



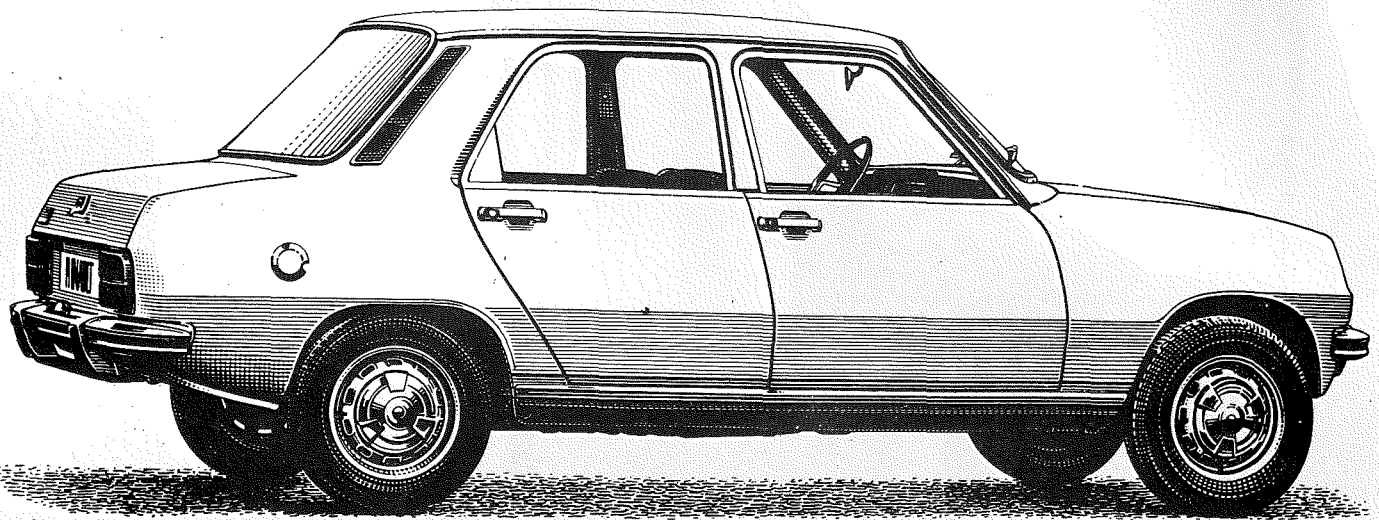
DEL TRIUNFALISMO AL REALISMO

EN
EXCLUSIVA

INTERESANTES
DECLARACIONES
DEL MINISTRO
DE
INFORMACION
Y TURISMO
D. LEON
HERRERA Y
ESTEBAN
PARA
LOS LECTORES
DE ESTA
REVISTA

economía balear

NUM. 61
PRECIO 35 PTAS.



Renault siete

Línea de amplio confort

Renault siete es el nuevo coche que reúne, en un concepto práctico y armónico, toda la experiencia y los últimos adelantos técnicos de la marca Renault.

Su estilo, moderno y atractivo, ha sido concebido dentro de una línea clásica. Ofrece gran amplitud y comodidad, cuatro puertas, cinco plazas y espacioso maletero.

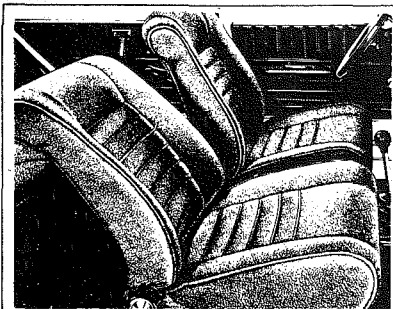
Su confort, cuidado el detalle, puede verse y sentirse, tanto por el conductor como por sus acompañantes: asientos

anatómicos tapizados en tela, los delanteros deslizables en sentido longitudinal y con respaldo opcionalmente reclinable; piso enmoquetado en su totalidad; sobrio y minucioso acabado, volante pequeño, de tacto agradable; gran visibilidad; tablero con instrumentos de fácil lectura; suspensión, por barras de torsión, independiente a las cuatro ruedas.

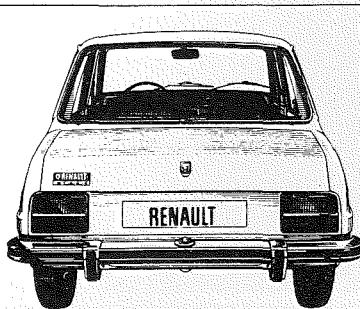
Su avanzada mecánica, segura y responsable, es consecuencia del desarrollo tecnológico de la marca Renault:

motor delantero 1.037 cm³ de cilindrada; 8 c.v. fiscales; 50 c.v. DIN a 5.500 r.p.m.; dirección de cremallera; transmisión a las ruedas delanteras, frenos delanteros de disco y traseros de tambor; velocidad 130 Km/h., consumo 6.5 litros a los 100-Km. en recorrido medianamente accidentado y a una velocidad de 70 Km/h. de media.

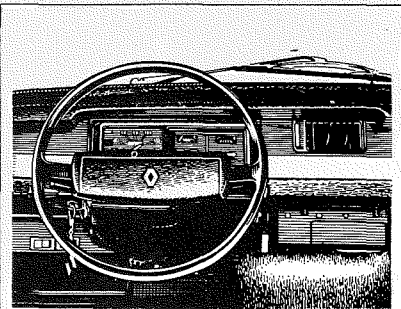
Incorpórese a la línea de amplio confort de Renault siete y descubra un nuevo modo de viajar con seguridad.



Asientos anatómicos, tapizados en tela.



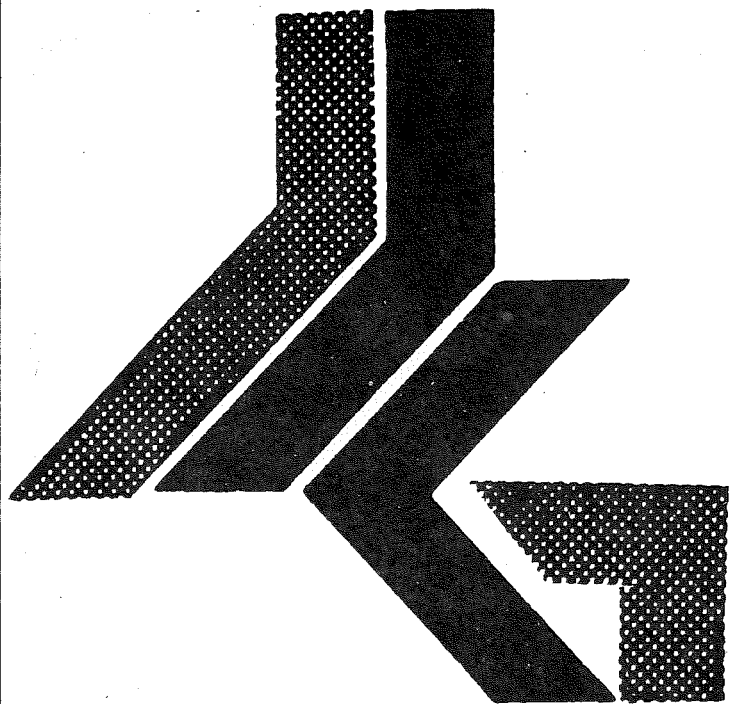
Pilotos de buen tamaño, bien visibles.



Tablero de instrumentos, de fácil lectura.



