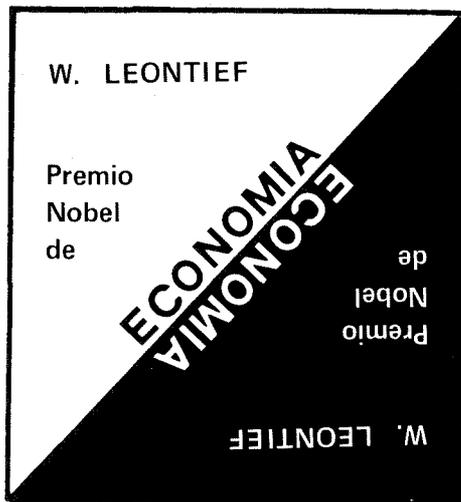
Valorar exhaustivamente la obra del profesor Leontief, Nobel 1973, es algo que sobrepasa los límites específicos de este trabajo, no sólo por el espacio que ello requeriría sino también por el tipo de público que, imagino, lee esta revista. Por ello rehuiré en la medida de lo posible a todo tecnicismo superfluo o a cualquier otro tipo de consideración que pudiera entorpecer el hilo argumental de esta lectura. Con todo, si en algún momento, aparece algún razonamiento cuya comprensión puede resultar un tanto excesivamente compleja, pido, por adelantado, disculpas al lector.

En líneas generales, tanto para el economista como para el político, el análisis input-output principal aportación de Leontief, es una técnica relativamente conocida. A ello ha contribuido sin duda su capacidad para superar con éxito el momento estrictamente teórico. En efecto, a partir del instante en que provee una representación adecuada del sistema económico y, sobretodo, por cuanto explícita los diversos flujos que se producen entre los diversos sectores económicos, su capacidad explicativa y predictiva ya se halla asegurada. De ahí la utilidad evidente que presenta este tipo de análisis.

El razonamiento matemático utilizado, basado en el cálculo matricial, es muy simple. Como se sabe una matriz es una agrupación rectangular de  $mn$  números reales agrupados en  $m$  filas y  $n$  columnas. Cada número real se denomina elemento de la matriz y en el sistema leontiano representan los distintos coeficientes técnicos de las funciones de producción de cada uno de los sectores, de la demanda final por parte de los consumidores, de las funciones de inversión, del sector público, de las importaciones, exportaciones, etc., según el grado de especificación del modelo que depende en gran medida del tipo de información estadística disponible.

En la matriz representativa del sistema económico las "k" primeras filas y columnas representan los diversos sectores económicos que recogen dos tipos distintos de flujos. Cada sector para lograr su output utiliza una determinada cantidad de inputs de otros sectores y una parte de su propio output como input, o lo que es lo mismo, las empresas de un sector cualquiera incorporan a su función de producción, factores que

compran a empresas situadas en otros sectores. Su producto, igualmente se vende a otras empresas y/o a los consumidores. Por ejemplo, imaginemos una empresa dedicada a la producción de textiles. Para conseguir sus tejidos deberá acudir a los mercados de materias primas (lana, algodón, fibras artificiales, petroquímico), pero además necesitará una cantidad determinada de energía eléctrica, colorantes, tintes, apresto, etc.,



todo ello inputs, que debe buscar en mercados distintos y especializados. Igualmente sucede con sus ventas, que pueden dirigirse al consumo directamente, o repartirse en diversos sectores. Para cualquier sector, es posible hallar en la práctica múltiples interrelaciones. Por ello, en un esquema input-output, cada sector refleja las actividades típicas de todo mercado: de un lado actúa como demandante; de otro, como oferente. La presentación del modelo permite descubrir las interrelaciones existentes entre los sectores. Para que el sistema logre el equilibrio, es decir, para que tanto los individuos como las empresas se hallen satisfechos con las posiciones adoptadas se debe cumplir: 1) la cantidad de bienes o servicios ofrecidos por cada sector debe ser igual a la cantidad de bienes y servicios demandados por los demás sectores y 2) la igualdad entre el valor total de los bienes o servicios ofrecidos por cada sector debe ser igual al valor de los bienes o servicios adquiridos por los demás sectores. Matemáticamente podemos expresar estas propiedades como:

$$X_i = x_{ij} \quad (i, j = 1, 2, \dots, n)$$

$$x_{ij} P_i = x_{ji} P_j \quad (i, j = 1, 2, \dots, n)$$

Utilizando funciones de producción lineales del tipo más simple, tenemos:

$$x_{ij} P_i = a_{ij} X_j P_j \quad (i, j = 1, 2, \dots, n)$$

donde

$x_{ij} P_i$  es la cantidad de bienes y servicios del sector  $i$  adquiridos por el sector  $j$  al precio medio de  $P_i$ ,

$a_{ij}$  es un coeficiente fijo, y  $X_j P_j$  es el valor de los bienes ofrecidos por el sector  $j$  al precio medio  $P_j$ .

Para calcular el valor de los coeficientes fijos ya que tanto  $x_{ij} P_i$  como  $X_j P_j$  son conocidos— se procede a hallar las relaciones entre el valor de los inputs de cada sector ( $x_{ij} P_j$ )

y el valor del output total ( $X_j P_j$ )

Así, para un sector cualquiera  $k$ , los coeficientes vendrían dados por

$$a_{ik} = \frac{x_{ik} P_i}{X_k P_k} \quad (i = 1, 2, \dots, n)$$

Si suponemos, lo que es una simplificación que los sectores no utilizan sus outputs como inputs, en la anterior fórmula,  $i$  admite todos los valores excepto el valor  $k$ . Aplicados los coeficientes a cada una de las distintas ecuaciones de equilibrio para cada sector, llegamos a la siguiente representación del sistema económico:



conclusiones que ofrece al final este estudio, consisten en deducir que no existen interrelaciones importantes entre los distintos sectores a nivel regional, cosa cierta si se piensa en relaciones clásicas del tipo primario—secundario—terciario, pero no en el caso de que se examinaran las interrelaciones en el interior de cada uno de los sectores donde son muy importantes, especialmente en el sector terciario (p.e. interrelaciones hostelería—comercio —demanda de bienes de consumo— construcción, etc.)

De todos modos, entre el primitivo análisis leontiano y las tablas input—output regionales hay un camino bastante amplio, y el modelo original tuvo que resistir diversas reformulaciones y superar algunas críticas. De hecho en el modelo de Leontief se supone que los coeficientes de producción (las  $a_{ij}$ ) son fijas. Ello es así por el hecho de utilizar funciones de producción lineales, en las que la sustituibilidad entre los diversos factores no aparece como una hipótesis relevante. De acuerdo con la tradicional teoría microeconómica esto suponía una contradicción grave, ya que los precios de los factores no podían variar de acuerdo con la oferta y la demanda. La única variación posible que se admitía era si se modificaba la escala de producción. Esta contradicción aparente, sin embargo se resolvía, al suponer que el modelo era un modelo a corto plazo que funciona con funciones de producción que incluyen una tecnología dada, entonces se pueden utilizar funciones muy simples que dependen única y exclusivamente de la fuerza de trabajo existente en el sistema. Incidentalmente digamos, que estas funciones se pueden obtener considerándolas como soluciones particulares de funciones más amplias del tipo Cobb—Douglas o similares. Es más, sobre las mismas pueden realizarse diversas consideraciones a largo plazo. De hecho la función de producción de Harrod, es una función de tipo lineal que depende de los stocks de capital existentes. Por su complejidad no explicaremos de que modo los empresarios pueden ajustar su conducta a una función de producción de este tipo, recalquemos simplemente que suponiendo funciones lineales puede resolverse la aparente contradicción entre el sistema leontiano y el sistema de precios tradicional.

En otro orden de ideas conviene recalcar la importancia que desde el punto de vista de historia del pensamiento ofrece el modelo input—output como una posible tentativa de unión entre la micro y la macroeconomía. Obsérvese que si cada elemento de la matriz puede explicar el comportamiento individual de los distintos consumidores y productores el modelo completo ofrece un modelo

de renta en perfecto equilibrio. Si las (a) son la representación a nivel microeconómico, el modelo ofrece al mismo tiempo una alternativa en que la renta se divide entre consumo o inversión. En efecto, supongamos representando el modelo de acuerdo con la siguiente matriz particionada:

$$L = \begin{bmatrix} & y & x \\ u & & 0 \end{bmatrix}$$

donde Y representa la matriz cuadrada de los flujos interindustriales de bienes y servicios, x es un vector columna de las

W. LEONTIEF

Premio Nobel de Premio Nobel

ECONOMIA ECONOMIA

W. LEONTIEF

**FOTOS AERIAS DE BALEARES**

**ESTON**

ESTRUTURA TOPOGRAFIA Y VECTORES

Pza. ROSELLON, 15 - 3º \* Tel. 223356

**PALMA**

Delegación de **GEOFASA**

**ARCHIVO ACTUAL DE TODA MALLORCA**

ventas finales,  $u'$  es el vector fila de elementos de coste de las diferentes industrias que no toman forma de productos de otras industrias nacionales. A partir de ahí, tenemos,  $Y$  representa la renta interior al precio de los factores es decir el valor total del conjunto de los bienes producidos,  $x$  representa el consumo de estos bienes y la inversión en bienes de equipo;  $u'$  afecta a los movimientos exteriores. Por tanto podemos escribir.

$$Y = C + I + X - M$$

que es la típica ecuación keynesiana de equilibrio de la renta. Igualmente se le podría añadir el sector público, con lo que el modelo ya nos quedaría completo.<sup>3</sup>

No son estas, sin embargo, las únicas contribuciones de Leontief al análisis económico. Igualmente se debe a Leontief la famosa paradoja que lleva su nombre y que hace algunos años levantó cierto revuelo en el mundo académico. Dicha paradoja, muestra cómo las exportaciones de bienes americanos al exterior está formada principalmente bienes que utilizan principalmente el factor trabajo en vez del factor capital, contrariamente a lo que se suponía. También son rele-

vantes sus trabajos en el ámbito micro-económico y en el tratamiento de ciertas cuestiones del comercio internacional.

Ideológicamente, está considerado como un economista perteneciente al pensamiento occidental, pero igual que Schumpeter cree que el economista puede dialogar perfectamente con el marxismo. A este respecto es relevante la siguiente cita extraída de un artículo suyo de 1935 que dice textualmente: Marx es importante para la teoría económica moderna en su condición de fuente inagotable de observaciones directas de la realidad. Gran parte de la teoría actual es de segunda mano. A menudo no teorizamos sobre las empresas, los salarios o los ciclos económicos, sino sobre las teorías de los beneficios, de los salarios o de los ciclos económicos de otros economistas. Si antes de emprender cualquier explicación de los mismos uno desea enterarse de que son en realidad los beneficios; los salarios y las empresas capitalistas, obtendrá en los tres volúmenes de *El Capital* una información mucho más completa, realista y de primera mano que la que pueda hallar en diez números sucesivos del "United States census", una docena de libros de texto sobre las instituciones económicas contemporáneas y,

casi me atrevería a decir, las obras completas de Thorstein Veblen.<sup>4</sup> Cita que dada la calidad del autor, debería tomarse en cuenta. Por ello, incluso, con estos antecedentes remotos que podrían hacerlo sospechar de neo-marxista, puede decirse que la concesión del premio a Leontief, en un año de sorpresas, apenas en su caso si lo es.

#### NOTAS

<sup>1</sup> Seguramente, Leontief empezó a trabajar en el modelo input-output en sus años de estudiante en la Unión Soviética. Hay razones para sospechar que ello sea así, y que en parte hallara parte de la inspiración necesaria en las experiencias planificadoras que tenían lugar en la U.R.S.S. En su bibliografía he hallado dos artículos anteriores a 1941 en que publica su *The Structure of American Economy* (trad. castellana de la 2.ª ed., en Ed. Bosch) en que trata del tema.

<sup>2</sup> Cao-Pinna, Vera, *Analisi delle inderdipendenze settoriali di un sistema economico* Torino, Einaudi, 1958, pág. 19.

<sup>3</sup> Ver R. Stone, *Renta Nacional, Contabilidad Social y Modelos económicos*, 2.ª ed. Barcelona, Oikos, 1969, págs. 201 y ss.

<sup>4</sup> "El Valor de la economía de Marx para la teoría económica de nuestro tiempo". En David Horovitz *Marx y la Economía moderna*, Barcelona, Laia, 1973.

## LA NUEVA

OCHO CAPITULOS  
DE  
INFORMACION



MAS DE 200 PAGINAS  
DE  
INTERES

# 1974

aparecerá en Enero próximo

RESERVE SU EJEMPLAR. — TELEFONO 29 06 00

# Economía filatélica

por Alejandro Martínez Fornaguera,

Miembro de la "Asociación Hispánica de publicistas Filatélicos y Numismáticos" y de la "Association Internationale des Journalistes Philatéliques".



## Influencia económica filatélica de la boda de la

## Princesa Ana de Inglaterra

Antiguamente algunas pocas bodas, genuinamente reales, es decir, entre rey y reina, tenían repercusiones filatélicas.

En Gran Bretaña solamente las bodas de plata de Jorge VI y su esposa y más recientemente de Elizabeth II y su esposo, han merecido los honores de la Filatelia en unas series llamadas "ómnibus".

La palabra "ómnibus" que, en latín, significa "para todos", se aplica filatélicamente para las series que Gran Bretaña, sus dominios, territorios, colonias y países de habla inglesa emiten simultáneamente para conmemorar un mismo acontecimiento.

Para los países de habla inglesa recientemente independizados, representa una considerable fuente de ingresos la emisión de series ómnibus, ya que se editan álbums especiales para el acontecimiento en particular, destinados a contener todas las emisiones conmemorativas, en el caso actual, las de la boda de la princesa Ana de Inglaterra con el capitán Mark Philips. Me explicaré mejor: Hay muchas personas que, por ejemplo, no coleccionan los sellos de Aitutaki, Anguilla, Barbados, Pitcairn, etc., pero que, en casos como el que comento, no prescinden de adquirir estos sellos, con lo que los ingresos por este concepto resultan sustanciosos para estos pequeños territorios.

Puede verse, pues, que es el peso económico en estos casos el factor decisivo que decide una emisión de sellos.

He leído en alguna parte que el progreso llegará un día a eliminar los sellos. Yo opino firmemente que no, los intereses creados son ya enormes. Todos los países socialistas consiguen muchas divisas gracias a la emisión de sellos; muchas naciones y territorios pequeños obtienen sustanciosos ingresos también gracias a la emisión de valores filatélicos; y, por último, no hay que temer que los franquígrafos, —es decir, estas máquinas que imprimen en rojo el franqueo de las casas comerciales con gran volumen de correspondencia desplacen al sello de Correos, entre otras razones porque en el mundo hay un gran conjunto de personas que viven de los sellos, pero es que además nunca se podrían eliminar los sellos, ya que constituyen el único medio de que los particulares puedan franquear sus envíos.

No se si mis lectores se habrán dado cuenta de la ventaja enorme que representa el hecho de que, después de cerrar el sobre, adhiriendo encima estas etiquetas llamadas sellos de Correo en cantidad suficiente, se franquee el envío a cualquier parte del mundo sin más molestia que depositarlo en un buzón de Correos. Por otra parte, ¡qué gran men-

saje cultural se envía con cada sello!, por vulgar que éste parezca. ¿Quién puede sustituir el mensaje cultural que representa, por ejemplo, el franqueo de una carta que he recibido hoy, en la que hay un sello de 3 pesetas con la figura de un arcabucero de artillería de 1534, un sello de 4 pesetas con una palmera canaria y un sello de 5 pesetas con una rama de acebiño? . Así, pues, nos encontramos con que los sellos influyen en la economía de todos los países, grandes países, grandes y pequeños; en la difusión de la cultura; en facilitar al usuario particular la posibilidad de franquear un envío postal sin necesidad de visitar una estafeta y, por último, proporcionar unos ingresos a las arcas del Estado.

Ahora bien, como técnico filatélico debo advertir a mis lectores que estas emisiones "ómnibus" no suelen nunca constituir una excelente inversión, sino simplemente un magnífico recuerdo romántico de un acontecimiento cualquiera. Ha habido pues, emisiones ómnibus de ámbito mundial para el centenario de la fundación de la Cruz Roja Internacional, para la campaña contra el paludismo, para la conmemoración del LXXV aniversario de la fundación de la Unión Postal Universal, para la celebración del Año Mariano, para la Feria Mundial de Nueva York, para el centenario de la Unión Internacional de Telecomunicaciones y para otros acontecimientos similares como el Año Internacional de los Derechos Humanos, los Juegos Olímpicos de Méjico y Munich, el XXV aniversario de las Naciones Unidas y muchos otros. En todos estos casos, la curiosidad de coleccionar las emisiones de todos los países que han dedicado sellos a un determinado tema de los mencionados constituye para el aficionado a dicho tema un aliciente insustituible. Ahora bien, desaparecido el idealismo que ha provocado la conmemoración, salvo rarísimas excepciones, los sellos no solamente no suelen experimentar un alza notable sino que, más bien, sufren una regresión, ya que los interesados en el tema lo adquirieron en su día cuando el tema era de máxima actualidad y es raro que surja comprador a posteriori. Esta es una advertencia que no he podido callarme en el momento en que van a aparecer sellos dedicados a la boda de su Alteza Real, la princesa Ana de Inglaterra y el capitán Mark Philips.