RENAULT siete



JUAN JAUME GARAU
carpintería
decoración

(Empresa galardonada con el Roble de Oro 1973)



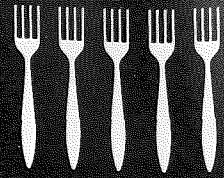
Grán Vía Asima (esquina Gremio Horneros)
Polígono La Victoria
Teléfonos: 29 41 00 - 04 - 08
Palma de Mallorca



RESTAURANTE

PORTONOVA

los detalles de un gran restaurante

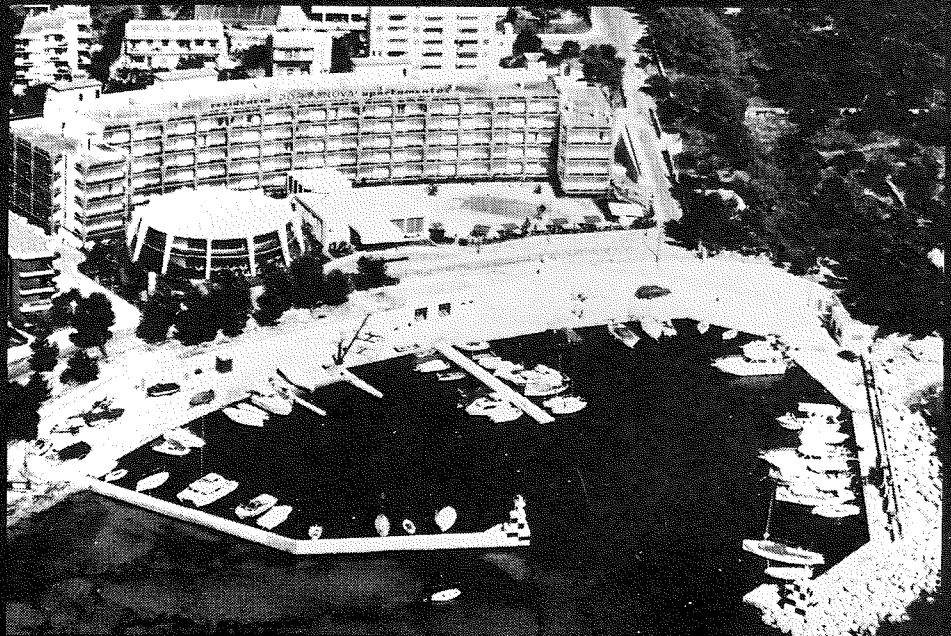


RESERVA DE MESAS



RESIDENCIA - APARTAMENTOS

PORTONOVA



PASEO DEL MAR, 2
TELF. 68 15 24
PALMA NOVA
MALLORCA

Primera publicación balear de Economía
Marketing, Turismo y Hostelería

Fundada en 1969



NUMERO 61



MARZO - ABRIL 1975

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

REDACTOR JEFE: D. JOSE RIBAS
PALOU

**DIRECCION, REDACCION, ADMINIS-
TRACION Y PUBLICIDAD:** Gran
Vía ASIMA nº 2 Edificio Ramón
Esteban Fabra. Piso 14
Polígono Industrial LA VICTORIA
Teléfono 29 06 12
Palma de Mallorca

EDITA: EDICIONES Y PUBLICA-
CIONES A.S.I.M.A.

SUSCRIPCION: 340 ptas. doce números.

IMPRESO EN OFFSET:
IMPRENTA POLITECNICA
Troncoso, 9. Tel: 21 26 60
PALMA DE MALLORCA

DEPOSITO LEGAL: PM 1839/1969

EDITORIAL

Del triunfalismo al realismo	6
CUESTIONARIO CONTESTADO POR EL EXCMO. SR. MINIS- TRO DE INFORMACION Y TURISMO DON LEON HERRERA Y ESTEBAN	7

ECONOMIA Y FINANZAS

Pague usted por teléfono	19
ECONOMIA FILATELIA, por don Alejandro Martínez For- naguera: Especulación en ciernes	20
Objetos y sellos raros en "España-75"	21
MISCELANEA DE ECONOMIA	23
PAGINA RECORTABLE: Crisis, crisis, crisis	27
Diccionario moderno de economía y finanzas	28

PAGINAS DEDICADAS A ASIMA

Entrevista con el Director General don Juan Gea	31
Servicios que, a través de ASIMA, se prestan a sus Asociados ASIMA, y sus beneficios	36
Entrevista con doña Marilena Mestre, Asistente Social	41
NOTICIARIO	43

(En las páginas centrales, continuamos publicando, el índice general de
"ECONOMIA BALEAR")

PROXIMO NUMERO: Varias páginas estarán dedicadas a la problemática de
la PIEL, ANTE y CUERO.



DIA: 6 Mayo 1975

HORA: A las 18 horas, en primera
convocatoria, y
a las 19 horas en segunda.

LUGAR: Avenida ASIMA, n.º 2,
Polígono La Victoria.
Palma de Mallorca.

ASAMBLEA GENERAL ANUAL DE ASIMA

Editorial

DEL TRIUNFALISMO AL REALISMO

Si tuviéramos que buscar un denominador común a las declaraciones del Ministro de Información y Turismo que siguen a esta página, éste sería sin duda el realismo.

Pasaron ya, afortunadamente, las épocas en que las verdaderas dificultades se ocultaban tras el velo de los grandes números. Es el momento de llamar a las cosas por su nombre y contemplar el panorama a ojo desnudo y no con una óptica miope o coloreada. No será un gran año turístico, nos dice la máxima autoridad en Turismo, pero tampoco estamos en quiebra.

La primera premisa necesaria para la resolución de un problema es que este problema esté planteado con exactitud y en sus justos términos. Si no lo hacemos así estamos luchando contra molinos de viento y no contra gigantes. Y los problemas turísticos que tiene esta provincia son gigantescos.

Es preciso hacer una autocrítica seria del sector, empezando por la actitud empresarial que necesariamente debe replantearse sus objetivos, fijar con precisión sus metas y estructurar sus empresas, no en función del beneficio a corto, sino en función de su permanencia y consolidación a largo plazo. Cerremos el paso a la especulación descarada para que el beneficio de unos pocos pueda repercutir en el aumento de la riqueza de toda la provincia. Seamos conscientes de que en esta partida aún nos quedan por jugar algunas cartas importantes, por ejemplo, la carta de Mallorca. Cuando desde fuera se nos intente asustar amenazándonos con una desviación del turismo, simplemente recordemos que en nuestra isla existe mayor concentración hotelera que en todas las demás zonas mediterráneas JUNTAS.

Comercialmente debemos ser mucho más agresivos. Nuestro mercado ya no es de demanda, sino de oferta, y es preciso salir a vender en lugar de esperar a que nos compren. Y vender a precios justos, no de saldo. ¿De qué nos va a servir llenar Mallorca de turismo si vendemos nuestros servicios por debajo de nuestros costes reales?. ¿Qué clase de riqueza produciremos así?.

Una empresa —en este caso la turística— no puede estar basada ni en la casualidad ni en la improvisación.



DON LEON HERRERA Y ESTEBAN,
Ministro de Información y Turismo,
habla para nuestros lectores

ECONOMIA BALEAR ha querido acercarse una vez más al problema del sector turístico con un enfoque claro y directo. Para ello inicia en este número una serie de entrevistas y reportajes sobre el sector que tendrá su continuidad a lo largo de los meses siguientes. Hemos querido empezar con una entrevista a D. León Herrera Esteban, Ministro de Información y Turismo, como primer botón de la muestra. Nuestro Ministro, no sólo ha accedido a contestarnos, sino que lo ha hecho con una claridad y un realismo dignos de destacar. Nos ha parecido tan importante la entrevista que hemos postpuesto para siguientes ediciones otros artículos referentes a este tema. Desde esta página damos las gracias al señor Ministro por su gentileza al concedernos la entrevista y por no rehuir ninguna de las preguntas formuladas que intentan abordar un amplio abanico de cuestiones que están sobre la mesa en estos momentos.



Binimeca (Menorca)

El Excmo. Sr. Ministro de Información y Turismo contesta al cuestionario enviado por

economía balear

eb.-1.^a ¿COMO SE PREVE DESDE EL M.I.T. EL DESARROLLO DE LA CAMPAÑA TURISTICA 75-76?

Sr. Ministro: He dicho recientemente que, a mi juicio, 1975 será mejor turísticamente para España que para las empresas del sector. Al expresarme así he querido poner de relieve mi creencia en que 1975 será, a grandes rasgos, semejante al pasado año. Como Vd. sabe, en 1974 se produjo una disminución de visitantes, cuya importancia yo no quisiera minimizar, pues fue de más de 4 millones en cifras absolutas y de más del 120/o en cifras relativas, comparado con 1973, mientras que los niveles de ingresos de divisas por turismo se mantenían prácticamente estables y aún superaron, en un porcentaje muy pequeño, es cierto, a los de ese año. Para el Estado, pues, si no fue un año brillante, no fue tampoco un año de recesión en este capítulo.

Me temo que de continuar la crisis en 1975 (crisis que es preciso señalar, una vez más, no es propia ni exclusiva de nuestra país, sino que obedece a circunstancias mundiales de todos conocidas) los resultados para las empresas van a ser muy parecidos a los del año pasado, si bien se apunta una moderada mejoría respecto a las perspectivas inicialmente previstas.

ESTE AÑO,
1975, ME PARECE
CRUCIAL
PARA NUESTRO
TURISMO



Puerto de Ibiza

JUSTO ES RECONOCER QUE LOS TOUR OPERADORES EXTRANJEROS HAN SIDO COPARTICIPES DEL DESARROLLO DEL TURISMO ESPAÑOL EN LOS ÚLTIMOS AÑOS.

eb.-2.^a EN EL CONSEJO DE MINISTROS DEL DÍA 7 DE FEBRERO, SE APROBO UN PRESUPUESTO EXTRAORDINARIO PARA PROMOCION DEL TURISMO, DE MAS DE 300 MILLONES DE PESETAS ¿COMO VA A ENFOCARSE DICHA PROMOCION?

Sr. Ministro: En mis palabras de ampliación a la referencia de lo tratado en el Consejo de Ministros de ese día hice, efectivamente, alusión a la inmediata puesta en marcha de un programa de promoción turística exterior e interior pero no, como Vd. afirma, que hubiese sido aprobado un presupuesto extraordinario para este fin, entre otras razones porque no es al Consejo al que corresponde la aprobación de estos créditos. Estamos, eso sí, gestionando la concesión de recursos extraordinarios que nos permitan complementar la insuficiente dotación con que contamos para hacer frente a la coyuntura de este año, que me parece crucial para nuestro turismo. En cuanto a la forma en que van a distribuirse los recursos disponibles, puedo decirle que, en líneas generales nuestro programa contempla un sustancial incremento de los proyectos básicos en materia de publicaciones, campañas de publicidad y relaciones públicas, participación en ferias y exposiciones, sin olvidar la cooperación en las acciones promocionales que pueden llevar a cabo las principales regiones turísticas.

Ciudadela (Menorca)

DURANTE LOS ÚLTIMOS AÑOS HEMOS ASISTIDO A UNA GRAN ESCALADA PARA HACERSE CON EL ACELERADO INCREMENTO DE LA DEMANDA, LO QUE TENIA QUE LLEVAR AL COLAPSO A AQUELLAS EMPRESAS QUE FIABAN SU ÉXITO MAS EN EL CRECIMIENTO A ULTRANZA QUE EN LA SOLIDEZ DE SUS OPERACIONES.





Paseo Sagrera (Palma de Mallorca)

SI PARA EL ESTADO, 1974, NO FUE UN AÑO BRILLANTE EN TURISMO, NO FUE TAMPOCO UN AÑO DE RECESION.

PROBLEMA: LA NECESIDAD DE PROPORCIONAR A LOS TURISTAS MAYORES POSIBILIDADES DE RECRESO.

eb.-3.^a EL TURISMO EN LAS ISLAS BALEARES ESTABA CANALIZADO PRIMORDIALMENTE A TRAVES DE LOS MAYORISTAS DE VIAJES EXTRANJEROS ("TOUR OPERATORS"). LAS CRISIS SUFRIDAS EN LA PASADA TEMPORADA POR ESTAS COMPANIAS DEMUESTRAN SU FRAGILIDAD ANTE LA COYUNTURA ECONOMICA INTERNACIONAL. ¿QUE MEDIDAS PROPONE EL M.I.T. FRENTE A LAS QUIEBRAS INESPERADAS DE LOS T.O.? ¿ES POSIBLE ARBITRAR OTROS DISTINTOS CANALES DE COMERCIALIZACION? ¿SE HA PENSADO EN LA POSIBILIDAD DE LA CREACION DE UNO O VARIOS T.O. NACIONALES?

Sr. Ministro: Tiene Vd. razón al destacar esa estrecha dependencia del turismo en el archipiélago balear de las actividades de los tour operadores pues, aunque este fenómeno incide en toda España, en ninguna otra parte se produce con la acusada intensidad de las islas Baleares y las Canarias. Yo creo que el fenómeno va muy ligado a la propia condición insular de ambas zonas puesto que, por tratarse de unas islas, es preciso tomar el barco o el avión, es decir, un medio de transporte colectivo, y aquí es donde se origina la intervención del tour operador, cuya economía se basa mucho más en la oferta de medios de transporte, normalmente charters, que en la del alojamiento. Este es, en general, sólo un complemento secundario del "paquete" turístico, especialmente en aquellas zonas como Baleares en que la abundancia de plazas es tal que el tour operador puede permitirse el contratar en condiciones de precios muy ventajosas.

A pesar del daño infringido al crédito de los tour operadores por las quiebras y suspensiones de pagos del año pasado, justo es reconocer que los tour operadores extranjeros han sido copartícipes del desarrollo del turismo español en los últimos años al asegurar una clientela fija que hubiera sido muy difícil conseguir por otros medios, y con ello, unos índices altos de ocupación a nuestras industrias.

Durante los últimos años hemos asistido a una gran escalada para hacerse con el acelerado incremento de la demanda, lo que tenía que llevar al colapso a aquellas empresas que fiaban su éxito más en el crecimiento a ultranza que en la solidez de sus operaciones. Lo lamentable es que una inadecuada regulación del mercado haya hecho víctimas de esa errónea política de algunos tour operadores a hoteleros y empresas turísticas absolutamente ajenos a ella.

Me he extendido en estas cuestiones porque creo que eran necesarias para contestar a las tres preguntas concretas que me formula.

En cuanto a la primera, como Vd. sabe, el Ministerio ha hecho, con ocasión de las suspensiones de pagos ocurridas en 1974, cuanto entonces estaba en su mano: informarse e informar a los afectados, prestarles asistencia, incluso legal, negociar con las agencias quebradas o con las asociaciones profesionales respectivas para obtener mejores condiciones en el pago de los servicios pendientes y hasta en algún caso, facilitar créditos para paliar los efectos de la quiebra. Por supuesto que ésto no es todo lo posible y deseable y nuestra intención es llegar al establecimiento de un sistema de garantías, cuya posibilidad legal ya está creada en la disposición adicional del Decreto de 9 de agosto de 1974 sobre ordenación de la oferta turística y para lo que ya se han hecho estudios y se han tenido contactos personales con los diversos sectores interesados, por lo que esperamos que no tardará mucho, a pesar de los complejos problemas que plantea, en convertirse en realidad.

Me pregunta Ud. también, si es posible arbitrar otros canales de comercialización y si se ha pensado en crear uno o varios tour operadores nacionales. Por supuesto que los tour operadores no constituyen el único canal de comercialización, como lo prueba el hecho de que la mayor parte de los turistas que recibimos no nos llegan por ese cauce. Ahí están la acción de nuestras Oficinas de Turismo en el extranjero, las ferias y exposiciones que organiza el Ministerio, las publicaciones que edita, las operaciones de relaciones públicas y las campañas de publicidad que lleva a cabo, la actividad promocional de algunas regiones o de cadenas hoteleras y empresas individuales, etc.