# Movimiento alcista en el mercado internacional

Como resultado de la inflación que, en mayor o menor grado, tiene lugar en todos los países del mundo, los sellos experimentan una tendencia al alza casi universal. Centrándose de momento la fuerte corriente de alza en las series raras de los respectivos países.

Normalmente el coleccionista español se guía por las cotizaciones que indica el catálogo francés Yvert & Tellier, cuyas cotizaciones admite como artículo de fé. Un catálogo universal tiene actualmente un alcance demasiado extraordinario para que las cotizaciones indicadas correspondan exactamente a la situación del mercado en cada país. Así tenemos, por ejemplo, que en la última edición, los sellos de los países italianos, es decir, Italia, Vaticano y San Marino no han tenido prácticamente ningún movimiento significativo. No obstante, los sellos de dichos países se hallan en plena corriente alcista y no tan solamente las series llamadas clásicas, sino también, y muy especialmente, las series no conmemorativas.

Tradicionalmente, y desde hace por lo menos 35 años, las cotizaciones Yvert en el mercado español se valoran a lo que se llama el "10<sup>o</sup>/o". Me refiero, naturalmente, a las ventas efectuadas en los mercadillos de Madrid, Barcelona y Valencia. Este 10<sup>o</sup>/o quiere decir simplemente que se calcula el franco Yvert 1974 a 10 pesetas. Por el cambio en billetes, el precio real debería ser unas 13 pesetas y si se trata del franco en cheques a unas 14 pesetas, a las que si añadimos los gastos de importación, viene a salir a 15 pesetas el franco Yvert 1974.

Los países italianos, como también el Japón, están en una situación tal, que las series que no se pueden hallar en el mercado español y han de comprarse en los propios países, sólo pueden conseguirse a 20 y 25 pesetas franco respectivamente.

Esta corriente también afecta a las series españolas y, sin duda alguna, podrá observarse que, algunas series habrán subido de cotización en el Catálogo Especializado 1974 próximo a

aparecer. No es que sea profeta, ya que no tengo ninguna idea sobre las decisiones que toman los que editan el catálogo, pero las ofertas de compra que aparecen en las revistas especializadas y las operaciones que se realizan en los mercadillos en la Plaza Mayor de Madrid y la Plaza Real de Barcelona, indican a las claras que los precios no pueden permanecer inmóviles. Por otra parte, incluso si el Catálogo Especializado no registrase las alzas que se producen habrá que atribuirlo a la extremada prudencia de sus editores para evitar una especulación con los sellos españoles y que se vuelvan a repetir las desgraciadas circunstancias de lo acaecido entre 1964 y 1968. La verdad del asunto es que hay cada vez mayor demanda de las series de precio elevado y que ya hay mucha gente ávida en colocar bien su dinero y que creen firmemente en las inversiones filatélicas.

Todavía no se ha efectuado ninguna subasta filatélica importante que registre en España que, lo que aquí apunto, sea cierto. Pero en las subastas extranjeras, sellos raros con ligeros defectos han sido rebatados a más del doble del precio estimado en el catálogo por sus organizadores. Todo ello es signo indicativo de que la Filatelia está entrando nuevamente en momentos de fuerte alza.

Esto no debe sorprender a nadie, ya que corresponde a un movimiento cíclico que se repite aproximadamente cada 7 u 8 años y que, esta vez, la coyuntura económica ha retrasado un poco.

Es sintomático que, en cuanto se produce un movimiento de alza en los valores filatélicos, los que los poseen tienen tendencia a retenerlos en espera de mayores alzas y los que los desean, ofrecen cada vez mayor importe para que los que los poseen se decidan a desprenderse de ellos. Es, pues, el momento en que, práctica y proporcionalmente se realizan menos operaciones de compra y venta en el mercado.

## FUTBOL Y FILATELIA

Al parecer, ¡qué elementos más dispares! El primero: acción, músculo, intuición, arrojo y puntería en los disparos a puerta; el segundo: atención, paciencia, estudio, sosiego y acierto en la inversión.

No obstante, gracias a la certera visión del Secretario General del Club de Fútbol Barcelona, don Fernando Riba Ribera, y con ocasión de celebrarse en Barcelona el PRIMER DIA MUNDIAL DEL FUTBOL, —lo que, valga la redundancia, quiere decir que es la primera vez que en el mundo se celebra el Día Mundial— se ha logrado aunar estos elementos tan diferentes, de forma que la

cultura representada por la Filatelia y la Marcografía colabore estrechamente para el mayor éxito de España en la organización, por parte de un club particular, de un partido que se celebra, bajo el patrocinio de la FIFA (Federación Internacional de Fútbol Asociación) entre una selección europea y una selección americana para mayor brillantez y simbolismo. Cada año la celebración del DIA MUNDIAL DEL FUTBOL cambiará de continente. Así, pues, en 1974 se celebrará en América.

Un acontecimiento deportivo de tanta importancia no podía pasar por la historia sin dejar constancia en la Marcografía,

así, pues, del 1 al 31 de Octubre de 1973 en la Administración Principal de Correos de Barcelona se ha utilizado un matasellos manual o de cuño, exclusivamente para este día, en tres locales distintos, con lo que por primera vez en Barcelona se utilizarán tres matasellos iguales para conmemorar un mismo acontecimiento.

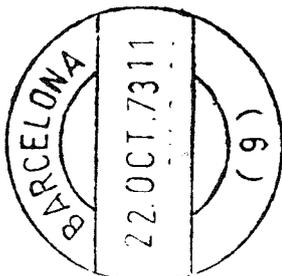
En el Palau Blaugrana se exhibirán, en bloque de cuatro, los sellos de tema Fútbol de la famosa colección del Excelentísimo Sr. don Juan Antonio Samaranch, gran personalidad dentro del Deporte y de la Filatelia y actual Presidente de la Diputación Provincial de Barcelona.

Si tenemos en cuenta que en el Primer Congreso Internacional de Filatelia celebrado en Barcelona en 1960, se definió a la Filatelia como "Ciencia auxiliar de la Historia", no hace falta decir, que en este caso, estos matasellos harán entrar en la Historia un partido que será el primero de una serie y del que quedará constancia para siempre, dentro de la rama de la Filatelia denominada Marcografía, que no es más que la que siguen los aficionados a los matasellos conmemorativos.

PRIMER DIA MUNDIAL DEL FUTBOL



31 OCTUBRE 73 BARCELONA



## Nuestra agricultura y su coyuntura económica

“Información Comercial Española”, la revista que edita el Ministerio de Comercio, ha publicado un número monográfico consagrado a la agricultura española. Los autores de los trabajos que se insertan en dicho volumen se han circunscrito a tres aspectos, sin duda fundamentales, de precios, financiación y mano de obra.

Respecto a la política de precios, se indica que, a comienzos de la década del 60, recibió como factor sobre el que tenía que operar una estructura productiva arcaica, volcada hacia los tres cultivos tradicionales —trigo, vid y olivar— y marcadamente asimétrica en cuanto a la dimensión y número de las explotaciones. Es decir, que una gran masa de pequeños propietarios trabajaban sobre superficies no mecanizables, dependiendo su nivel de ingresos, fundamentalmente, de la política de precios. Simultáneamente, un pequeño número de explotaciones organizadas de forma capitalista y mecanizada, trabajaban a costes de producción muy inferiores. En esta situación, la política de precios no ha podido ser satisfactoria, a causa de que ha tenido que orientarse más a mantener niveles aceptables de renta para el conjunto de pequeños agricultores independientes, que a conseguir objetivos técnicos y económicos de mayor alcance, tales como la mecanización, la mayor adecuación de la oferta a la demanda, etc.

El segundo tema que se examina es el de la financiación agraria, señalándose que los fondos totales dispuestos por el sector agrario en la Banca, tanto oficial como privada, ascendían al finalizar el año 1971 a la cifra de 183.720 millones de pesetas, lo que supone el 48 por 100 de la producción final agraria, mientras que en 1962 representaban sólo el 48 por 100 de la producción en dicha anualidad.

Pero más que la cifra de crédito en sí misma, que no parece que sea excesiva, el hecho que causa mayor extrañeza es su destino, ya que el 70 por 100 se dedica a financiar el capital circulante y sólo el 30 por 100 a apoyar la inversión.

Más en este aspecto de los créditos destinados a la financiación se observa, asimismo, una distorsión por existir una clara discriminación en favor de los cereales y en contra de la ganadería y de los productos hortofrutícolas. Así, cada peseta de valor final en cereales, tiene finan-

ciación de 1,25 pesetas, mientras que en ganadería, cada peseta de producción cuenta con una financiación de 0,16 pesetas.

El tercer tema que se desarrolla en el número de “Información Comercial Española” que examinamos, es el de la transferencia de la mano de obra desde la agricultura al resto de los sectores.

En los cuadros estadísticos que acompañan a ese trabajo se advierte que, en 1940, la población activa campesina ascendía a 4,78 millones de personas, mientras que al finalizar el año 1970 dicha población quedaba en 2,93 millones de personas. El descenso de los activos agrarios humanos en los dos últimos decenios fue, por consiguiente, de 1,85 millones de personas.

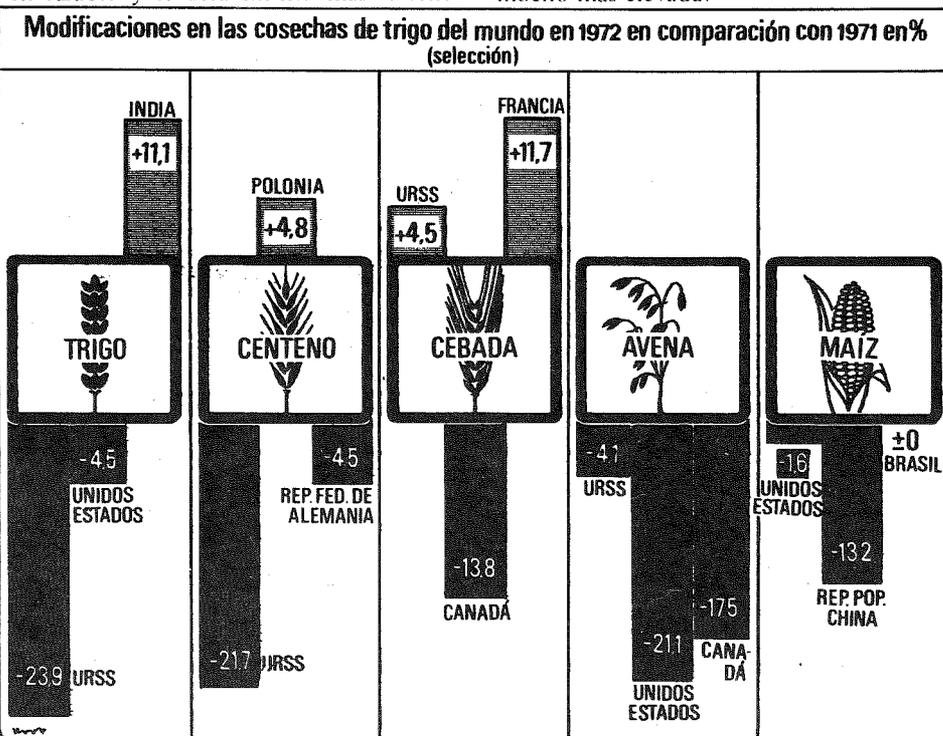
Al enjuiciar las perspectivas del actual decenio, los autores de los trabajos que comentamos señalan que el hecho evidente de que nuestra agricultura no pueda contar como un dato seguro con el mercado de la Comunidad Económica Europea (que seguiría siendo proteccionista mientras las circunstancias mundiales lo permitan), no puede conducirnos a adoptar la posición de esperar y ver. La política agrícola tiene que realizar una gran tarea, la cual, por otro lado, no es incompatible con unas expectativas futuras más favorables para nuestras exportaciones.

En primer lugar —se afirma— es preciso plantearse toda la problemática de la dimensión de las explotaciones, ya que, en términos generales, la situación actual es envidiable y lo será mucho más si tene-

mos que aceptar un mayor grado de liberalización internacional en los productos básicos.

Por otra parte, e independientemente de la evolución exterior, se hace imprescindible instrumentar, a fondo, una política de desarrollo de la ganadería de carne en el sector vacuno, para el que existen posibilidades de alimentación propia, al paso que el fomento del ganado porcino y aviar nos coloca en situación de forzar las importaciones de piensos, sin que mejore la estructura de los cultivos.

Mas, en definitiva, éstas son consideraciones importantes, pero sólo parciales y que no pueden hacer olvidar el problema central del sector agrícola. En efecto, mientras la población activa agraria represente el 27 por 100 de la total activa del país y su contribución al Producto Interior Bruto se limite al 13 por 100, la paridad de renta y de productividad con los restantes sectores, es menos de la mitad. Si nuestra renta agraria no crece, en términos reales, más que el 2,5 por 100 anual y la población activa del sector no desciende sino al ritmo del 2,5 por 100, esta situación de disparidad de renta tiende a perpetuarse. La única posibilidad dentro de una política de estabilidad, reside en actuar por el lado de la producción diversificándola y llevando la transformación agraria interna a niveles superiores y por otro lado imprimiendo un proceso de aceleración al transvase de población activa agraria a los restantes sectores, en los que la productividad es mucho más elevada.



**LA CRISIS DE LOS CEREALES.**— Este gráfico muestra las modificaciones en las cosechas de cereales de diversos países en 1972, comparadas con 1971, en tantos por cientos. Las reservas mundiales han disminuido sensiblemente, mientras que los precios se han disparado. Como se puede apreciar, los países que han experimentado déficit son más que los que aumentaron su producción.

# 122 sociedades con más de 100 millones de pesetas en beneficios

## Durante el pasado ejercicio

A menudo se comenta que la industria española está constituida en gran parte por empresas de reducida dimensión y que la producción tiene lugar en una estructura sectorial excesivamente atomizada. Pero estadísticas en mano, cuando se acude a contrastarlo con la realidad de otros países, sorprende comprobar que en naciones tan industrializadas como Estados Unidos o las que forman el Mercado Común se registran porcentajes similares. En cambio lo que preocupa verdaderamente al analizar la dimensión de las sociedades industriales españolas es la práctica ausencia de grandes empresas, ya no digamos a escala mundial. Esta circunstancia, denunciada incluso por los autores del III Plan de Desarrollo, es el problema grande y grave de nuestra economía, que no hace más que refrendar la tabla adjunta que ha confeccionado nuestro colega "Fomento de la Producción", ya que los beneficios o, mejor dicho, su pequeño volumen son dificultad principal para el crecimiento interno de las empresas industriales españolas.

El balance del cuadro es conmovedor. Ciento veintidós compañías industriales (insistimos no están las financieras ni las de servicios, ni bancos) son capaces de ganar más de 100 millones y ello nos da la talla de nuestros grandes. Que la primera empresa europea (la Royal Dutch Shell) gane ocho veces lo que la primera española (la Telefónica, por cierto monopolio), puede darnos una pequeña idea de la distancia a que nos encontramos de nuestros vecinos del continente.

Vista la necesidad que siente la industria española de contar con grandes empresas a nivel internacional y dados los obstáculos y la lentitud con que opera el crecimiento interno de las empresas, hay que realizar un esfuerzo intenso en el próximo futuro para promocionar operaciones de integración, eliminando el coste fiscal de las operaciones e incluso estableciendo estímulos positivos para fomentarlas. Esto es lo primero que se nos ocurre.

Valga por hoy la reproducción de esta lista de "Fomento de la Producción" elocuente e informativa por sí, sin necesidad de más comentarios.