En cuanto a los tour operadores nacionales, que ya hay varios, sólidamente implantados en el extranjero, el Ministerio —que se planteó en su día y desechó por múltiples razones la conveniencia de crear un gran tour operador nacional— está dispuesto a prestarles toda su ayuda. El Decreto 2530 de 9 de agosto pasado, sobre financiación de inversiones en el exterior relacionadas con las actividades turísticas, es un buen ejemplo, a mi juicio, de esta voluntad de colaboración y asistencia por parte de la Administración a quienes quieran salir fuera a participar en esa tarea de atraer a la demanda que allí existe y que hoy monopolizan en su mayor parte los tour operadores extranjeros.

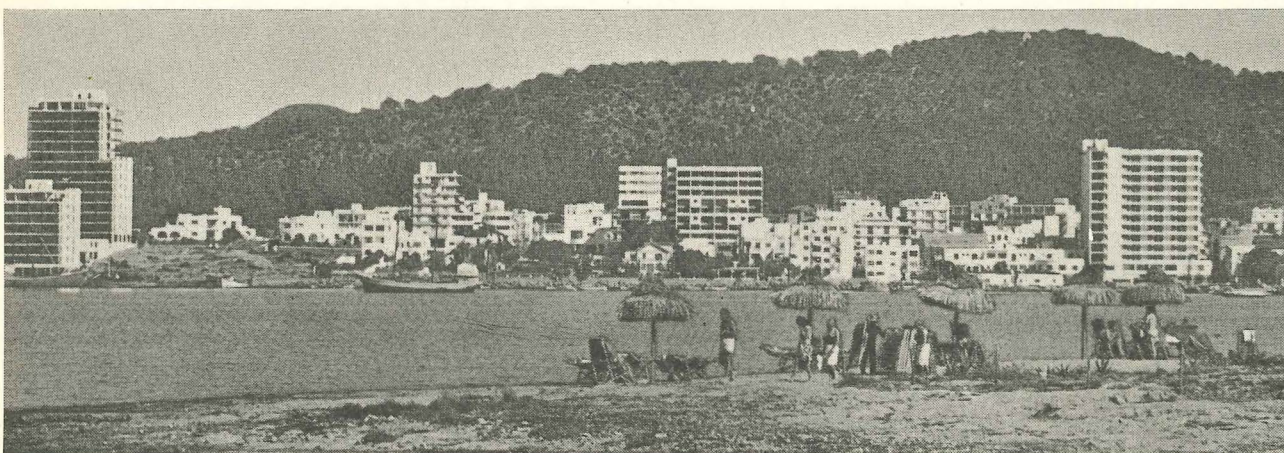
DE CONTINUAR LA
CRISIS EN 1975 LOS
RESULTADOS PARA
LAS EMPRESAS VAN
A SER MUY PARECI-
DOS A LOS DEL AÑO
PASADO.



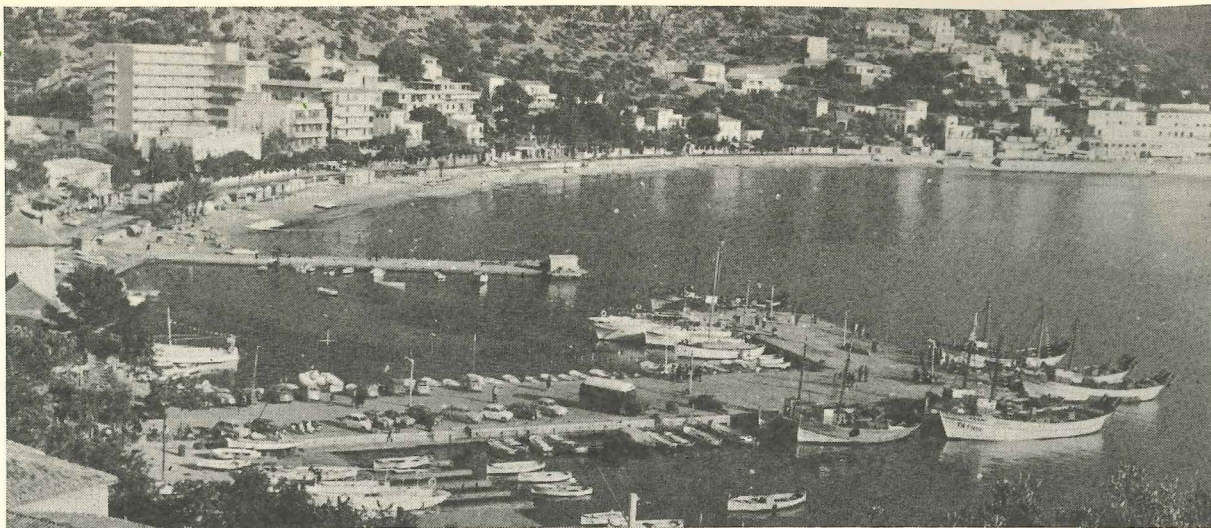
EL MINISTERIO, SE
PLANTEO EN SU DIA
Y, DESHECHO, POR
MÚLTIPLES RAZONES,
LA CONVENIENCIA
DE CREAR UN GRAN
TOUR OPERADOR NA-
CIONAL.



PUEDO ASEGURAR
QUE CON LOS FON-
DOS CON QUE HEMOS
PODIDO DISPONER SE
HA SACADO EL ME-
JOR PARTIDO POSI-
BLE.



San Antonio (Ibiza)



Puerto de Sóller (Mallorca)

BALEARES, POR LA PROPIA SITUACION QUE TIENE DENTRO DEL SECTOR TURISTICO ESPAÑOL, DEBE SER UNA DE LAS PROVINCIAS QUE HAGAN OIR MAS ALTA SU VOZ EN LA PROXIMA II ASAMBLEA NACIONAL DE TURISMO. Y CONFIO EN QUE TODOS LOS SECTORES INTERESADOS Y TODAS LAS PROVINCIAS Y REGIONES ESPAÑOLAS NOS APORTEN SU CONTRIBUCION, SUS IDEAS Y LAS POSIBLES SOLUCIONES DE ESA PROBLEMATICA.

eb.—4.^a PARECE BASTANTE CLARO QUE LA POLITICA ACTUAL DEL M.I.T. SE ENCAMINA A BUSCAR MAYOR CALIDAD EN EL TURISMO, ABANDONANDO, HASTA CIERTO PUNTO, LA POLITICA DE LA CANTIDAD. SI ELLO ES ASI, ¿QUE HACER CON LOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS QUE DEBERAN QUEDAR SIN DEMANDA?

Sr. Ministro: Yo creo que algunas declaraciones que se han hecho sobre la necesidad, o la conveniencia, de promover el desarrollo de un turismo de calidad han sido mal interpretadas. La antinomia turismo de masas - turismo de calidad no tiene sentido porque España es un país que acoge a ambas clases de turismo y tiene instalaciones para ambas. No se trata, por tanto, de sacrificar el turismo de masas a un turismo de calidad que, por dejar mayores ingresos per capita sería más atractivo. En este sentido no tienen nada que temer los establecimientos de menor categoría, que supongo que es a los que Vd. se refiere, pues nuestra preocupación por ellos es incluso mayor que por otras categorías de establecimientos que por su propia naturaleza tienen más posibilidades no sólo de promover demanda sino también de hacer frente a la situación cuando aquélla, como ha ocurrido en 1974, se retrae. Al hablar de turismo de calidad como contrapunto al otro, creo que se mezclan abusivamente bajo una sola denominación muchas cosas diferentes: la aspiración, legítima, a conseguir un mayor gasto per capita de los turistas que nos visitan; la necesidad, cada vez más sentida de proporcionar a los turistas mayores posibilidades de recreo ya que en algunos casos, éstas se limitan al hotel, la playa, y, a lo sumo, las salas de fiestas nocturnas que no a todo el mundo atraen; la conveniencia de corregir una cierta tendencia a la deterioración de los servicios prestados, en parte consecuencia de los bajos precios que practican algunas empresas; la preocupación por la degradación del paisaje en algunas zonas o la desordenada urbanización de algunos de nuestros más afamados lugares de atracción turística, y otras semejantes.

Yo estoy de acuerdo en que hay que dar solución a todos estos problemas y, por supuesto, haré cuanto me sea posible por dársela. Pero que nadie confunda las acciones que en este sentido se están llevando y se llevarán a cabo en un futuro próximo, con un supuesto deseo de poner barreras al turismo masivo, o de desviar tráfico que actualmente existen, y que son vitales tanto para el país como para nuestras empresas, a favor de otros clientes que tal vez ni siquiera existen en número suficiente como para justificar una política de este tipo. Insisto en que España tiene y debe seguir beneficiándose de ambas clases de turismo y que nadie debe temer que se sacrifiquen sus intereses a una utópica política exclusivamente inspirada por criterios minoritarios o elitistas.



Punta Prima (Menorca)

EN CUANTO AL TURISMO SOCIAL, ES DECIR, EL DE LAS CLASES MAS DEBILES ECONOMICAMENTE, DEBO CONFESAR QUE EL MINISTERIO VIENE AFRONTANDO EL TEMA CON MAS ENTUSIASMO QUE RECURSOS.

eb.-5.^a ¿HA PENSADO EL M.I.T. EN UNA REESTRUCTURACION A FONDO DEL SECTOR HOTELERO?

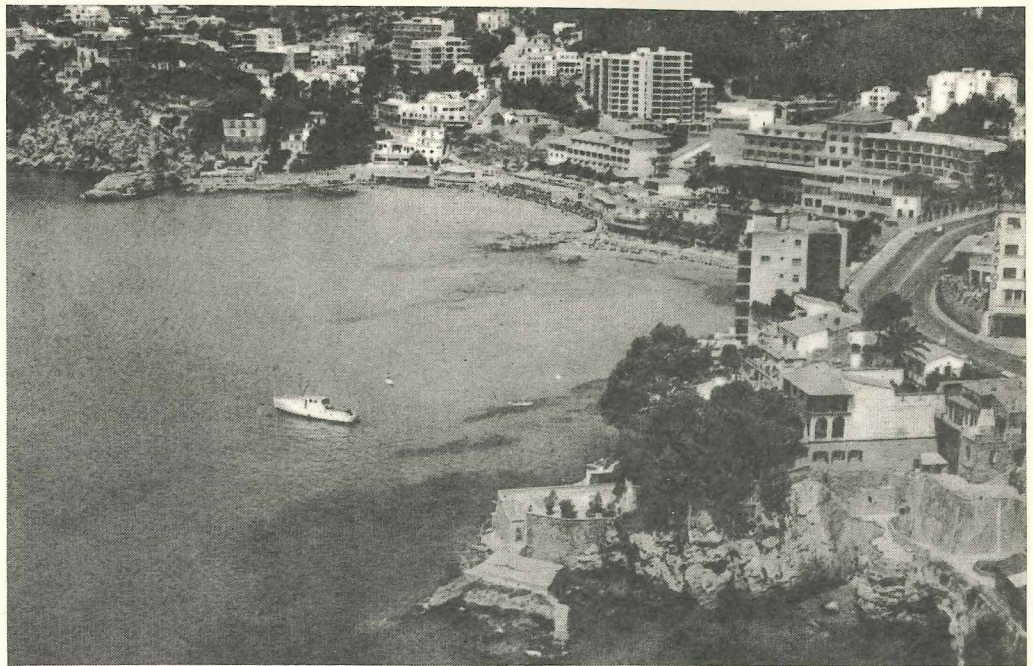
Sr. Ministro: El M.I.T. es perfectamente consciente de la necesidad de reestructuración del sector hotelero para alcanzar la dimensión óptima de las empresas que faciliten la explotación más racional y rentable posible. A este respecto, una primera fase de dicha reestructuración se realizó ya en 1969 al reclasificarse toda la industria hotelera del país. Actualmente nos hallamos en una segunda fase de acopio de información y estudio, al objeto de diversificar nuestra oferta y adaptarla a las exigencias del momento presente y del futuro previsible.

Palma Nova (Mallorca)



ESTAMOS GESTIONANDO LA CONCESION DE RECURSOS EXTRAORDINARIOS QUE NOS PERMITAN COMPLEMENTAR LA INSUFICIENTE DOTACION CON QUE CONTAMOS PARA HACER FRENTE A LA COYUNTURA DE ESTE AÑO.

PROBLEMA: LA PREOCUPACION POR LA DEGRADACION DEL PAISAJE O LA DESORDENADA URBANIZACION DE ALGUNOS DE NUESTROS MAS AFAMADOS LUGARES DE ATRACCION TURISTICA.



Calamayor (Mallorca)

eb.-6.^a UNO DE LOS FANTASMAS QUE SE CIERNEN SOBRE EL SECTOR ES EL DE SU OBSOLESCENCIA A CORTO O MEDIO PLAZO, DEBIDO A QUE NO SE HA SEGUIDO, EN MUCHOS ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS, UNA ADECUADA POLITICA DE AMORTIZACION, ¿QUE PIENSA EL MINISTERIO A ESTE RESPECTO?

Sr. Ministro: Tenemos conocimiento de ese problema, que todos hemos de lamentar, que pondrá a algunas empresas en situación difícilísima. Para paliarlo en lo posible, está en plena ejecución en estos momentos el I Plan de Modernización hotelera, con un programa que alcanza a las 50.000 plazas. A punto de cubrirse este primer plan, se estudia la posible convocatoria del segundo.

NO TIENEN NADA QUE TEMER LOS ESTABLECIMIENTOS DE MENOR CATEGORIA, PUES NUESTRA PREOCUPACION POR ELLOS ES INCLUSO MAYOR QUE POR OTRAS CATEGORIAS DE ESTABLECIMIENTOS.

El Arenal (Mallorca)



PROBLEMA: LA CONVENIENCIA DE CORREGIR UNA CIERTA TENDENCIA A LA DETERIORACION DE LOS SERVICIOS PRESTADOS.

eb.-7.^a SE HA DICHO QUE, CON LA POLITICA DE PRECIOS BAJOS, SE ESTABA HACIENDO TURISMO SOCIAL PARA LOS EXTRANJEROS ¿EXISTE UN PLAN PARA EL FOMENTO DEL TURISMO INTERIOR EN BENEFICIO DE LAS CLASES ECONOMICAMENTE DEBILES?