	Beneficios en millones ptas.				
1	Telefónica	5.818	71	Asturiana de Zinc	180
2	Iberduero	3.771	72	Distribuidora Industrial	180
3	Hidroeléc. Española	3.554	73	Española de Oxígeno	175
4	Unión Eléctrica	1.775	74	Hispano Olivetti	172
5	Fecsa	1.535	75	E.N. Autocamiones	171
6	Ensidesa	1.532	76	S.E. de C. Babcock & Wilcox	170
7	Fenosa	1.394	77	Portland Valdeiribas	170
8	Standard Eléctrica	1.265	78	Citroën Hispania	168
9	Sevillana de Electric.	1.245	79	Transmediterránea	166
10	IBM	1.050	80	Cros	165
11	Campsa	1.001	81	Bendibérica	163
12	Altos Hornos de Vizcaya	983	82	Torras Hostench	161
13	Seat	969	83	Hispanic Industrial	160
14	Explosivos Río Tinto	718	84	John Deere Ibérica	152
15	Enher	662	85	Calatrava	151
16	El Corte Inglés	634	86	Entrecanales y Tavora	150
17	E.N. Aluminio	563	87	Marconi Española	148
18	Cepsa	516	88	Acumulador Tudor	147
			89	Huarte y Compañía	145
			90	E.N. Celulosas	145
			91	San Miguel	144
			92	Philips Ibérica	143
			93	Mutua Madrileña Automovilista	143
			94	Carbuos Metálicos	140
			95	Tubacex	140
			96	La Cruz del Campo	138
			97	Agromán	137
			98	Metropolitano de Madrid	137
			99	Pedro Domecq	134
			100	Portland Iberia	131
			101	Eléctrica de Langreo	130
			102	Femsa	126
			103	Productos Pirelli	126
			104	Fomento de Obras y Construcciones	125
			105	Cia. Indust. y de Abastecimientos	125
			106	Vidriera de Castilla	124
			107	Koipe	122
			108	Victorio Luzuriaga	121
			109	Gas Madrid	119
			110	Finanzauto y Servicios	118
			111	Pescanova	116
			112	Faes	116
			113	Financiera y Minera	114
			114	Bianchi	113
			115	Cementos Alba	111
			116	Foret	110
			117	Tabacalera	108
			118	Duro Felguera	105
			119	Metalúrgica Santa Ana	105
			120	Tableros de Fibras	104
			121	Balay	101
			122	Patricio Echeverría	100
19	Salto del Sil	529			
20	Hidroeléc. Catalana	526			
21	Iberia. Lineas Aéreas de España	470			
22	Electra de Viesgo	458			
23	Fasa Renault	451			
24	Dragados y Construc.	446			
25	Petroliber	408			
26	La Seda de Barña	389			
27	Cristalería Española	384			
28	El Aguila	379			
29	Butano	378			
30	E.N. Electricidad	365			
31	Vallehermoso	361			
32	Firestone Hispania	353			
33	Nestlé	350			
34	Repesa	342			
35	Esso Petroleos Españoles	334			
36	Michelin	312			
37	Roca Radiadores	298			
38	Energía e Indust. Aragonesas	293			
39	Alcudia	289			
40	S.G. Aguas Barña	288			
41	Aluminio de Galicia	287			
42	E.N. Calvo Sotelo	282			
43	Astilleros Españoles	273			
44	Dow Unquemesa	271			
45	Asturiana de Minas	268			
46	Hidroeléctrica Cantábrica	266			
47	Motor Ibérica	263			
48	Galerías Preciados	253			
49	INI	252			
50	Inmobiliaria Urbis	251			
51	Ebro. Cia de Azúcares	250			
52	Catalana de Gas y Elec.	239			
53	Uigor	234			
54	Finanzauto	226			
55	Sniace	219			
56	Valenciana de Cement.	218			
57	La Unión y el Fenix Español	216			
58	Andaluz de Minas	216			
59	Asland	208			
60	Reunidas de Zaragoza	201			
61	Gas y Electricidad	200			
62	Sarrió CAP	197			
63	General Azucarera	196			
64	Hilaturas Fabra y Coats	196			
65	Resinas Poliésteres	186			
66	Citesa	185			
67	Miniwatt	185			
68	Echevarría	183			
69	Asfaltos Españoles	181			
70	Cia. de Industrias Agrícolas	181			

### INTERESANTE "BOLETIN"

En el Boletín Oficial del Estado del día 29 de Octubre último, se publican cuatro Ordenes Ministeriales por las que se regulan respectivamente:

-El procedimiento para conceder Ayudas para inversión con destino a fomentar la comercialización por Cooperativas del Campo.

-El procedimiento para conceder Ayudas para equipamiento y modernización de la pequeña y mediana Empresa Comercial.

-El procedimiento para efectuar adjudicaciones en relación con el programa de asistencia técnica al consumidor.

-El procedimiento para efectuar adjudicaciones en relación con el programa de protección y asistencia técnica a la pequeña y mediana Empresa Comercial.

Asimismo otras tantas Resoluciones convocando concursos de adjudicaciones y determinando la forma y plazo para presentación de solicitudes.



## **empresas francesas : un horario dinámico**

Aplicar el Horario Dinámico es dar la posibilidad a los colaboradores de una empresa de que elijan cada día sus horas de llegada al trabajo y sus horas de salida, en función de sus imperativos personales y de las necesidades económicas de su empresa.

### **Un progreso social**

Según esto, la introducción en Francia del Horario Dinámico constituye la respuesta privilegiada a muchos problemas sociales contemporáneos. La racionalización de los horarios de trabajo constituye la base de una mejor calidad de la vida.

— En el aspecto de los transportes, los asalariados pueden evitar las horas de afluencia, lo que contribuye a mejorar la circulación y a utilizar mejor los transportes públicos.

— En el aspecto del empleo, el horario dinámico favorece el trabajo femenino, difícil hasta ahora por la falta de flexibilidad y la posibilidad de coordinación con los imperativos domésticos, maternos y escolares.

— En el aspecto humano, reduce los accidentes de trayecto y permite que el trabajador recobre cierto equilibrio psicológico, al reducir las tensiones nerviosas.

— En el aspecto de las relaciones humanas : en el interior de la empresa, favorece la distensión, la confianza recíproca y la adquisición de responsabilidades por parte de los colaboradores.

### **La acción de los poderes públicos**

El gobierno francés, consciente de las mejoras sociales que ofrece el horario dinámico, ha creado un Comité Nacional para la Racionalización del tiempo.

Constituído por iniciativa del Primer Ministro, el grupo de estudios sobre los problemas planteados por la racionalización de los tiempos de trabajo a nivel de una jornada fue creado el 17 de enero de 1972.

Las conclusiones de este estudio, realizado en colaboración con el CATRAL (Comité para el estudio y la racionalización de los horarios de trabajo y de los tiempos de ocio en la región parisiense), incitaron al gobierno a presentar un proyecto de ley en la Asamblea Nacional. Artículo 15: "En las empresas industriales y comerciales, en las oficinas públicas y ministeriales, en las profesiones liberales, en las sociedades civiles, en los sindicatos profesionales y asociaciones de cualquier naturaleza, y para responder a las peticiones de algunos trabajadores, los empresarios están autorizados a ignorar la regla del horario colectivo de trabajo y a practicar horarios individualizados, so reserva de que el comité de empresa o los delegados del personal no se opongan y de que el inspector de trabajo y de la mano de obra competente o, en su caso, el funcionario de control asimilado sea informado de antemano". Así pues, el asalariado podrá, por razones de comodidad personal (transportes, gestiones administrativas ...) personalizar sus horarios como le convenga y, por lo tanto, auto-administrar su tiempo de trabajo.

### Las reacciones

#### • Las autoridades gubernamentales :

El presidente de la República declaró el 3 de abril, en el mensaje dirigido al Parlamento :

"Es tarea del Estado llevar a cabo en el sector que depende de él y favorecer en el sector privado todas las investigaciones y las innovaciones que se han iniciado ya ..."

Con motivo de la presentación del programa de gobierno, el primer ministro declaró el 11 de abril ante la Asamblea Nacional : "El cambio deseado por quienes padecen en mayor medida los inconvenientes de la civilización industrial hay que buscarlo en una transformación concertada con la condición obrera. A este respecto, se va a abrir una negociación entre las organizaciones patronales y sindicales. Deseo :

— que permita establecer las orientaciones precisas para luchar contra la parcelización de las tareas,

— que facilite mayor libertad en los horarios,

- que racionalice los ritmos de trabajo,
  - que reduzca rápidamente ciertas formas de salarios ligada al rendimiento ..."
- Las organizaciones sindicales, principalmente la C.G.T. y la C.F.D.T., en una declaración común del 4 de abril de 1973, desean para los trabajadores "condiciones de trabajo más humanas".

• El Sr. François Ceyrac, presidente del Consejo Nacional de Patronos Franceses, declaró a la revista "Patronat" : "La mejora de las condiciones de trabajo impone disyuntivas ... Así pues, para suscitar nuevas soluciones, los jefes de empresa tienen que intercambiar sus reflexiones y confrontar sus experiencias".

De estas diversas declaraciones se desprende que existe en Francia unanimidad, respecto a la mejora de las condiciones de trabajo y a la implantación de toda innovación social.

### Experiencias concluyentes

La revista económica francesa "Entreprise et Progrès" de enero de 1972, recomendaba a las empresas que practicasen experiencias de horario dinámico en periodos cortos (de tres a seis meses).

A raíz de distintas pruebas, balances positivos permitieron optar por la generalización del sistema.

Los asalariados femeninos han acogido la idea con satisfacción, ya que en muchos casos a las molestias debidas al transporte se unen las obligaciones familiares (por ejemplo, acompañar a los hijos a la escuela). A veces, un simple desfase de un cuarto de hora puede modificar positivamente el tipo de vida de una madre de familia.

### La implantación del horario dinámico.

El horario dinámico nació en una sociedad

francesa. Tuvo la idea de experimentar este sistema en sus propios servicios, muy diferenciados entre sí: administración, producción, trabajo en cadena. Se trata de la Sociedad HENGSTLER. Un comité francés le ha concedido el "Label IDEE FRANCE", que recompensa una innovación tecnológica importante cada año.

Actualmente, más de 300 empresas practican el Horario Dinámico en sectores de actividades diferentes: industrias (Peugeot, Gervais Danone), sociedades de seguros (Gan) o empresas de obras públicas (Bergerat Monnoyeur).

**La aplicación práctica del horario dinámico.**

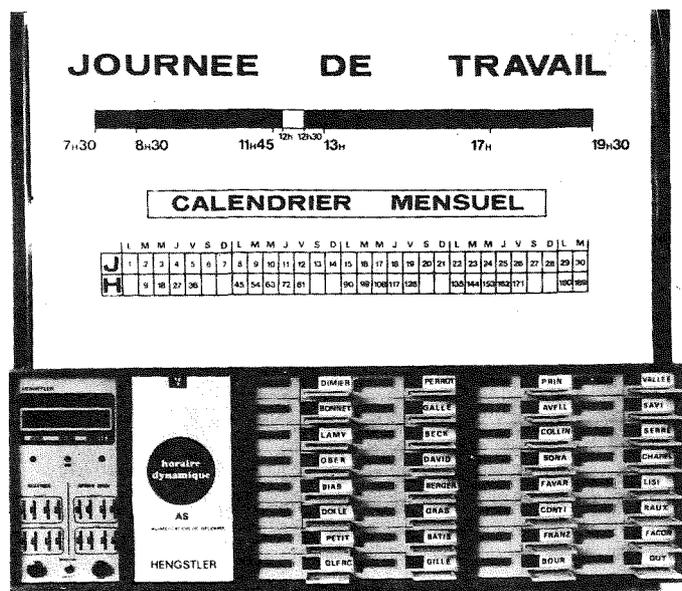
• *Un factor psicológico*

Gran parte de las reacciones desfavorables se deben a la obligación de fichar. Esta obligación se siente tanto más como una regresión cuanto que antes de la introducción del horario dinámico nadie vigilaba los horarios.

En este aspecto, hay que explicar y convencer. Si el empresario no impone ya un horario, en contrapartida es normal que el asalariado acepte la contabilización de sus horas de trabajo, que puede distribuir a su antojo en un marco de semi-libertad.

• *Un valor reconocido*

Con el horario dinámico no se trabaja ya para cubrir determinado número de horas, sino para realizar tareas determinadas. Cada persona descubre de nuevo el valor fundamental inherente al trabajo. La toma de conciencia respecto al trabajo y la



Correr no sirve para nada... en adelante, el contador individual de tiempo ha suplantado el intransigente reloj ficha.

ampliación de las tareas mediante la delegación de responsabilidades contribuyen a la humanización de toda colectividad.

El elemento básico esencial para la aplicación del horario dinámico en una empresa es la instalación de contadores individuales de tiempo, llamados a relevar con éxito a los relojes-ficha.

El Horario Dinámico no es más que una etapa en la racionalización del tiempo. Ya hay quien se plantea el estudio de la racionalización de los horarios en la escuela.

El fenómeno es irreversible. El hombre del siglo XX esta sujeto a la mejora de la calidad de vida. La racionalización del tiempo le ayudará poco a poco a liberarse de las dificultades que le impone una sociedad industrial. Podrá así, beneficiar mejor de los frutos de la expansión.

**PONENCIAS Y PONENTES DEL CONGRESO DE MARKETING DEL TURISMO**

A celebrarse en Barcelona los días 13, 14 y 15 de Febrero de 1974

Tras múltiples reuniones de los diversos Comités Técnicos, se acaba de elaborar de forma definitiva lo que será el temario y los ponentes del I CONGRESO NACIONAL DE MARKETING DEL TURISMO que organiza el Club de Diri-

gentes de Márketing de Barcelona con el patrocinio del Ministerio de Información y Turismo y del Excmo. Ayuntamiento de la Ciudad Condal.

La primera ponencia tratará del Marketing Turístico en general y tendrá una función eminentemente introductoria. A continuación, los Sres. Vila Fradera, Silva del Peso y Pulido San Román desarrollarán aquellos aspectos que son singulares del marketing turístico.

El señor Alcaide Inchausti, del Ministerio de Planificación del Desarrollo, abrirá la segunda jornada del Congreso con la ponencia "Información e investigación del mercado turístico". Seguidamente, el profesor Bruno Cotronei, cate-

drático de la Facultad de Ciencias Económicas de Roma, explicará cómo se elabora un Plan de Marketing aplicado al ámbito del turismo.

A partir de la ponencia del Sr. Cotronei, el resto de las sesiones de trabajo contendrán casos prácticos, el primero de los cuales será tratado por el Subdirector General de Promoción del Turismo, señor Rodríguez Ayuso, y girará en torno a "El Turismo y su impacto en el Desarrollo Empresarial. Su Marketing desde el punto de vista de la Administración". Cerrará el segundo día del Congreso el señor Masabeu Ripoll (ICSA) con la ponencia "Planes de Marketing para Areas Turísticas".

# El maná

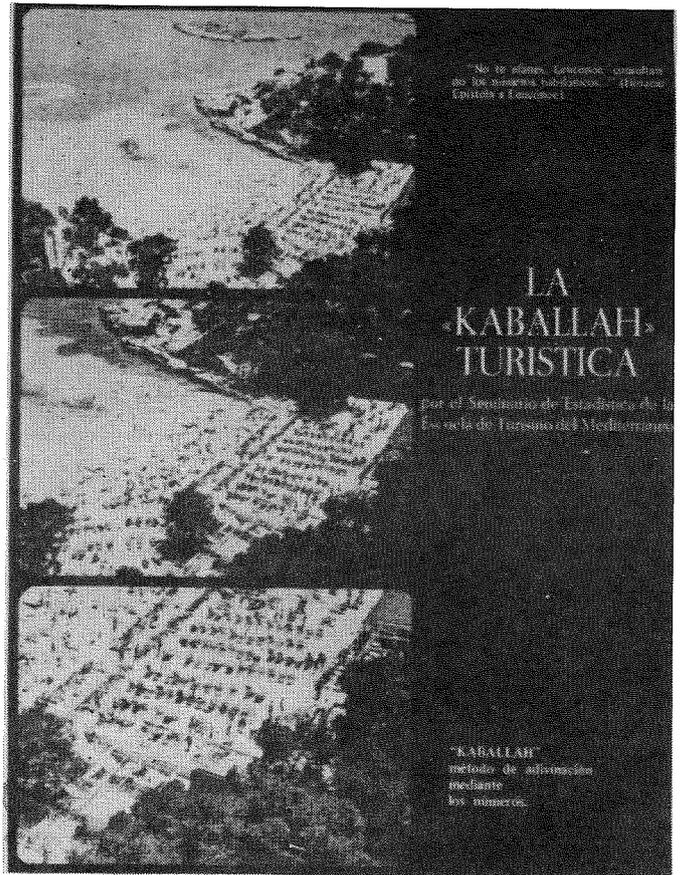
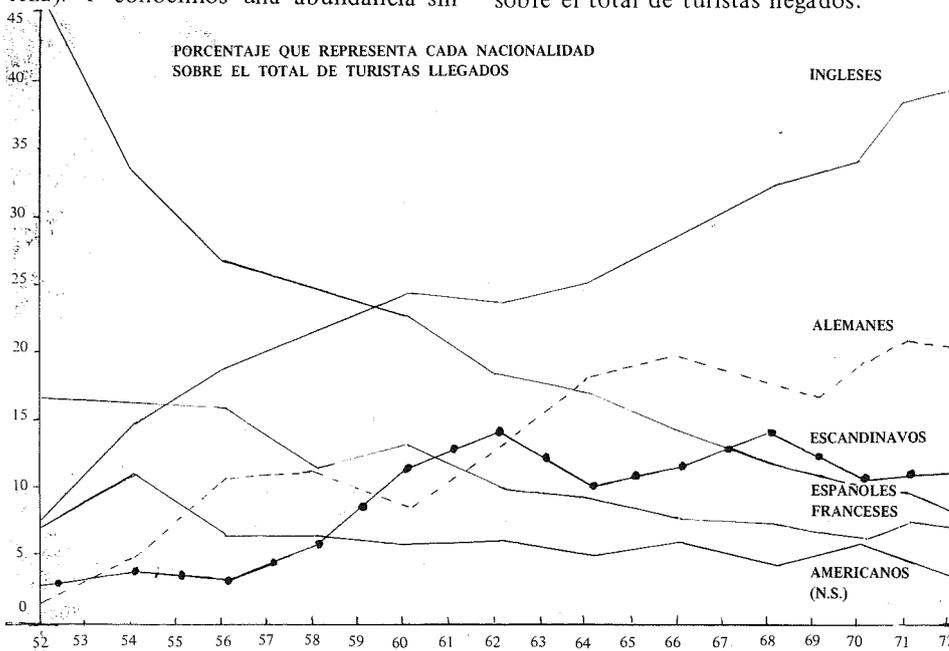
Probablemente desde el siglo XIII antes de Cristo no se había producido una invasión en las Baleares cuyas consecuencias en el paisaje resultaran tan profundas.