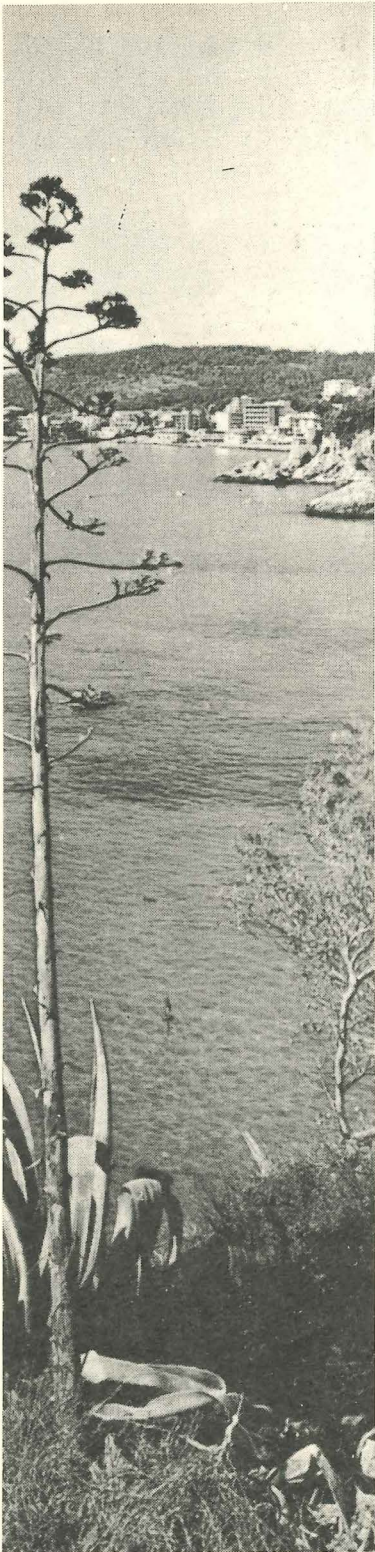
Aeropuerto de Son San Juan (Mallorca)



ALGUNAS DECLARACIONES QUE SE HAN HECHO SOBRE LA CONVENIENCIA DE PROMOVER EL DESARROLLO DE UN TURISMO DE CALIDAD HAN SIDO MAL INTERPRETADAS.

NO SE TRATA DE SACRIFICAR EL TURISMO DE MASAS A UN TURISMO DE CALIDAD.

Sr. Ministro: Me hace Vd. una afirmación y una pregunta. En cuanto a la primera, está claro que nuestro nivel de precios —aunque en los últimos años tienda a acercarse al de otros países competidores— ha permitido que pasen sus vacaciones en España millones de personas que, de no haber encontrado esos precios, hubieran permanecido en sus respectivos países o hubieran renunciado incluso a tomar sus vacaciones. Aunque esta realidad se presenta algunas veces demagógicamente, afirmando que estamos financiando las vacaciones de las clases de menor renta del resto de Europa, lo cierto es que ambas partes nos hemos beneficiado. Y no voy a recordar aquí los más de 20.000 millones de dólares ingresados por turismo desde los años 50, que han sido el más poderoso motor de nuestro desarrollo. Pero la afirmación que Vd. me cita suele ir seguida de una segunda, a que Vd. no alude, pero que no quiero, sin embargo, silenciar. Se dice a menudo, en efecto, como colofón de aquélla, que al español le resulta más caro el viaje en su propio país que a los turistas extranjeros. Esto sería cierto si unos y otros tomaran sus vacaciones en las mismas condiciones. Pero es injusto comparar el costo de un viaje a través de una agencia —que al contratar al por mayor obtiene unas reducciones sustancia-



les que repercuten en los precios cobrados a sus clientes— con el que se hace individualmente, pagando la tarifa completa. Ambas posibilidades están abiertas a los españoles como a los extranjeros, y si éstos viajan a veces en mejores condiciones económicas es porque nuestros compatriotas no acuden a las facilidades que también las agencias de viaje españolas ofrecen del mismo modo que nuestros campings, que son la forma más barata de alojamiento, están repletos de extranjeros y son apenas frecuentados por los españoles...

Aparte de esto, es cierto que sólo hasta fecha reciente el desarrollo económico del país ha permitido a los españoles hacer turismo en volumen semejante a los ciudadanos de otros países más desarrollados. Este desequilibrio, sin embargo, está a punto de corregirse, pues las cifras de españoles que toman sus vacaciones (48^o/o en 1973) son ya sensiblemente las mismas que en otros países, como Francia (el 49,2^o/o en el mismo año). Así de los 339,2 millones de pernoctaciones causadas en hoteles españoles por los turistas de todas las nacionalidades en 1973, 162,2 millones, es decir casi la mitad, correspondieron a los españoles. Y para los años de vigencia del próximo Plan de Desarrollo, es decir para 1976-79, los expertos consideran como el incremento más probable del turismo interior de los españoles el de un 8^o/o anual acumulativo, mientras que, en la hipótesis más favorable, el del número de visitantes extranjeros no se piensa que sobrepasará el 6^o/o.

En cuanto al turismo social, es decir, el de las clases más débiles económicamente, debo confesar que el Ministerio viene afrontando el tema con más entusiasmo que recursos. Desde 1968, la labor de la Administración se ha desarrollado en dos direcciones, la primera de ellas, como colaboración y ayuda con organismos y entidades específicos dispuestos para estas actividades, como la Obra Sindical de Educación y Descanso, la Organización Juvenil Española, Hermandades del Trabajo, Grupos de Empresa y entidades de carácter privado, Clubs de Turismo Social, etc... La segunda, la acción directa, se inició, como he indicado, en 1968 y desde entonces se ha destinado a ella alrededor de 150 millones de pesetas en diversos programas, algunos de los cuales tienen nombres que han pasado al dominio público, tales como "Conozca Vd. el Mar" (para agricultores del interior), "Conozca Vd. España" (que atiende las numerosas peticiones de ayuda de Colegios, Universidades, y entidades de tipo diverso), "Promoción Turística en las Escuelas Primarias" (que incluye también promoción de charlas a cargo de los maestros), "Promoción Histórico Turística del Soldado" (con visitas comentadas a las ciudades, museos y monumentos) y especialmente la denominada "Vacaciones en Casas de Labranza" que significa la mejora de viviendas rurales para su utilización por trabajadores de la ciudad y que comporta la edición de una guía especial en la que figuran los pueblos con sus condiciones geográficas y monumentales, el número de viviendas en oferta y el precio de los servicios respectivos. A ellas pueden agregarse los alojamientos hoteleros para turismo social, con la lista de hoteles y pensiones que ofrecen precios inferiores a los mínimos para el período fuera de alta temporada.

No puedo decir que el resultado haya sido enteramente satisfactorio en el sentido de que todo lo que se ha hecho es poco desde el punto de vista de atención a una capa social que no puede valerse por sus propios medios, pero puedo asegurar que con los fondos con que hemos podido disponer se ha sacado el mejor partido posible. Tanto es así, que nuestras realizaciones constituyen programas que intentan ser imitados especialmente en los países americanos interesados en esta promoción.

LA II ASAMBLEA NACIONAL DE TURISMO YA HA SIDO CONVOCADA PARA FINALES DE SEPTIEMBRE Y PRIMEROS DE OCTUBRE PROXIMO. TENGO MI CONFIANZA QUE EN ESTA ASAMBLEA SE PODRÁN TRATAR CON EXTENSION Y PROFUNDIDAD TODOS LOS PROBLEMAS DEL TURISMO ESPAÑOL, TANTO A NIVEL SECTORIAL, COMO NACIONAL, PROVINCIAL Y AUN LOCAL.



Playa Cala de San Vicente (Mallorca)

QUE NADIE CONFUNDA LAS ACCIONES QUE SE ESTAN LLEVANDO Y SE LLEVARAN A CABO EN UN FUTURO PROXIMO, POR UN SUPUESTO DESEO DE PONER BARRERAS A UN TURISMO MASIVO, O DE DESVIAR TRAFICOS QUE ACTUALMENTE EXISTEN Y QUE SON VITALES, TANTO POR EL PAIS COMO PARA NUESTRAS EMPRESAS.

ACTUALMENTE NOS HALLAMOS EN UNA FASE DE ACOPIO DE INFORMACION Y ESTUDIO AL OBJETO DE DIVERSIFICAR NUESTRA OFERTA Y ADAPTARLA A LAS EXIGENCIAS DEL MOMENTO PRESENTE Y DEL FUTURO PREVISIBLE.

eb.-8.^a ¿ALGUNA INFORMACION MAS?

Sr. Ministro: Soy consciente de que ni las preguntas que Vd. me ha planteado, ni mis respuestas a ellas, agotan toda la problemática del turismo en este momento. Necesitaríamos mucho tiempo, y su revista mucho espacio, para tratar la problemática con un mínimo de extensión y profundidad. Pero ya que me da Vd. oportunidad, amablemente, para que añada algo más, quisiera exponerle mi confianza en que la II Asamblea Nacional de Turismo, que ya ha sido convocada para finales de septiembre y primeros de octubre próximos, puedan tratarse con esa extensión y profundidad con que ahora no nos es posible, todos los problemas del turismo español, tanto a nivel sectorial, como nacional, provincial y aún local. La I Asamblea Nacional, que yo viví muy cerca, a mi entender, sentó las bases de la actuación del Ministerio y también de la iniciativa privada durante los años que inmediatamente la siguieron, con los espléndidos resultados en general que todos conocemos. Ha transcurrido mucho tiempo desde entonces y los problemas son hoy otros. Por eso considero necesaria una revisión a fondo de esos problemas, para lo que confío en que todos los sectores interesados y todas las provincias y regiones españolas nos aporten su contribución, sus ideas y las posibles soluciones de esa problemática. Baleares, por la propia situación que tiene dentro del sector turístico español, debe ser una de las provincias que hagan oír más alta su voz en la Asamblea.



EL UNICO SEGURO
que proporciona tranquilidad a sus
“compromisos mercantiles”



AHORA MAS QUE NUNCA
“CREDITO Y CAUCION”

EL SEGURO DE CREDITO ES UNA GARANTIA:

- CLASIFICANDO LA SOLVENCIA DE SUS CLIENTES.
 - AYUDANDO A RECOBRAR SUS CREDITOS IMPAGADOS.
 - INDEMNIZANDOLE EN CASO DE PERDIDA.
- Y SU PRECIO PUEDE CONSIDERARSE UN FACTOR
 MAS DE LA COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS.

ORGANIZACION CENTRAL: Raimundo Fernández Villaverde, 61. MADRID - 3.
SUCURSALES: BARCELONA: Provenza, 216; BILBAO: Gran Vía, 53; LA CORUÑA: Alameda, 36-38; LAS PALMAS: Pl. Ingeniero León y
 Castillo, 40; OVIEDO: Conde de Toreno, 4; SEVILLA: Pl. Nueva, 8 Dpdo.; VALENCIA: Avda. Barón de Cárcer, 34.
AGENTE EN BALEARES: Francisco García Prats. c/ Lorenzo Riber, 24-26. PALMA DE MALLORCA.

Una exigencia de los tiempos.

Si bien es cierto que la nueva sociedad puede traer nuevas esclavitudes al hombre, también es verdad que puede librarte de otras.

Una de ellas, según un proyecto que ha comenzado a funcionar en los Estados Unidos, es la liberación de la agonía diaria de los cheques como método de pago o de intercambio de bienes.

Gracias a la introducción de computadoras y ordenadores en el sistema bancario, dos localidades norteamericanas pue-

"PAGUE USTED POR TELEFONO"



den vivir en la llamada "sociedad sin cheques" y, en espera de la aprobación final del nuevo proceso por las autoridades monetarias del país, un elevado número de bancos comenzará a adoptarlo a nivel nacional en el curso de los próximos años.

El nuevo sistema, que anula por completo la existencia de cheque o talón bancario, ha sido bautizado con el nom-

bre de "pague usted por teléfono" y utiliza todos los adelantos conocidos hasta la fecha en el campo de la comunicación de masas y de la última tecnología cibernética. Ya ha sido introducido este viejo sueño de la sociedad a los ordenadores y están funcionando con pleno éxito en Bridgeport (Connecticut) y en Minneapolis (Minnesota).

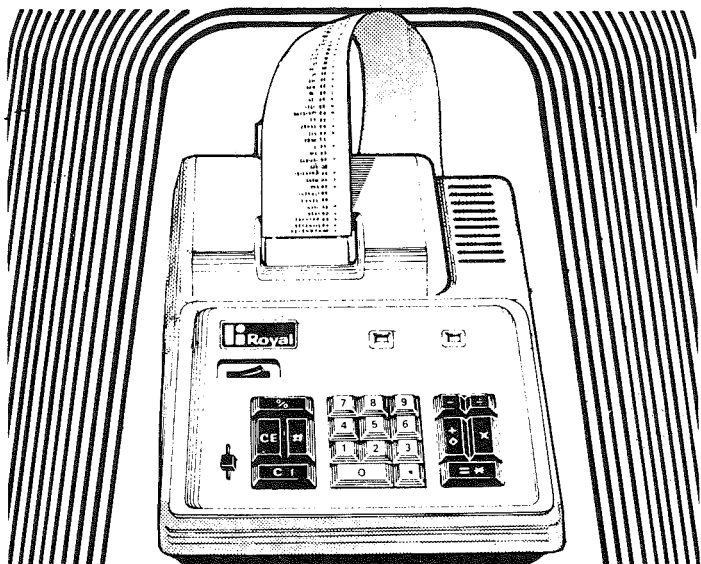
Debido a que el nuevo método requiere la autorización de los gobiernos estatales y federal, cuando se desea poner en práctica a nivel nacional varias instituciones de crédito —la mayoría localizadas en el área de Nueva York— han comunicado a sus clientes sus intenciones de convertir su sistema anterior al nuevo: cuando legalmente puedan.

Este método está basado en la aceptación doble del cliente y del vendedor o comerciante bajo el amparo del banco. Así, aquel cliente que desee pagar sus gastos regulares, o sus compras casuales, por este proceso, bastará con que llame a su banco, comunique la cantidad de su gasto, la persona o compañía a la que se debe realizar el ingreso y su número de cuenta.

El cliente del banco, además del número de su cuenta, dispone de un código escrito, que le sirve de salvaguardia contra cualquier intento de engaño. Una vez en comunicación telefónica con el banco, por medio también de un número especial, el cajero-operador recibe su orden, la coloca en un ordenador especial que recibe la información y ajusta las cuentas del cliente y del receptor del pago y, finalmente, devuelve el balance restante de la cuenta del cliente.

La computadora transcribe a continuación de cada operación todas las variaciones en la cuenta, envía notificación escrita al cliente y elabora mensualmente un estado de cuenta que el cliente recibe por correo.

Casi todos los sistemas que han solicitado permiso oficial para funcionar están basados, en líneas generales, sobre estas premisas aunque algunos contienen ciertas variaciones y seguridades adjuntas. Para algunos banqueros, la idea es una locura. Para otros, sin embargo, es el futuro de la sociedad del dinero. Y para los que ya lo han puesto en funcionamiento, es la "sociedad sin cheques".



LLAME AL TELEFONO

290250 Y en

GILET

Via Alemania,5
PALMA DE MALLORCA

**le estudiaremos la máxima
valoración por su vieja calculadora,
al cambiarla por una nueva**

**4 OPERACIONES
CALCULO DE PORCENTAJES DIRECTO
IMPRESORA ELECTRONICA**

**CALCULADORAS ELECTRONICAS
DESDE 2.990.- PTAS.**

Economía filatélica

por Alejandro Martínez Fornaguera,

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

ESPECULACIONES EN CIERNES

A veces pienso si tendré una monomanía, pues noto que con gran frecuencia mis artículos tienden a tener a la especulación o a sus autores —los especuladores— como "liet-motiv". Luego reflexiono y, después de reconsiderar la cuestión, decido que no es culpa mía, sino de los especuladores. Espero que mis lectores de "ECONOMIA BALEAR" estén de acuerdo conmigo.