Entonces fueron los fugitivos de Troya quienes se dedicaron a construir los talayots (versión para turistas). Dentro de 3000 años más, los arqueólogos excavarán admirados los restos de la "Gran Muralla Costera" que los mallorquines del siglo I después de Castro construyeron para defenderse de una invasión de los pueblos del norte, quienes al parecer venían por mar. A pesar de este gran esfuerzo, los nórdicos consiguieron infiltrarse y expulsar hacia el norte a los mediterráneos, como lo demuestra la gran cantidad de cráneos braquicéfalos hallados en las necrópolis del Sur, y a los miles de dolicocefalos mediterráneos enterrados por Europa" (Cita del libro "Prehistoria terrestre" del profesor Yerom. New Marratxí 2973 después de Castro).

Todo empezó en los cincuentas. Los europeos dieron las últimas paletadas de cemento a la reconstrucción de sus ciudades más o menos atropelladas, levantaron la vista al cielo y exclamaron a coro "Uf, que asco! Aquí siempre llueve!". Y empezaron a movilizarse hacia el Sur. Los mediterráneos, asombrados, dejamos a medio hacer las maletas para América y empezamos a servirles bistecs con patatas a los rubiales. Y cuando nos dimos cuenta, América era aquí. Los segundos de las casas payesas vendieron sus "marines" por cantidades de dinero que "no estaban en la tabla". (Véase el documento estudio del Prof. Xesc Forzeza). Y conocimos una abundancia sin

# se llama Smith

precedentes desde los tiempos de Ibn-Ganiya (Ver "L'islam a las Balears" de G. Rosselló Bordoy). Quiénes son estos rubios invasores del Norte que nos han traído el maná? (Cada vez más escaso per cápita, hay que decirlo todo). Veamos las gráficas de Alejandro Pavón López, mostrando el porcentaje que cada nacionalidad ha venido representando sobre el total de turistas llegados.



Destaca la caída de la línea de "españoles", que si en 1952 representaban casi el 50% del total, en 1960 vieron ya superado su porcentaje por los ingleses; en 1964 estaban al nivel de los alemanes y actualmente están en un cuarto lugar, detrás de los dos citados y de los míticos escandinavos. La clásica pregunta de nuestras clases de economía: "¿Y esto es bueno o malo?" suscita la no menos clásica respuesta: "según". Es bueno para la Balanza de Pagos que predominen los Smith sobre los Pérez pero el hotelero individual está suspirando por los españolitos que piden vino en las comidas y se pasan jornadas stajanovistas en la carretera, no saltándose una sola excursión y consumiendo así los parcos picnics en lugar de los pantagruélicos menús del hotel (PFF!).

Los súbditos de Su Graciosa Majestad (Que siempre estará contando chistes, me imagino) forman el grupo más numeroso de visitantes de las Baleares desde 1960. Tuvieron su pequeño desfallecimiento en 1962, pero el salto del 71 ha sido francamente notorio. Ahora están ya al mismo nivel que los españoles en 1954, y siguen ganando posiciones de una forma alarmante, y decimos alarmante recordando la frase de Cantinflas en "Pepe": "No pongan todos los huevos en la misma cesta. Veán el ejemplo de mamá Naturaleza".



Finalmente sólo queda señalar el descenso de los franceses, causado por la misma razón que el de los españoles: la mejora en los medios de comunicación que ha permitido ofertar el producto "Balears" en igualdad de condiciones a vecinos y a lejanos.

En este sentido, y dentro de la moraleja general de este trabajo, DIVERSI-

FICAR MERCADOS, podemos predecir sin gran esfuerzo la afluencia creciente de turistas de regiones cada vez más lejanas, siempre que tengan un poder adquisitivo mínimo. En la lista de espera creemos ver, en primer término, al Japón, muy presente ya en Europa, seguido por los países del Este europeo, y quizás por las oligarquías sudamericanas... mientras las haya.

## JAU LON IU STEI, DARLIN?

...dijo el picador de polo negro y patillas de bandolero, tocando de oído el inglés.

—I beg your pardon? —inquirió la inglesita, perpleja.

—Que cuánto tiempo te va a queá, tiahama! —tradujo el nativo, accionando como un molino. Y lo raro es que entonces la rubia sí le entendió.

—Oou, I see; I will stay exactly 10,4 days for, you know. I am the average 1972 tourist and...

—Jéee!, para er carro, masha, que uno no sabe má inglés que la frasesiya d'ayá arriba! —

Y a partir de aquí la pica siguió su curso normal, no usando el idioma espa-

ñol ni el inglés, sino más bien el sistema Braille.

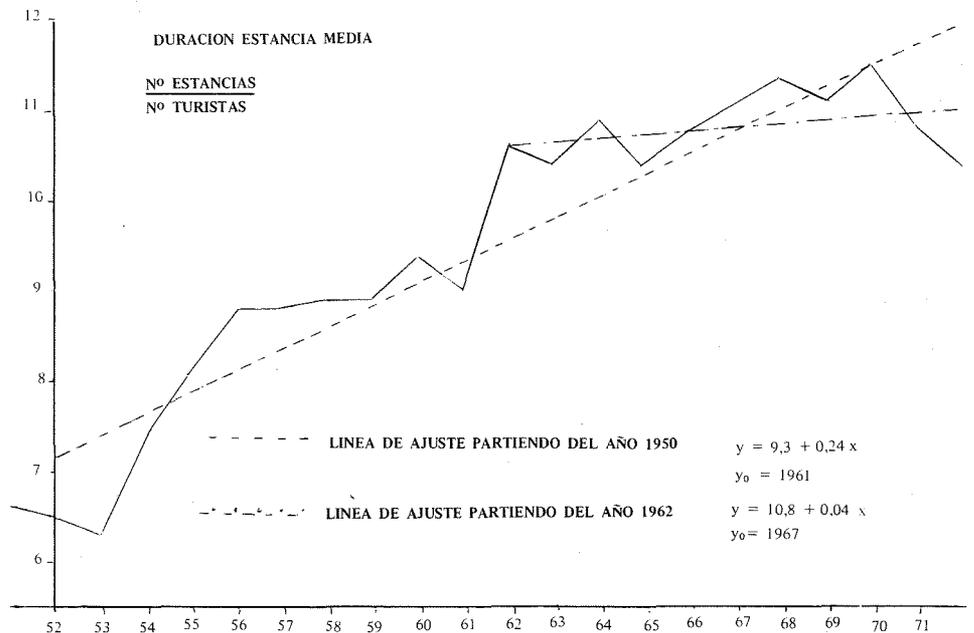
Traduciendo del inglés fonético del picador al cristiano, ("cuánto tiempo te quedas, chata?") nos sorprende también la respuesta de la inglesa que "pensaba estar 10,4 días, ya que ella era la turista promedio 72".

Porque, según los datos laboriosamente recopilados por Serafín Fernández Arias, 10 días 9 horas y 36 minutos ha sido la duración media de la permanencia de los turistas en 1972. Este resultado —imaginario, pero representativo— se obtiene dividiendo el total de estancias registradas cada año por el total de turistas llegados.

Teniendo en cuenta esta tendencia, sentimos no ponernos nada contentos ante el congreso de la ABTA, cuyo objetivo es aumentar aún más la participación de los hijos de la Gran Bretaña en nuestro turismo. De esta manera cualquier crisis en la Economía británica se dejará notar con tal fuerza en nuestra hostelería que provocará de una vez la tan necesaria criba de empresas débiles. Lo malo es que también peligrarán las simplemente nacionales e independientes de los grandes Tour Operators. Estos también sufrirán lo suyo, pero, "cuando los poderosos padecen, los más débiles fenecen".

El grupo alemán demuestra ser más sensible a los ciclos económicos, y así, ha acusado las "Konjunkturabkühlungen" de los últimos cincuenta y sesenta. En el setenta y dos parece anunciarse un nuevo "enfriamiento" de esos, que podría quizás confirmarse en el 73 si la inflación ha llegado a erosionar de forma sensible el poder adquisitivo destinado a bienes superfluos. Los escandinavos están atravesando un bache, esperamos que transitorio porque sus facturas de extras de bar suelen ser más notorias que las de los grupos anteriormente estudiados. (Y además, las escandinavas están muy ricas).

En cuanto a los anhelados americanos, hemos tenido que integrar a todo el continente para conseguir que salieran en la foto. Hasta el 54 parecían ir muy airosos, pero desde entonces su importancia relativa ha ido decreciendo implacablemente, salvo en la breve recuperación de 1970, causada por los grupos de INVIERNO de una sola agencia!



Examinemos la gráfica. La línea continua nos señala los datos de cada año; las líneas punteadas larga y corta significan, respectivamente, la tendencia obtenida reduciendo a recta las líneas quebradas de los datos desde 1950 en el primer caso, y desde 1962 en el segundo.

El método usado ha sido la clásica regresión por mínimos cuadrados, obteniendo las fórmulas que figuran en el cuadro, y que revelan ya a primera vista que, si bien desde el 50 al 70 la duración media aumentaba un día cada cuatro años ( $0,24 \times 4 = 0,96$ ) desde el 62 el aumento medio es sólo 1/6 del que se venía registrando.

Veamos que piensa Serafín Fernández de todo eso:

Observamos que, desde el año 50 al 51 hubo un aumento de la estancia media, el año 52 y 53 decreció un poco, pero a partir del 53 comenzó un período de continuo aumento que duró hasta el año 62. En estos años de aumento hubo dos períodos de estabilización; primero: años 56, 57 y segundo, años 58, 59.

A partir del año 62 podemos observar que las caídas de las estancias se alternan con las nuevas reacciones, esto nos indica que hay una tendencia general coyuntural, con dos ciclos de 8 y 10 años.

A partir del año 1970, las estancias han ido decreciendo en relación a los años anteriores, esto probablemente ha sido debido a los Mini-Tours que a partir de dicho empezaron a operar en nuestra isla. Estos Mini-Tours son buenos porque sirven para rellenar o acortar distancias entre las diferencias que había entre la plena temporada y la ocupación media que existía en la temporada baja. Por otra parte, estos Mini-Tours son rentables como se puede ver en las gráficas que se realizan de gastos medios por turista, ya que, como vienen por pocos días, pues gastan todo el dinero que traen.

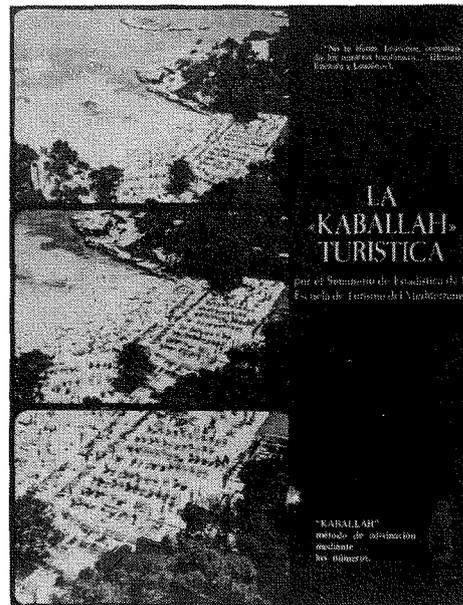
En la primera línea de ajuste que hemos realizado partiendo del año 1950,

se divorcia la tendencia, por esto hemos construido una segunda línea, en la que se ve que es más regular su evolución y no hay tantas diferencias. Si este es un ciclo que se repite es de esperar un nuevo aumento de la estancia media en el año 1973.

Serafín Fernández

Bien ¿y esta reducción que vemos desde 1970 es buena o mala? Aparentemente, mala. Hierde nuestro orgullo ballear el pensar que los turistas se cansan antes de estar con nosotros. Pero por otra parte esto mejora las recaudaciones medias por estancia, y esto por la "ley del gasto en forma de U", que no demostramos aquí pero cuya comprobación estadística está al alcance de cualquier barman, perfectamente enterado de que los días de cambio de grupo suelen registrarse las mejores cajas.

En efecto, a la euforia de gastos de los primeros días (vino en las comidas, compra del equipo: sombreros, indumentarios raros, etc.) sigue un período de contención durante el cual el turista, consternado, reduce sus gastos hasta que se aproxima el día de la partida, período en el que libera sus reservas y compra los souvenirs para sí y para la tía Agata, (a ver si se acuerda de nosotros en el testamento) y, el último día, se embo-



rracha gloriosamente con los amigotes de las vacaciones, tíos que no había visto en su vida y que probablemente no verá más.

La conclusión es que cuanto más corta sea la estancia, más breve será el valle central de menor gasto y más próximas las cotas de gasto elevado del principio y el final de la estancia. Y esto sí es bueno.

# NONINO

Generalmente, el turista medio no suele necesitar muchas canciones de cuna para quedarse como un tronco después de su fatigosa jornada en la playa, bolera y discoteca. Lo que sí precisarían es un poco de cera para taponarse los oídos y dormirse a pesar de los aullidos

de los cantantes de salas de fiesta al aire libre, o las tonitronantes carcajadas de los orondos alemanotes sentados en el bar, o los desafortunados vozarrones de ingleses tratando de armonizar dodecafónicamente el "Auld Long Syne".

Un distinguido turista usó ya este tru-



co de la cera para librarse de la inaguantable melopea de las folklóricas de la "Costa de las Sirenas". Me refiero al ejemplar (por lo sufrido) turistas Don Ulises de Itaca.

Lo que estudiamos en la gráfica realizada por Miguel Gual Sastre es el número de noches que ha estado ocupada cada una de las camas que componen la oferta turística balear. El resultado se obtiene dividiendo el total de estancias de cada año por el número de camas disponibles en el mismo. Sabemos que la dispersión de los días de ocupación reales tiene que ser bastante grande, teniendo en cuenta que los hoteles de apertura total hacen subir el promedio mientras que los de temporada lo hacen bajar, y por otra parte, incluso entre estos últimos debemos distinguir entre los "hoteles-taza" propiedad (de jure o de facto) de los Tour Operators, y los "hoteles-platillo", que sólo se llenan al rebotar los primeros. (Si lo prefieren, podemos llamarles "hoteles-león" y "hoteles-hiena").

Un hotel-hiena, pues, verá su número de estancias por cama muy por debajo de las cifras que apunta Miguel Gual,

acertadas, sin embargo, como promedio.

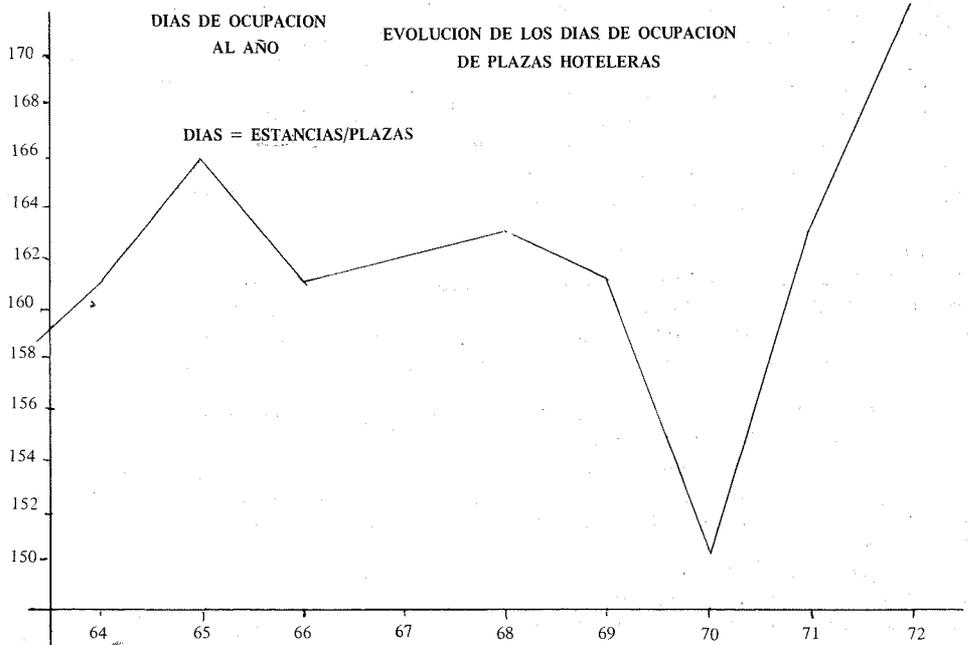
Veamos primero el comentario de M.G.S.:

### Días de ocupación de cada plaza hotelera

Esta gráfica de la evolución de los días de ocupación de plazas hoteleras, quizá sea una de las más expresivas dando a entender claramente la situación en que se encuentra nuestro tan traído y llevado turismo.

La abscisa representa los años y la ordenada los días de ocupación al año, este término es número que resulta de la división del total de estancias por el total de plazas, habiendo resultado este año un total de 172 días de ocupación.

Haciendo un repaso general a los años anteriores podemos observar el ligero pero constante progreso hasta el año 1965, estabilizándose los siguientes años, produciéndose una espectacular bajada en el año 1970; en el año 1971 se recupera la forma estabilizándose de nuevo. Todos esperábamos que el año 1972 fuera año que pasase desapercibido siguiendo la forma regular de los pasados, pero, cual ha sido nuestra sorpresa al observar el incremento sufrido, pasando de 163 D. de O. en el año 1971 a 172 D. de O. en el año pasado. Si los datos que me han sido facilitados son totalmente rigurosos,



no cabe duda que nuestros hoteleros pueden felicitarse. Deseando que el mismo fenómeno suceda en el año 1973.

Miguel Gual Sastre.

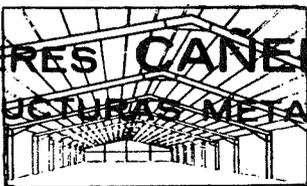
estudiadas ya en el capítulo 1.º de este Seminario.

La conclusión es, al igual que en el primer estudio, moderadamente optimista al haber superado la cifra de 166 estancias por cama, récord alcanzado en el 65 y desde el cual la cifra venía bajando dramáticamente, con todos los indicios de tender hacia una parábola descendente. Afortunadamente parece que ya hemos salido del picado. Uf!

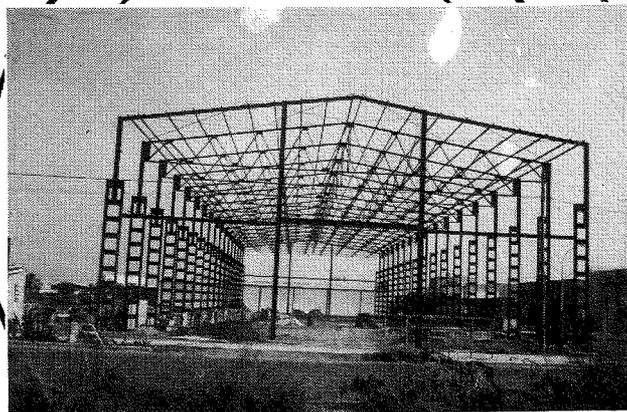
La sucesiva deterioración de esta magnitud, y su recuperación a partir del 70 son, naturalmente, reflejo del alejamiento y posterior aproximación de las líneas de oferta y demanda turísticas,

## TALLERES CANELLAS

### ESTRUCTURAS METALICAS



En el centro de su atención un nuevo trabajo realizado



Nave industrial de JOSE LUIS IRAOLA  
Calle Gremio Carpinteros  
Polígono "La Victoria"

POLIGONO "LA VICTORIA"  
CALLE GREMIO JABONEROS, 10  
TELEFONO 29 09 48  
PALMA DE MALLORCA  
(BALEARES)

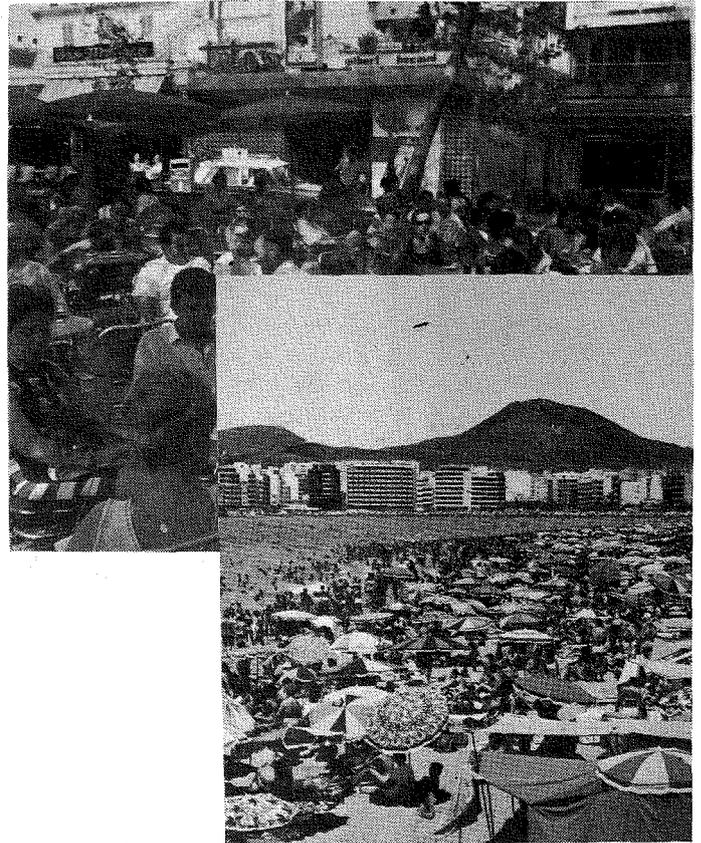
# El turismo

—  
La rentabilidad de la Empresa

—  
La infraestructura

—  
Los precios

—  
La variedad de la oferta



Extracto de la Lección Inaugural: "La Empresa, los hombres y el Turismo" dada por don Gabriel Barceló Oliver, Director General de Empresas Barceló, en la Escuela de Turismo del Mediterráneo.

El hecho de venir a una Escuela de Turismo y de que mis actividades las dedico básicamente a este Sector, me han impulsado a dedicar un breve espacio a este tema.

A estas circunstancias se ha unido el hecho de que el nuevo equipo del Ministerio de Turismo ha empezado a decir cosas.

Y me ha parecido adecuado aprovechar esta oportunidad para comentarlas.

No sólo es adecuado y oportuno sino que creo es mi deber y mi derecho hacerlo.

El Ministro ha dicho que su objetivo es **consolidar** el Turismo y que propone como política base de esta consolidación la **calidad**.

Mi primera reacción es felicitar respetuosamente al Ministro por esta decisión y felicitarnos a todos los que estamos en el Sector.

Felicitación al Ministro porque creo ha dado en la diana. A nosotros porque el objetivo oficial coincide con el privado. Y esto no siempre se da. Y esta coincidencia es para nosotros la base inicial para el éxito del objetivo que se persigue.

Creo sería bueno empezar definiendo lo que entendemos por calidad.

Para nosotros, calidad significa una adecuada relación entre el precio que se

percibe y el valor del producto que se vende.

Y creo que deberíamos aclarar que puede haber tantas calidades como precios.

Y que en consecuencia, la buena y mala calidad de un producto se puede dar tanto, con el de mayor precio como con el de valor más económico.

Por ello, no se debe confundir la calidad, con la categoría social del hombre o con la espectacularidad de unos productos o unas instalaciones.

Para intentar centrar el tema lo más posible, creo debería añadir, que en mi opinión, la calidad del producto turístico en España es en general buena y que esa relación calidad/precio a que antes me refería no la supera país alguno.

En consecuencia, al hablar de calidad, creo que debemos referirnos a la optimización y conservación del binomio calidad/precio y a la mejora de las lagunas que existen, unas a cargo del Sector Público y otras del privado.

Hechas estas premisas, me parece lógico "mojarme" diciendo, lo que opino debe ser los objetivos de esta consolidación:

¿Qué entiende este empresario por consolidación?

1.— Ofrecer al público un producto adecuado en calidad/precio.

2.— No preocuparnos por el número de clientes sino ocuparnos de la adecuada rentabilidad del producto.

3.— Disponer de un producto variado de precios distintos para llegar a todos los niveles de demanda.

4.— No realizar una expansión de la oferta, ni en zonas actualmente en explotación, ni en zonas nuevas, sin haber adecuado el binomio oferta/demanda.

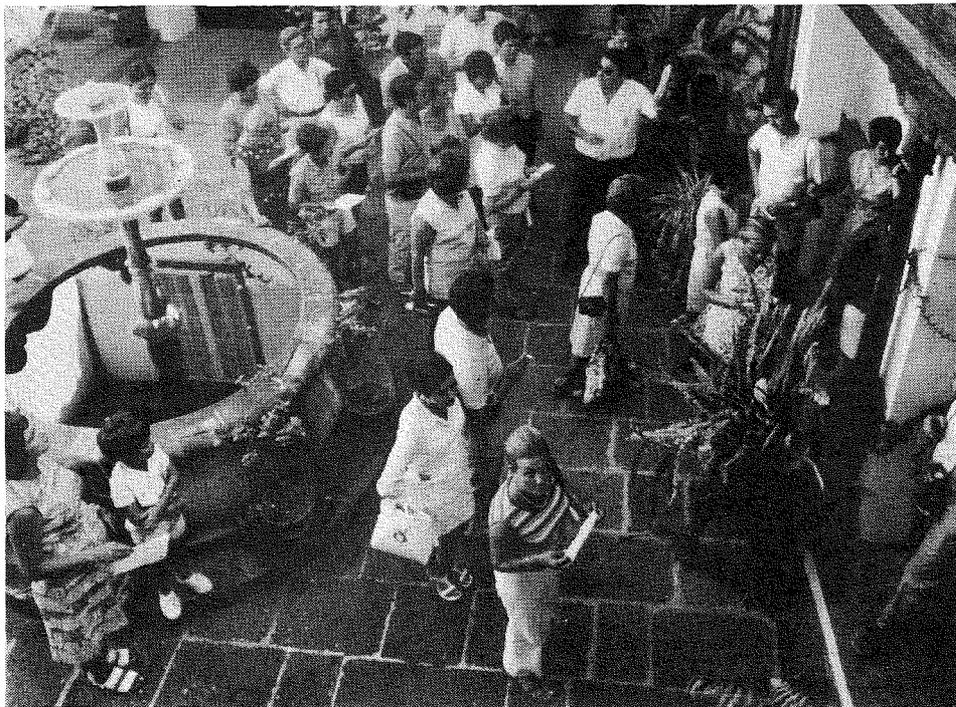
5.— Sin excluir la participación extranjera, conseguir que los rendimientos del Sector permanezcan y se multipliquen en el País.

6.— Mejorar la calidad general del medio ambiente (aguas, escenarios naturales, aire, etc...)

7.— Desarrollar nuevas ideas, muchas veces obsoletas por la impresionante dinámica del Sector y del desarrollo universal.

En el supuesto de que este planteamiento coincida con la visión que tengan en el Ministerio podríamos intentar ver los factores que intervienen para opinar sobre el tratamiento adecuado.

El propio Ministro ha adelantado como base de su estrategia, la calidad. Veamos cuáles son los factores que intervienen básicamente en la calidad.



### 1.- La rentabilidad de la Empresa

¿Por qué?

Porque si la Empresa no cumple uno de sus fines específicos básicos (el valor añadido) generalmente, tampoco cumplirá el de calidad, más preocupada por su propia subsistencia.

Además porque el objetivo básico de la Empresa de producir beneficio coincide plenamente con los intereses del País, pues la Empresa es quien en mayor medida contribuye a su prosperidad.

¿Cómo puede obtenerse esta Rentabilidad?

En primer lugar, aumentando el volumen de ingresos.

Estos pueden aumentarse básicamente creando una mayor demanda y diversificando la misma a lo largo de todo el año. El simple uso de la producción hotelera actualmente no vendida significa cifras extraordinarias.

Nuestra propuesta en este tema es la siguiente:

a) El Ministerio debe aumentar considerablemente su actual inversión en promoción y desestacionalizar la demanda.

b) Debe desarrollar centralizadamente, sólo la promoción genérica del País y el funcionamiento de las oficinas de Turismo en el País y en el Extranjero, convirtiéndolas en agresivas unidades de Promoción y Ventas.

c) Potenciar a Entidades privadas, sin ánimo de lucro, para realizar las tareas de promoción a nivel Provincial y local, subvencionando en parte sus actividades y controlando sus resultados.

En segundo lugar, la rentabilidad

debe conseguirse con una adecuada contención de los costes.

A nuestro juicio, es misión de la Administración que el aumento de los mismos no sea superior a la evolución de los precios.

Y es materia de la iniciativa privada el perfeccionamiento constante de su gestión para optimizar sus recursos y sus resultados.

En tercer lugar, en este análisis de la Rentabilidad, debemos contemplar el binomio oferta/demanda.

Si la rentabilidad de las Empresas coincide con los intereses del País y si aquella potencia o perjudica la calidad, será necesario supeditar a estos objetivos primarios los que no lo sean.

Creemos innecesario repetir aquí que un exceso de oferta, produce un envilecimiento de los precios, encarece los costes y perjudica o suprime la calidad y la rentabilidad.

#### HECHOS.

Sólo queremos añadir que nos debemos felicitar por el reciente Decreto del Gobierno anulando la excepción que antes había concedido de inversión preferente en el Sector turístico y cuya excepción en los últimos tiempos, tanto había cooperado a crear el exceso de oferta hotelera y extra hotelera que ahora soportamos.

Felicitación que debemos manifestar también al Ministro de Turismo por la creación de la Dirección General de Ordenación que viene a cubrir una necesidad muy sentida de ordenar en todo el

Sector, pero en particular en el capítulo de la oferta, a cuya tarea, esperamos se dedique preferentemente el nuevo Titular.

Que no se entienda que pedimos una protección especial o parar el desarrollo, en beneficio de la oferta existente, sino que como parte de la consolidación a que nos venimos refiriendo es imprescindible ordenar el crecimiento general de la oferta en función de la rentabilidad.

Debemos insistir en que la Ordenación no se necesita sólo en la oferta, sino en todo el Sector e incluso en la coordinación intersectorial.

### 2.- La infraestructura

El segundo factor en orden de importancia, que interviene en la calidad del producto es la infraestructura.

No parece necesario insistir en los muchos y variados componentes que integran este factor, ni en la importancia de cada uno de ellos, en relación con la calidad, pues el tema ha sido tratado exhaustivamente. Sólo debemos reconocer que junto a lo mucho realizado hasta hoy, queda mucho por hacer.

Creemos que en este punto la Administración debe llevar el mayor peso, tanto por medio de realizaciones directas como estimulando las indirectas, pero indiscutiblemente requiriendo de la iniciativa privada y del Sector Turismo, solamente lo que le corresponda.

Evidentemente hay otros muchos factores que intervienen en la calidad del producto, como son capacitación profesional, calidad de las materias primas, servicios que ofrece el entorno, etc... pero no disponemos de tiempo para analizarlos a todos.

A continuación podríamos ver otros temas en relación con esta consolidación que venimos comentando.

### 3.- Los precios

Es innegable que el principal factor del "boom" del turismo español ha sido y es la bondad de sus precios.

Y en nuestra opinión, esta preponderancia va a continuar.

Luego debemos aplicar unos precios que:

—Mantengan y aumenten la demanda.

—Permitan absorber los aumentos de costes.

—Permitan mantener o mejorar la rentabilidad de las Empresas, según sus necesidades.

Suscripción a

**economía balear**

12 números

340 ptas.

Por ello, son imprescindibles las acciones apuntadas anteriormente, de crecimiento de la demanda y contención de los costes. El éxito en estos dos puntos podría por sí solo mantener esta situación de privilegio, de disponer del mejor producto y los mejores precios.

En este factor de los precios, parece que la Administración desea aplicar una política de supervisión y flexibilidad. Personalmente me adhiero totalmente a la misma, si es realmente supervisora y flexible y me congratulo extraordinariamente de poder decirlo.

El papel de las Empresas en este punto debe ser sensibilizarse a sí mismas

y sensibilizar a los demás en cumplidamente su fin básico de ofrecer calidad/precio, sirviendo correctamente al bien común y justificando su propia existencia.

Otro factor de consolidación es:

#### 4.- La variedad de la oferta

Se ha hablado mucho recientemente de la necesidad de elevar los ingresos del Sector.

Pero nos tememos que en muchas ocasiones se ha confundido este objetivo con la política aplicable.

En nuestra opinión, lo determinante no es el volumen de los ingresos, sino que lo decisivo es conseguir el valor añ-



dido adecuado y optimizarlo constantemente.

Si a ésto le añadimos el hecho de que la llamada civilización del ocio afecta y afectará cada día a mayor número de personas de variada mentalidad, cultura y poder adquisitivo, deberemos convenir que la consolidación del Sector no será restringir su disfrute a unos privilegiados, sino disponer de una amplia y variada oferta, adaptada a los distintos tipos de consumidores.

#### 5.- Rendimientos para el País

Como hemos apuntado ya en el capítulo Rentabilidad, éste es otro factor importante de la consolidación que se pretende.

Deben fomentarse las iniciativas del interior y sin despreñar el capital extranjero, debe aceptarse su participación, sólo cuando resulte imprescindible.

Deben controlarse los ingresos de divisas porque éste es uno de los factores más positivos y sinérgicos que el Sector puede ofrecer al País.

Y debe asegurarse que las participaciones en rendimientos del Turismo, en manos de extranjeros, tienen el mismo tratamiento fiscal que las de los nacionales.

En resumen, queremos decir:

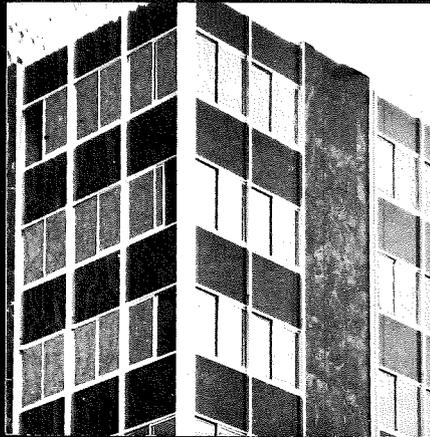
1.- Nos alegra y estimula la decisión del Ministerio de emprender esta etapa de consolidación del Turismo, pues creemos es lo justamente adecuado ahora, en estos momentos.

2.- La iniciativa y la acción de esta fase corresponden básicamente al Sector público pues los problemas a resolver pertenecen a su ámbito de actividades y exceden en su mayoría a las posibilidades del Sector privado.

3.- El Sector privado debe sensibilizarse y ser sensibilizado para esta tarea y desarrollar las acciones que le sean propias y cooperar con el Sector público.

4.- Por mi parte, deseo aprovechar esta tribuna para ofrecer al Ministerio mi colaboración y creo interpretar el sentir empresarial, al ofrecerle la cooperación de todo el Sector, para trabajar unidos, para aportar esfuerzos y para enriquecer puntos de vista en esta tarea común.

# carpintería aluminio



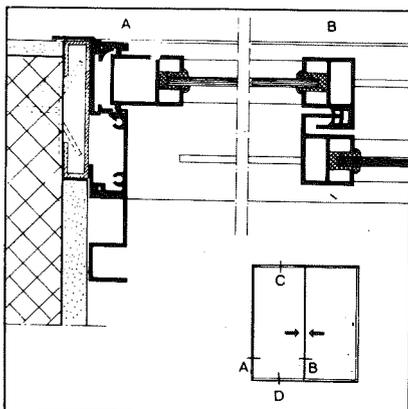
publicidad, s.a.

La carpintería de aluminio (slide aluminium) le ofrece sus características de:

- ANODIZADO PERFECTO
  - CIERRE HERMETICO
  - AISLAMIENTO TERMICO-ACUSTICO
  - CUIDADOS ENSAMBLAJES
  - EXCELENTE PRESENTACION
- (Más de cien perfiles distintos)

PROYECTOS Y PRESUPUESTOS:

**GARI**  
industrias metalúrgicas s.a.



Hermanos Barbará, 25. tel. 250440 Palma de Mallorca

A. I. E. S. T.

# Resoluciones del 23.º Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos de Turismo

INTERESANTES  
PUNTOS DE VISTA  
SOBRE  
EL MARKETING  
TURISTICO

## “EL CONGRESO, CONSIDERANDO

— QUE el marketing turístico debe ser considerado como la adaptación sistemática y coordinada de la política de empresa —tanto por lo que se refiere a la iniciativa privada como al mismo Estado (a los niveles local, regional, nacional e internacional)— para conseguir una satisfacción óptima de las necesidades de los grupos de consumidores, alcanzando así los objetivos del conjunto de la Industria Turística.

— QUE el marketing turístico tiene que obedecer a una estrategia específica caracterizada por un dinamismo continuado, para permitir el permanente ajuste de una oferta relativamente rígida, a una demanda elástica.

— QUE dicha estrategia tiene que definirse en función del manejo de una serie de instrumentos coherentes que son, ante todo, los estudios de mercado (que investigarán no solamente la oferta y la demanda, sino también la competencia) y a continuación la política del producto y de los precios, los métodos de distribución, la promoción de ventas, las relaciones públicas y la publicidad.

— QUE una teoría del marketing turístico, en tanto que auténtica filosofía de la empresa, llamada a imprimir carácter a su orientación y gestión, debe ser elaborada a base de estudios de naturaleza científica, cuyo valor estriba en su capacidad para generar elementos de trascendencia práctica.

— QUE, de tal forma, este capítulo esencial del Turismo está en camino de encontrar el lugar y las bases científicas a que tiene derecho, las cuales condicionan un tratamiento lo más coherente posible, pese a los elementos irracionales que los hipotecan por propia naturaleza, creando problemas que los prácticos se esfuerzan en dominar.

— QUE la A.I.E.S.T., por su carácter eminentemente internacional y, en especial, por la pluralidad de sistemas político-económicos en que se desenvuelven sus miembros, constituye un foro muy cualificado para contribuir a estas investigaciones.

## EL CONGRESO,

— **Reconoce** que, efectivamente, el marketing turístico impone una determinada orientación a la empresa hacia la satisfacción del consumidor y una gestión integrada que tiende a utilizar global y sistemáticamente todos los instrumentos disponibles.

— **Estima** que en razón de la importancia de las informaciones que constituyen base y punto de partida de las decisiones en materia de marketing turístico, la A.I.E.S.T. tiene que esforzarse, por medio de la aportación de los procedimientos idóneos, en fomentar el intercambio de toda clase de datos que puedan resultar de utilidad al respecto, a nivel internacional, para así hacer más fácil la tarea de la promoción de ventas generalizada de los productos turísticos.

— **Recomienda** que las empresas y organizaciones de toda clase pertenecientes al sector turístico apliquen métodos modernos de gestión, principalmente a base del “marketing-mix”, la segmentación del mercado, la tipología de las clientelas, la detección de productos-piloto, la simulación de casos prácticos, el establecimiento de imágenes de marca, etc., para la estabilización y mejora de la calidad de las prestaciones.

— **Pone en guardia** contra el riesgo que puede derivarse de las concepciones absolutas e intangibles por lo que se refiere la segmentación de la clientela, en especial por lo que se refiere a los criterios socio-económicos y psicológicos utilizados para la previsión de su comportamiento.

— **Preconiza**, a estos últimos efectos, una reconsideración periódica de los correspondientes análisis, a fin de hacer posible una oportuna diferenciación de los precios en función de la pluralidad de mercados.

— **Piensa** que la eficacia de la política de promoción resulta intensamente condicionada por las acciones de relaciones públicas y publicidad y llama desde luego la atención sobre la imprescindible distinción que debe hacerse entre la función informativa y mediadora de las relaciones públicas y la finalidad incitadora (incluso “agresiva”) aunque siempre verídica, de la publicidad propiamente dicha.

— **Recuerda** que debe estimarse normal que, con frecuencia, corresponda a los Poderes Públicos la tarea de poner en marcha ciertas iniciativas de “despegue” en materia de marketing turístico (en especial estudios de mercado y formulación de los productos y de los precios), así como el desempeño de un papel de impulsión y coordinación entre las empresas afectadas, de un lado, y los organismos turísticos, de otro.

— **Invita** a los miembros de la A.I.E.S.T. a profundizar sus estudios sobre todas estas materias y a aprovechar todas las ocasiones que se presenten para incitar a los empresarios públicos y privados del sector a cultivar el marketing, considerándolo uno de los elementos esenciales de sus actuaciones.

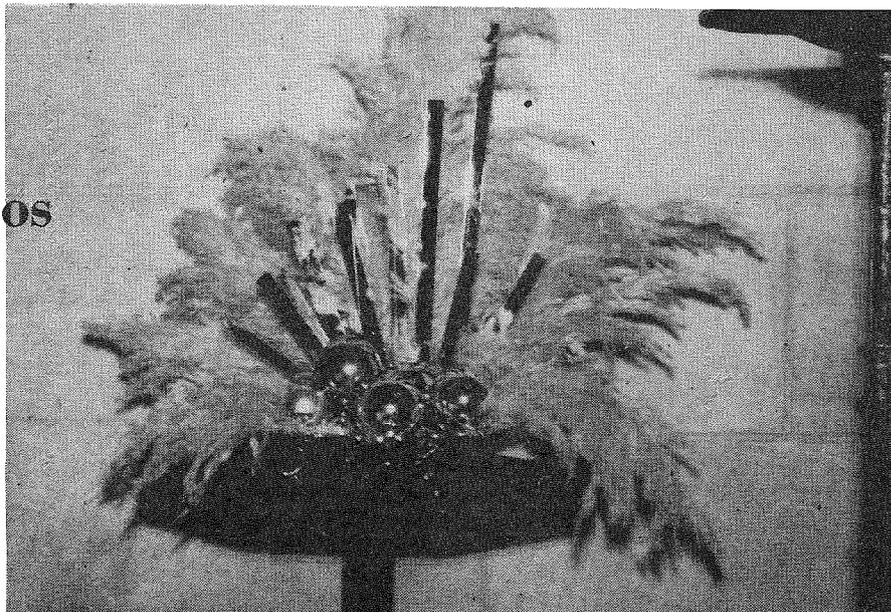
— **Llama la atención** de los Poderes Públicos sobre ciertos casos de abusos de poder que se producen como consecuencia de llevar demasiado lejos las técnicas del marketing determinando tentativas monopolísticas y prácticas restrictivas de la libre competencia.

## EL CONGRESO

— **AGRADECE** a los organizadores austríacos la calurosa acogida que ha sido tributada a los participantes, permitiendo el desarrollo de todos sus actos y trabajos en condiciones sumamente satisfactorias.”

# Navidad:

Fiesta propicia para dedicar unos momentos a regalos, adornos, felicitaciones...



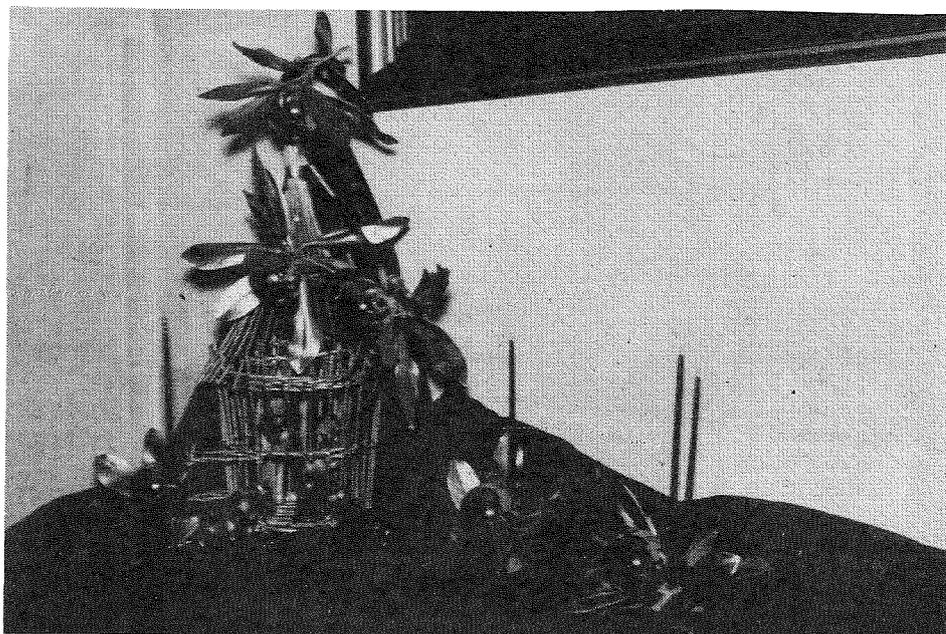
por María Isabel CABRER

quehacer diario. Para equilibrar el gasto de tiempo—dinero, no existen milagros, pero sí soluciones llenas de astucia y eficacia y acuden a nuestra imaginación y sentido práctico.

Para no dejarnos llevar por locos estípidos, debemos fijarnos en los precios y no dejarlo todo para el último momento. Con las prisas no encontraremos lo que buscamos y compraremos mal.

“Economía Balear” no es especialista en estas cuestiones, que para algunos parecerán necias y poco adecuadas, pero las Navidades merecen una excepción, y de las pequeñas cosas puede depender el éxito de unas fiestas.

Antes de Navidad es preciso pensar en muchas cosas a la vez. Conseguir un buen ambiente en la casa: que se respire a fiesta. Menús algo especiales, regalos, adornos... Son preocupaciones felices, pero al fin y a la postre: preocupaciones. Todo ello se suma a nuestro



En el Centro Cultural Massanella, se han creado unos adornos para hacer el ambiente que buscamos; manos a la obra...

1— Nacimiento colocado dentro de una jaula de mimbre pintada de purpurina dorada. Hojas de magnolio pintadas en la misma purpurina y patinadas, recogidas formando ramos, con bolas de oro en el centro y velas rojas.

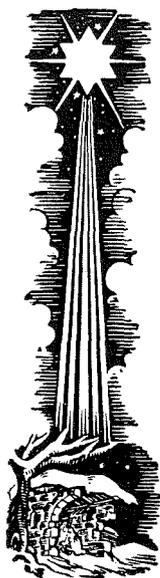
2— Centro de mesa con flores de varios colores, hechas en papel pinocho. Los tonos pastel de éstas contrastan con el azul intenso de dos velas colocadas en el centro, y ramas de abeto en el interior.

3— De espectacular calificaría este centro para poner en cualquier rincón, fabricado con plumachos y tiras de espejo cortadas de distinto tamaño, que reflejan el brillo de las bolas plateadas que sirven de base al centro.

4— De estilo rústico, una cesta de mimbre pintada en dorado, flores en papel pinocho de tonos ocre y marrones, abeto y espumillón dorado. El asa de la cesta va rematada por un lazo marrón.

La importancia de la cocina estos días es fundamental. La familia se reúne alrededor de la mesa y no la podemos defraudar. Los platos preparados con anterioridad, sin que pierdan calidad y presentación nos ayudarán en esta tarea. La cocina debe ser: práctica, rápida y bonita. El Centro Cultural Massanella ha organizado unos cursillos de cocina para los días 11, 12 y 13 de Diciembre. El primer día se dedica a Cocina Mallorquina, el segundo a Cocina Nacional y el tercero a la Internacional, característica de Navidad. Como complemento a este cursillo, se prepara una exposición de mesas de comedor puestas de diferentes estilos y adornadas idóneamente para estas fiestas, que nos ayudarán al éxito que perseguimos.

# La Nochebuena en Mallorca



**La «Sibila»  
la nota  
más típica  
de la  
«Nit de Nadal»**

por ANTONIO COLOM

Una Navidad más empieza en la calle, su cantar, su crónica y su reportaje.

Pero en los hogares junto al fuego y al "Betlem", en torno a la mesa familiar comienza su poema y su balada.

Sin embargo, la Navidad mallorquina nuestra Navidad tiene su encanto religioso en la "Nit de Nadal", noche de Dios y no de los hombres.

El canto de Maitines. El Te Deum. La Fiesta de La Sibila, única hoy en el mundo. Villancicos, con los cantores vestidos de "pastorets". La trompetería del órgano y la "neula" que baja y casi roza al "Sibiler". La ofrenda y la Adoración del Niño Jesús, recostado ya en el pesebre. Luego, la Misa del Gallo con el dar las "bones festes", en el ofertorio del Santo Sacrificio. Y esto se desarrolla desde la iglesia de Orient a la Basílica Franciscana de Palma; desde la de Moscarí a la Catedral de Mallorca.

El académico mallorquín don Lorenzo Riber, inimitable orfebre de la prosa castellana escribió en unas emocionantes cuartillas navideñas, este párrafo: "La Misa de Nochebuena de Lluch, por toda Mallorca es famosa cantada por las voces de cristal de los escolanos tiene un hechizo infantil que no desdice ni de la noche ni del misterio. La tradición de Navidad, ancestral y atávica, acogióse allá arriba como en un último reducto. Allí aún se observa la antigua usanza de que uno de los escolanos predica el que llaman el sermón de "la Calenda", y otro canta las predicciones de la Sibila. Y no son, ciertamente estas dos reverendas vetusteces la que atraen menos fieles a aquel inolvidable oficio nocturno"

Y es de esta joya en el género religioso que Mallorca posee, de la que vamos a escribir algo en este trabajo para el número de "E.B." dedicado a la Navidad. El Canto de la Sibila atrae a los mallorquines. El crítico musical Antonio Noguera no vaciló en incluirlo en las populares por estar tan arraigada en los isleños la costumbre de acudir la noche de Navidad a los templos donde se representa. Se dice que la representación de la Sibila, cantando la profecía del Juicio Final, fue importada en España por los benedictinos franceses en el Siglo XVI. No sabemos la época en que co-

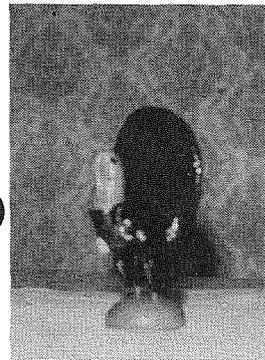
menzó a cantarse en Mallorca, pero sí sabemos que en 1572 el obispo don Diego Arnedo abolió el rito de la Sibila, y que a ruego de su sucesor don Juan Vich volvió a restablecerse por el Capítulo en 24 de Diciembre de 1576. Todavía la mayor fascinación que ejerce la Nochebuena de Mallorca es el canto de la Sibila, reminiscencia de las representaciones de los "misterios" en el interior de las iglesias origen del teatro en el Medievo, y cuyo autor se cree se inspiró en los sibilinos acrósticos que San Agustín inserta en el Libro 16 de "La Ciudad de Dios".

Es Noguera quien nos describe la nota más típica del "Nadal" mallorquín: "Encárgase de cantarla un muchacho de unos doce años que viste un traje claro de seda profusamente bordado, lleva en la cabeza una especie de gorro armenio del mismo color del traje y sostiene con ambas manos una pesada y reluciente espada. Ocupa el púlpito entre dos monagos y entona el canto de la profecía, canto altamente extraño y original, de sabor marcadamente arcaico y que tiene todo el atractivo de lo misterioso. Realmente no podía aplicarse mayor melodía a la bellísima composición atribuida al célebre mallorquín Fr. Anselmo Turmeda. Este canto no lleva acompañamiento alguno pero alterna sus estrofas con cortos versículos de órgano".

Corren varias versiones manuscritas de la Sibila con ligeras variantes, entre ellas la transcrita por el Archiduque Luis Salvador de Austria. Está también la de Noguera, en 1893, sin acompañamiento, coincidiendo su transcripción con un manuscrito de la parroquia de Manacor. Y la del Maestro don Bartolomé Torres, versión armonizada. Ninguno de los manuscritos resuelve el problema de la autenticidad del canto primitivo, documento musical de gran importancia, seguramente influenciado por la preponderancia árabe en la música popular mallorquina... De su patético canto de vaticinios de augurios escalofrantes o promesas de dicha eterna:

"El jorn del Judici parrà qui no haurà fet servici"

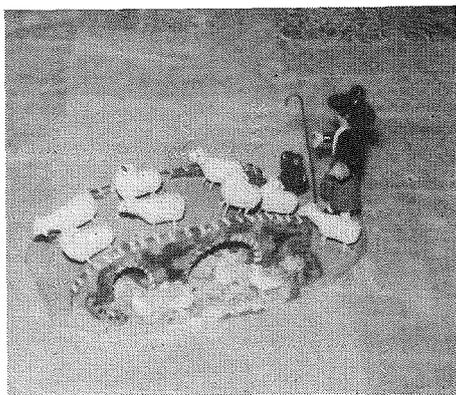
# LAS FIGURITAS DEL BELEN HECHAS A MANO



Con paciencia, vista y «pols»

## Una artesanía que se va perdiendo

La artesanía de la cerámica en Mallorca tiene una tradición perdurable y antiquísima. Herencia de esta artesanía popular son las figuritas de Belén "pastorets", hechas en barro cocido por Juan Aguiló Fortezá y su esposa María Colom Tur.



Rodeados de figuritas policromadas me explican que toda su vida han visto hacer los "pastorets", sus padres, sus abuelos; aprendieron el oficio diríamos que por tradición familiar.

—¿Cómo se hace una figurita?

—El cuerpo se hace con un molde de yeso y los detalles, manos, pies, sombrero, etc., a mano. El material que se emplea es fango de alfarero, el mismo que se usa para fabricar las tejas. En horno a base de carbón se cuece la figurita entre 5 y 6 horas y una vez cocida se pinta de colores.

—¿Ha cambiado la técnica de su fabricación con los años?

—Sigue siendo la misma que empleaban mis antepasados. Muchas horas dedicadas a ello, paciencia, vista y "pols". Los pastorcitos reflejan nuestras costumbres; llevan en las manos pavos, gallinas, ensaimadas, longanizas, "Xere-

miers"... Me invento la figura, nos dice D. Juan, pero siempre del tipo popular. En su acabado puedo emplear media hora, una hora, depende, y hacemos alrededor de 3.000 figuras al año, ya ve el tiempo que invierto en ello.

—¿Tienen salida los pastorcitos?

—No tengo tiempo de hacer todos los que me piden. Hay en toda Europa, estas cajas preparadas son encargos de Barcelona. Por Santa Lucía vamos al mercado a venderlos y este año casi no tengo para poder llevar al puesto.

—¿Hay mucha gente dedicada a la fabricación de "Pastorets"?

—Quedamos muy pocos. Muchos han muerto y los jóvenes no tienen afición a ello o simplemente no se han dedicado, o sea que es una artesanía que desgraciadamente se pierde.

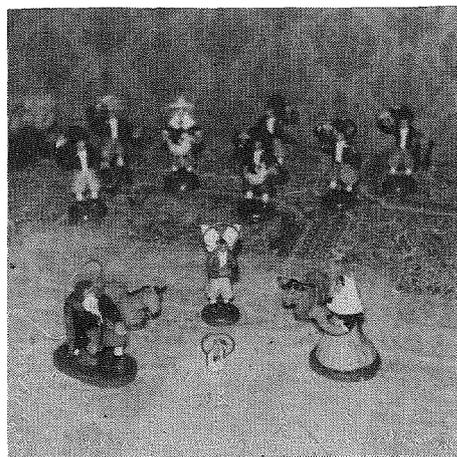
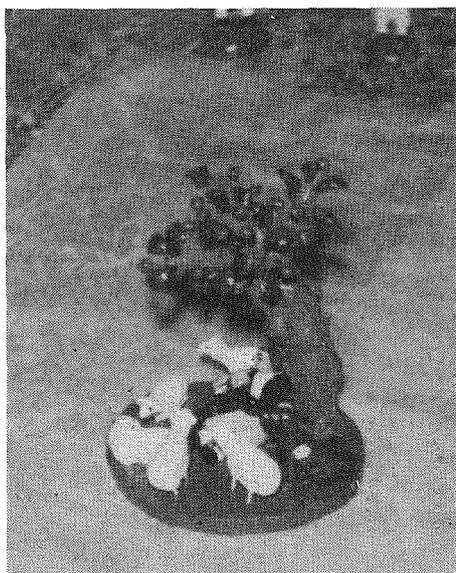
—¿Qué precio tiene un Nacimiento?

—El Nacimiento completo, compuesto por seis figuras: La Virgen, San José, El Niño, el Ángel, el buey y la mula, vale 500 pesetas. Cada año renuevo las figuras, para el año que viene preparamos "xeremiers" y los "gigantes" el payés y la payesa, que se colocan en el Ayuntamiento en las fiestas de una altura de 20 cm. Normalmente los hacemos de una altura de 10 cm.

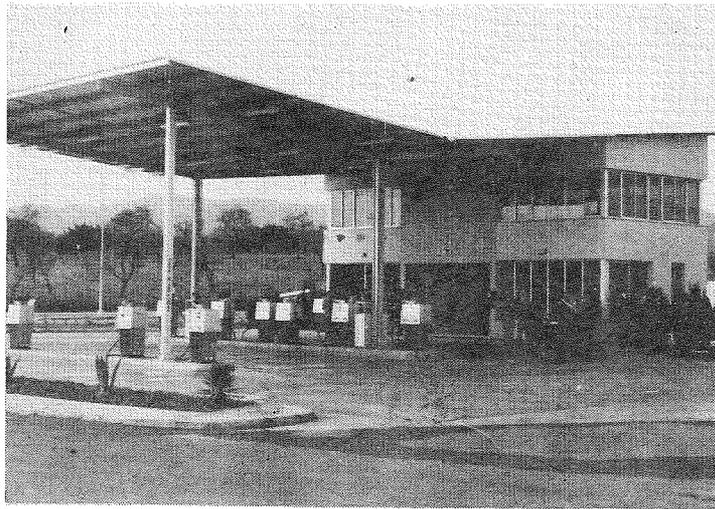
—¿Tienen dificultades para hacer las figuras?

—El barro es difícil de encontrar y las partidas no siempre salen buenas y esto complica muchísimo nuestra labor.

D. Juan Aguiló y su esposa, continúan en su tarea de dar color a las figurillas, estos "pastorets" que nos remontan a nuestra infancia cuando nuestra mayor ilusión era construir el Belén...



Fotos, originales de la entrevistadora Doña María Isabel Cabrer.



LA NUEVA ESTACION DE SERVICIOS EN EL POLIGONO "LA PAZ"

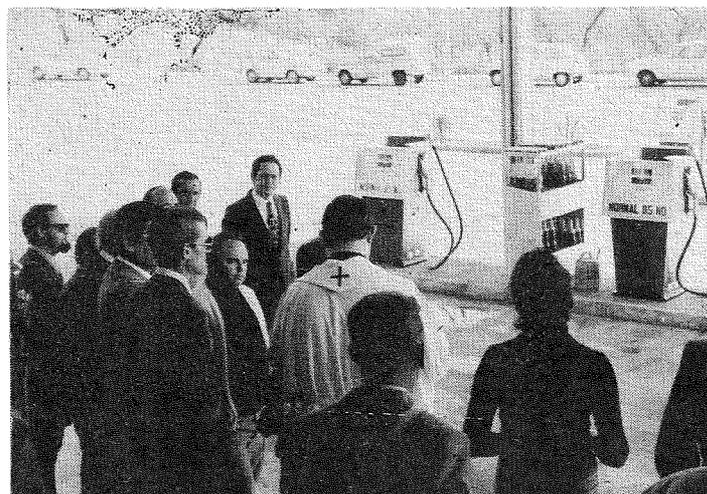


El pasado día 22 de Noviembre, a las 13 horas, se bendijo, y con ello quedó inaugurada, la nueva estación de servicios en el Polígono "La Paz".

El acto religioso estuvo a cargo del Rdo. Don Guillermo Payeras.

Entre los asistentes, figuraban, el Delegado Provincial de Industria Sr. Fortuny, en representación de CAMPSA, Sr. Girona, miembros de la Comisión Coordinadora de ASIMA, presididos por el Sr. Albertí, y numerosos invitados.

Le deseamos, a esa nueva instalación, muchos éxitos.



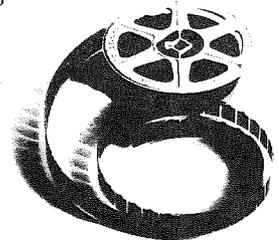
Sr. Director,  
¿Recuerda usted  
aquella bonita secretaria  
que fue en busca  
de un documento  
y jamás volvió?



Quizá se la tragaron los papeles. Empezaron por ella, pero pueden acabar haciendo lo mismo con la empresa entera.

¿Ha pensado Vd. en microfilmear su archivo?

Es una sencilla técnica que permite reducir cualquier tipo de documento a precisas imágenes y seleccionarlo entre millones con solo pulsar un botón, así como obtener una fotocopia del mismo en breves segundos.



**Publicom**, con Kodak,  
reduce y simplifica su archivo  
en un 98% de su actual volumen

Para recibir más amplia información póngase en contacto con nuestro Departamento de Microfilmación llamando al teléfono 22 11 18 o bien enviándonos este cupón a:

**Publicom**

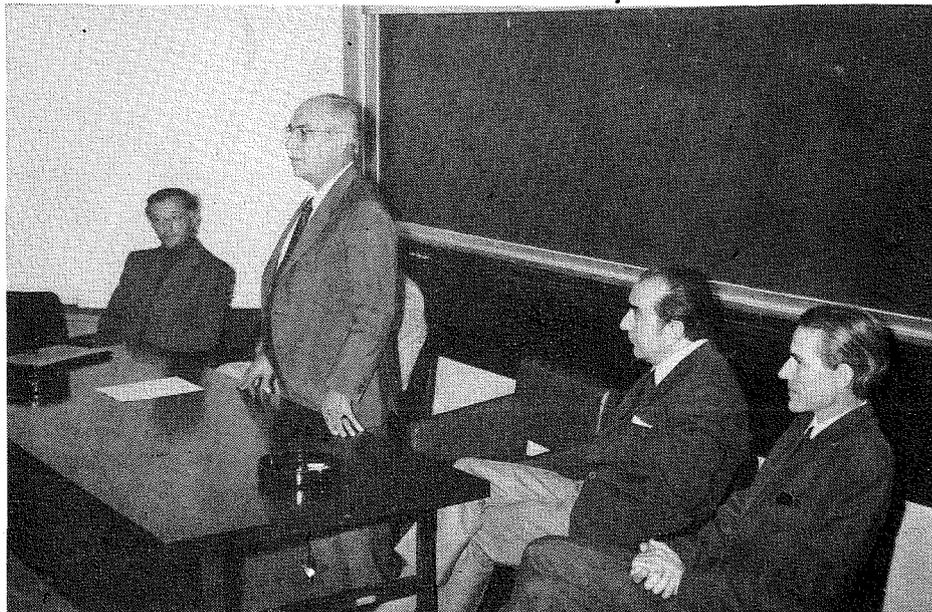
C/. Navarra s/n. Entrada Aparcamiento Plaza Mayor.  
Palma de Mallorca.

D.....  
 Empresa.....  
 Domicilio.....  
 Población..... Tl.....  
 Rogamos señale el apartado que le interese.  
 Recibir más amplia información.  
 Concertar entrevista personal.

# INSTITUTO BALEAR DE ESTUDIOS DE DIRECCION EMPRESARIAL I. B. E. D. E.



## Inauguración del Curso IBEDE - III



Bajo la Presidencia del Excmo. Gobernador Civil de la Provincia, D. Enrique Ramos Fernández, y con la presencia de los Delegados de los Ministerios de Información y Turismo y de Industria, D. Ignacio Rey Stole y D. José Fortuny, tuvo lugar el pasado día 19 de Octubre la inauguración del Curso de Perfeccionamiento Empresarial impartido en I.B.E.D.E., (Instituto Balear de Estudios de Dirección Empresarial) que este año alcanza ya su tercera edición.

D. Jerónimo Albertí, Presidente de ASIMA e IBEDE, abrió la sesión dando la bienvenida a todos los participantes al curso congratulándose de su nutrida asistencia y la diversidad de campos de alta dirección que en ella se veían representados.

Después de remarcar la ausencia de

Jesús Monzón, Decano de IBEDE y verdadero impulsor de esta obra, aquejado de grave enfermedad, reiteró el espíritu entusiasta que anima a todo el cuerpo docente y a los componentes del Instituto, dispuestos a conseguir, ahora más que nunca, los altos objetivos prefijados al centro, como instrumento eficaz para la imprescindible formación y puesta al día de los dirigentes de una sociedad abocada a un desarrollo en continua evolución.

Finalizó su salutación expresando sus mejores deseos para que el curso resulte provechoso para todos los participantes, ya que ello redundará directamente en la mejora del rendimiento de muchas empresas de la Provincia e indirectamente en la sociedad globalmente considerada.

A continuación, el Presidente de la Asamblea, concedió la palabra al Padre Antonio Oliver, Teatino, que impartió la primera conferencia del curso con el título de "El Mundo y la Empresa".

Clausuró el acto el Excmo. Gobernador Civil con unas palabras que se iniciaron con un cariñoso recuerdo al gran ausente de la sesión, Jesús Monzón, Decano de IBEDE. D. Enrique Ramos rememoró su singular personalidad y sus elevados valores humanos que le permitieron integrarse de forma total a esta Provincia que tanto le debía en tan corte espacio de tiempo. Animó a todos a seguir por el camino emprendido y aludió a la importancia de estos Cursos de Perfeccionamiento Empresarial como instrumentos de concienciación y puesta al día de unos hombres, conductores del trabajo de otros muchos, y verdaderos motores de una España indeclinablemente lanzada hacia un futuro más perfecto. Con estas palabras declaró inaugurado el Curso de IBEDE-III.



# motor

## Expansión de FASA-RENAULT

Con motivo de la presentación al ministro de Industria por Fasa-Renault de sus programas de expansión, visitaron al ministro los ejecutivos de la entidad con mister Pierre Dreyfus, presidente de la Régie Renault, y el presidente de la Fasa-Renault, con don Arturo Fierro a la cabeza.

El mismo día por la tarde se celebró en el Hotel Villamagna una rueda de Prensa, animadísima, en la que se dio cuenta del programa de Fasa-Renault, tan decisivamente apoyado por la Régie Renault en todos los aspectos.

Los proyectos suponen una inversión próxima a los 20.000 millones de pesetas (algo más de los 16.000 millones actuales) y duplicar la producción, montando nuevas plantas en un lugar aún no fijado, pero distinto de Valladolid. La localización de la nueva planta de embutición para carrocerías, que debe entrar en funcionamiento a principios de 1976, y la nueva factoría de montaje se resolverá en lo que queda de año, existiendo aún la duda de si será en Salamanca o en Palencia. Según se indicó en esta reunión, la elección entre esas dos provincias de la propia Fasa-Renault, quien está calibrando las ventajas e inconvenientes de las dos zonas en atención a la distancia de las factorías de Valladolid, a las posibilidades de mano de obra y, en general, a aspectos puramente económicos.

Las previsiones más verosímiles sobre el mercado español indican que éste situará su demanda en 1980 alrededor de un millón de vehículos. Si se tiene además en cuenta una hipótesis sobre la introducción paulatina de vehículos de importación en España, se ha podido estimar que para ese mismo año de 1980 el objetivo de ventas de Fasa-Renault en turismos y furgonetas puede fijarse en unas 220.000 unidades fabricadas en España. A esta cifra se añadirán los vehículos importados de Francia, dada la apertura de importaciones existentes para esa fecha.

Por lo que respecta a la exportación, los objetivos para coches montados o en conjuntos de piezas para montaje en otros países, todo ello de acuerdo con las programaciones previstas por la Régie Renault, han podido ser fijados para esa misma fecha en 100.000 unidades.

La suma de estos objetivos, tanto nacionales como de exportación, se situarán, por tanto, en 1980, en unas 340.000 unidades, momento en que se llegará a una cadencia de montaje de 1.390 coches diarios.

De este total las exportaciones representarían un porcentaje del 31 por 100.

Es importante en este capítulo señalar que, en una gran parte, las exportaciones de vehículos, no sólo de Fasa-Renault, sino en general de toda la industria española del automóvil, se dirigirán hacia los países del Mercado Común, ya que los "standars" de calidad conseguidos se sitúan a niveles de competencia internacional.

Dentro de este plan se fabricarán, con porcentajes de nacionalización que variarán, según los casos, entre el 50 y el 100, nuevos modelos que aparecerán en la gama Renault.

Por otra parte se observarán las disposiciones legales que imponen la obligación de fabricar para un mismo vehículo un mínimo de 400 unidades diarias o para dos vehículos de un mínimo de 200 unidades diarias.

Se habló en la rueda de Prensa de que se estudia la construcción de un coche español.

En el aspecto financieron la sociedad elevará su capital a más del doble. La Régie Renault seguirá teniendo el 50 por 100. El 30 por 100 estará en poder del Consejo. Y el 20 por 100 entre los accionistas particulares, los cuales, por cierto, cada día solicitan más acciones en Bolsa.

Por lo que hace referencia a la creación de nuevos puestos de trabajo, Fasa-Renault se prepara con vistas a doblar casi su actual plantilla.

## RUSIA: COCHE ELECTRICO

Un coche eléctrico con el motor operado con baterías alimentadas constantemente por un generador, que a su vez se pone en movimiento por un motor a gasolina de 20 caballos de fuerza ha sido construido en el Instituto de Automóviles y Caminos de Moscú. El coste del vehículo construido en serie es, aproximadamente, igual al de un coche de gasolina. Los especialistas de este país opinan que el principio de "coche-híbrido" puede servir de base para diseñar ya en el momento actual coches, autobuses y hasta pequeños camiones.

## CAMPSA: Nuevo octanaje

Un rumor está tomando consistencia entre los automovilistas nacionales: es previsible que "Campsa" altere el octanaje de la gasolina que actualmente vende al público -85, 96 y 98 octanos-, suprimiendo las dos primeras, que serían sustituidas por un nuevo tipo -92 octanos- y manteniendo la cota superior. En consecuencia, quedarían en el mercado dos tipos, los 92 y 98 octanos.

## FORD: Valencia y Santander

Parece ser que la firma automovilística "Ford" está interesada en montar en Santander unas instalaciones auxiliares a la factoría que se levantará en Valencia.

Aunque el viaje se ha mantenido en el máximo secreto, se ha podido saber que dirigentes de la "Ford" han visitado el polígono industrial de Guarnizo y, así mismo, la zona de Ajo donde, al parecer, existen unos terrenos que reúnen las condiciones que precisa la firma.



**Pedro Miró Josa**

Ldo. en derecho · Gestor Administrativo

Consultor de Empresas · Tramitación en General

Matias Montero, 3 - 3º. - B Telf. 214971 Palma de Mallorca

## MOTORISMO

—Montesa en el Trial de Thoricourt (Bélgica) copó los primeros puestos y por marcas, en seniors, Randonneurs y Expertos. En esta última coparon los 10 primeros puestos.

Brian Hutchinson, con «Montesa» —cota 123—, venció en el Tweed Trial inglés. En el Trial de Brighton, Inglaterra, tres pilotos con «Montesa» empatados para el puesto de vencedor. Por «más ceros» quedó primero Brian Fowler.

## EXPORTACIONES

—La British Leyland ha conseguido pedidos de exportación para cerca de 200 autobuses nacionales «Leyland», por valor de más de 2,5 millones de libras para Jamaica y Australia.

Estos pedidos, las primeras ventas de exportaciones de importancia del autobús integral revolucionario, han sido conseguidos durante el pasado mes.

## NUEVA FABRICA

—La empresa Volvo, principal fabricante de Suecia de automóviles, construirá una nueva fábrica de montaje de automóviles en los Estados Unidos con piezas suecas, con una producción anual de 100.000 vehículos. El coste de la nueva instalación se estima del orden de los cien millones de dólares. Esta es la primera vez que una empresa de automóviles extranjera ha comenzado el montaje de automóviles en los Estados Unidos.

## AYER Y HOY

—BMW anuncia la salida de sus cadenas de montaje en la fábrica de Berlín de la moto número 500.000. La primera moto «BMW» salía en 1923; de 500 c. c. de cilindrada, aquella moto poseía una misma línea técnica que la de hoy: motor bicilindro plano y transmisión por cardan, junto con una calidad y robustez extremas. Daba 8,5 HP. y giraba ya entonces a 7.300 r. p. m.; pesaba 122 kilos en total.

## HUELGAS

—Las horas de trabajo perdidas en Italia en la industria automóvil a causa de las huelgas se cifran en 135 millones en los seis primeros meses de 1973, con un aumento de 219 por 100 sobre 1972.

## TEORIZANDO

—En la Gran Bretaña cada año gastan más en automóviles (un 14 por 100) y menos en comer (un 19 por 100). Cada subida del petróleo supone en teoría una baja de la ración alimenticia de los ingleses.

## GASOLINA

—Según impresiones del ambiente del automóvil, el alza de los precios de la gasolina ha producido cierta baja en los pedidos de coches.

## FABRICACION

—En 1971 se fabricaron en España 450.000 coches, de los que se exportaron 50.000. Este año se piensa fabricar 700.000 y exportar 150.000. Y para 1977, dentro de cuatro años, se espera llegar al 1.300.000 y los 500.000.

—Para 1977, la capacidad de producción de nuestras fábricas de automóviles, si se cumplen los planes previstos, serán las siguientes:

Seat, 600.000 coches-año; Fasa-Renault, 250.000; Citroen Hispania, 175.000; Chrysler España, 155.000; Authi, 140.000.

—En total, suman 1.320.000 unidades. Y aquí no están contabilizados los coches que pueda fabricar Ford ni la posibilidad de que las capacidades de Fasa-Renault y Citroen Hispania sean mayores (la de la primera podría ser de 300.000 y el proyecto de la segunda son los 250.000 en 1980). Con este baile de cifras, a nadie puede extrañar que en 1980 las fábricas de automóviles instaladas en España estén en condiciones de producir dos millones de unidades. De ellas, la mitad de la producción debería absorberla el mercado interior (estamos en 90 coches por 1.000 habitantes, frente a los 240 de Europa) y el resto habría que arreglárselas para exportarlo.

## VEHICULOS

### UTILITARIOS

De los últimos vehículos de este tipo, uno de los que ha causado más sensación, hasta el punto de haber sido la sorpresa del Salón de Londres, es el «Minissima», un coche urbano de cuatro asientos basado en el «Mini 850». Tiene tan sólo 2,28 metros de largo, esto es, las dos terceras partes de la longitud de un «Mini», y el vehículo ha sido un «ejercicio de diseño» de British Leyland, según el calificativo dado por la misma empresa.

Lo más notable del diseño es su configuración con una sola puerta posterior. Los dos asientos traseros están uno frente al otro, lo que permite que los pasajeros de los asientos delanteros pasen entre ellos, según trazado muy usual en las pequeñas embarcaciones de recreo.

Desde el punto de vista mecánico, el «Minissima» monta componentes normales del «Mini 850» con transmisión automática AP. Los basidores auxiliares delantero y posterior del «Mini» con sus respectivos subsistemas, están montados de forma que proporcionan una distancia entre ejes de 1,49 metros, frente a los 2,03 metros del «Mini». El círculo de giro es de 5,39 metros.

Con la puerta montada en la parte posterior, el escape se hace por un tubo de cola que descarga frente a la rueda trasera derecha. El depósito de gasolina está bajo el asiento del pasajero delantero, con llenado por el lateral de la carrocería y también hay espacio bajo el pasajero para la rueda de repuesto.

Lleva instalada una caja de instrumentos tipo «Rover 2000» y a la derecha del conductor va la palanca automática selectora de la caja de cambios. El freno de mano está detrás del panel de control y está flanqueado por la radio montada verticalmente.

## GABRIEL VICENS

CARPINTERIA - EBANISTERIA - DECORACION  
(G. E. D.)

Empresa de prestigio ofrece calidad

Gremio de los Herreros — Manzana 10  
Polígono Industrial La Victoria  
Teléfonos 25 11 22 - 25 11 88  
Palma de Mallorca

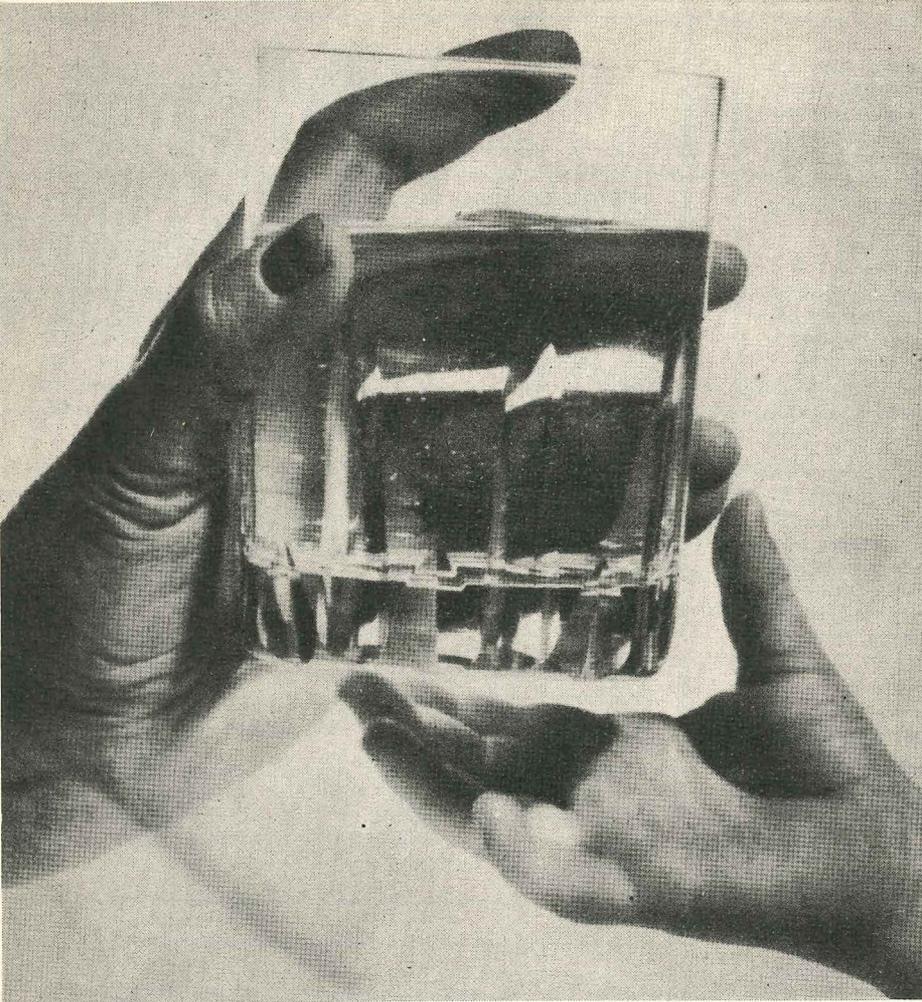
## ALMACENES

 SANCHEZ & Cia.

«su almacén»

CADA SEMANA UNA  
OFERTA ESPECIAL PARA UD.

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



CONSEJO DE EUROPA

## Los 12 principios de la carta europea del agua

### PRIMER PRINCIPIO:

Sin agua no hay vida posible. Es un bien preciado, indispensable a toda actividad humana.

### SEGUNDO PRINCIPIO:

Los recursos en agua dulce no son inagotables. Es indispensable preservar-

los, controlarlos y, si es posible, acrecentarlos.

### TERCER PRINCIPIO:

Alterar la calidad del agua es perjudicar la vida del hombre y de los otros seres vivos que de ella dependen.

### CUARTO PRINCIPIO:

La calidad del agua debe ser preservada de acuerdo con normas adaptadas a los diversos usos previstos, y satisfacer, especialmente, las exigencias sanitarias.

### QUINTO PRINCIPIO:

Cuando las aguas, después de utilizadas, se reintegran a la Naturaleza, no deberán comprometer el uso ulterior, público o privado, que de ésta se haga.

### SEXTO PRINCIPIO:

El mantenimiento de la cobertura vegetal adecuada, preferentemente forestal, es esencial para la conservación de los recursos hídricos.

### SEPTIMO PRINCIPIO:

Los recursos hídricos deben inventariarse.

### OCTAVO PRINCIPIO:

Para una adecuada administración del agua es preciso que las autoridades competentes establezcan el correspondiente plan.

### NOVENO PRINCIPIO:

La protección de las aguas implica un importante esfuerzo, tanto en la investigación científica, como en la preparación de especialistas y en la información del público.

### DECIMO PRINCIPIO:

El agua es un patrimonio común cuyo valor debe ser reconocido por todos. Cada uno tiene el deber de utilizarla con cuidado y no desperdiciarla.

### UNDECIMO PRINCIPIO:

La administración de los recursos hidráulicos debería encuadrarse más bien en el marco de las cuencas naturales que en el de las fronteras administrativas y políticas.

### DECIMOSEGUNDO PRINCIPIO:

El agua no tiene fronteras. Es un recurso común que necesita de la cooperación internacional.

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

SERVICIO POR ABONO

## EL BRILLO BALEAR

Sindicato, 36 - 1.º -1ª

TELEF. 222700

# Automoción Balear, S. A.



CONCESIONARIOS DE COMERCIAL *Pegaro* S. A.



Calle Gremio Carpinteros, 35 - Polígono de la Victoria  
Teléfonos 25 53 43 - 44 - 45  
PALMA DE MALLORCA

## El rentable J-4 de SAVA:

Un vehículo de transporte  
con las ventajas de un turismo

MICROBUS.— 8 plazas + conductor.



## 3060-L El camión indicado para obras y construcciones



MINIMAX CENTRAL ESPAÑOLA

# MINIMAX

abarca todo lo concerniente a protección contra incendios, desde el pequeño extintor de 0'800 Kg. hasta equipos móviles de 2.000 Kg. La gama de extintores comprende los sistemas de polvo químico seco POLMAX y MULTIMAX-U, anhídrido carbónico -CO<sub>2</sub>-, hídricos a chorro y pulverizado, espuma, halógenos.

Todos ellos en diferentes sistemas y capacidades.

Generadores de espuma convencional y espuma ligera de alta expansión.

Instalaciones fijas automáticas y manuales por CO<sub>2</sub>, polvo, espuma, rociadores, sprinklers.

Instalaciones detectoras de incendios.

Mangueras, racores, lanzas de varios efectos, puestos de incendio, equipos de respiración, máscaras, escaleras, accesorios, etc.

Servicio de revisión, recarga y mantenimiento.

Proyectos y asesoramiento sobre instalaciones especiales.

Material homologado por el Sindicato Nacional del Seguro.



Precios especiales para los Asociados de ASIMA

Teléfonos: 29 06 00 y 29 40 48