Sin duda, todos los coleccionistas y comerciantes de sellos de España están ahora pendientes de la próxima exposición internacional "ESPAÑA 75" que ha de celebrarse en Madrid del 4 al 13 de abril del corriente año. Con motivo de ella, van a emitirse dos hojitas conmemorativas, cada una conteniendo cuatro sellos distintos, cuyo valor facial será de 125 pesetas, es decir, los sellos tendrán poder de franqueo por valor de 125 pesetas. Realmente las hojitas van a costar 25 pesetas más, puesto que para adquirir un juego de dos hojitas, será preciso presentar la entrada al recinto de la exposición. Esto hace que el valor de coste de los ocho sellos (o de las dos hojitas) sea de 150 pesetas. La tirada de estos sellos conmemorativos dedicados a lo más destacado de la orfebrería española de todos los tiempos está fijada en un millón de series completas, es decir, un millón de parejas de hojitas.

Esta tirada que se conceptúa baja ha originado ya movimientos especulativos de gran importancia. Por de pronto se rumorea que una empresa norteamericana propuso a las autoridades postales españolas comprar la totalidad de la emisión a doble de su facial. No hace falta decir que no sucumbieron a la tentación, puesto que ello hubiera representado el derrumbe del prestigio del sello español. Por otra parte, parece que algunos comerciantes —ignoro de qué país— propusieron quedarse con la mitad de la emisión y otros sugirieron que se doblase la emisión quedándose ellos con la mitad. De lo que de ello pueda haber de cierto, no puedo decir nada, puesto que

nada sé, pero desde luego entra dentro de lo posible, ya que en otros países —especialmente de Africa— experimentaron en su carne las consecuencias de estas proposiciones deshonestas. ¿Nos tomarán estos comerciantes por africanos?

Pero no vayamos tan lejos. Aquí mismo en España y sin conjeturas tenemos ya un fuerte brote de "hojitis". En



efecto, la FESOFI (Federación Española de Sociedades Filatélicas) se ha preocupado de que las sociedades afiliadas soliciten para sus miembros las series que precisen, sin que sus socios tengan que desplazarse forzosamente a Madrid para hacer cola dentro del recinto de la exposición para obtenerlas. Se sabe por experiencia —cada año se celebran dos exposiciones internacionales patrocinadas por la F.I.P. en distintos países y en todos ocurre igual: Hay colas para conseguir los sellos conmemorativos, que los sellos conmemorativos de manifestaciones filatélicas de esta índole acucian las ansias de compra de coleccionistas y de los que no lo son. Es posible que, salvo que racionen la cantidad a vender cada día, se agoten las hojitas a los dos o tres días de ser puestas a la venta.

He presenciado en una de las sociedades filatélicas de las que soy socio (per-

tenezco a cuatro) que las peticiones de los socios eran desorbitadas. Yo mismo también he pedido, pero exactamente las que necesito para mí y para mis amigos. Me temo que, no obstante, las autoridades postales tengan que proceder a prorrateo puesto que si en todas las sociedades filatélicas se ha hecho igual, la cantidad pedida por los socios rebasará la cantidad de hojitas reservadas para la FESOFI y, posiblemente, incluso al total previsto de emisión. En tal caso me corresponderán menos de las que he pedido y alguno de mis amigos tendrá que quedarse sin las hojitas. Sé y me consta que algunos han pedido muchísimas más de las que necesitan, en previsión del prorrateo. Es posible que hayan obrado bien, pero me pregunto ¿por qué este afán?

Supongo que sé la respuesta. Estas hojitas, ya de salida, se venderán en el comercio al doble de su precio de coste y en un par de meses quizás cuadruplicuen su coste. Todos ven el negocio y todos quieren beneficiarse. Muy lógico y muy humano. Pero, reflexionemos: De la serie conmemorativa del CIF 60 (Congreso Internacional Filatélico celebrado en Barcelona en 1960) se emitieron solamente 325.000 series completas, sí, trescientas veinticinco mil. Su precio actual en catálogo 700 pesetas; su coste inicial, 52 pesetas. Se encuentran con gran abundancia. Los comerciantes no se muestran demasiado propicios a su adquisición y si alguien considera que han subido mucho de precio que medite que: 1.º, han transcurrido quince años; 2.º, el precio de adquisición en el mercado oscila entre las 375 y 400 pesetas; y 3.º, el coleccionismo todavía no las ha absorbido, a pesar de que es una serie del Segundo Centenario.

Me pregunto si alguien se ha detenido a pensar que un millón de series completas es algo más de tres veces la emisión del CIF 60. Evidentemente el que pretenda negociar inmediatamente, en caliente, con las citadas hojitas hará su

“agosto” en abril, pero aquél que las adquiriera para conservar, ¿ha pensado cuánto tiempo será preciso guardarlas para que rindan lo que pretende?

Naturalmente, estas observaciones también las he formulado verbalmente y nadie me ha hecho caso. La ventaja de la letra impresa es que pasa a la historia. Lo que yo diga aquí, si tengo razón, se verá más tarde o más temprano; si no la tengo, también. Desgraciadamente y perdonen mi presunción, casi siempre la tengo.

Para aquél que me lea y haya ya depositado el importe de las hojitas que haya encargado, puedo decirle para animarle que, en este caso, existe una posibilidad de que todo vaya distinto de lo que yo preveo. Esta posibilidad, muy tenue, se basa en el hecho de que esta serie quizás inicie unos nuevos álbumes para los nuevos coleccionistas que inicien su colección a partir del 125º aniversario del primer sello español. Ahora bien, si nos basamos en el triste antecedente del Centenario del Sello Dentado celebrado en 1965, esta esperanza tiene poquísimas probabilidades de verse realizada.

En resumen, de todo ello siempre saldrá algo bueno. Para los que vendan rápidamente, un beneficio saneado para su inversión; para los que por primera vez se decidan a coleccionar sellos, el bautismo de fuego de este apasionante “hobby”; para el Estado y los organizadores de la exposición, el éxito más lisonjero y la recuperación del dinero que su montaje ha costado al país; para los comerciantes, una gran ocasión para que las ventas se animen todavía más y los precios de los sellos españoles sigan subiendo; para nuestros visitantes extranjeros, la oportunidad de amortizar su visita a España con motivo de la exposición; para todos, una gran ocasión para decir una vez más que la Filatelia une a los pueblos.

PROGRAMA DE EMISIONES DE SELLOS PARA EL AÑO 1975

Fecha de emisión	Título de la Serie	Valores	Total Pesetas
2 Enero	125º Aniversario del Sello Español	4	23
7 Enero	Uniformes Militares (4.º grupo)	5	21
25 Febrero	Arquitectos modernos	3	33
4 Abril	Exposición “ESPAÑA 75”	8	125
21 Abril	Flora (Frutos)	5	15
28 Abril	EUROPA (Pintura)	2	15
6 Mayo	Día Mundial del Sello	1	3
14 Mayo	XXV Aniversario Feria del Campo	1	3
3 Junio	Año Internacional de la Mujer	1	3
18 Junio	Santuario Santa María de la Cabeza	1	3
25 Junio	Turismo	6	22
9 Julio	Fauna (Anfibios)	5	19
17 Julio	Uniformes Militares(5.º grupo)	5	17
9 Septiembre	Campaña pro defensa de la vida	1	3
25 Septiembre	XIII Congreso del Notariado Latino	1	3
29 Septiembre	Pintores (Códices)	8	45
12 Octubre	Hispanidad (Uruguay)	4	14
28 Octubre	Monasterio de San Juan de la Peña	3	21
4 Noviembre	Navidad 1975	2	15
TOTALES	19 emisiones	66	403

EMISIONES ESPAÑOLAS PARA ANDORRA

4 Abril	ESPAÑA 75	1	3
28 Abril	EUROPA	2	15
4 Octubre	Festival Literario	1	7
2 Diciembre	Navidad	2	10
TOTALES	4 emisiones	6	35

EMISIONES DE ENTEROS POSTALES

(Tarjetas postales ilustradas con el sello ya impreso)

17 marzo	4 postales	17 pesetas
20 Noviembre	2 postales	8,50 pesetas

Nota.— Estos programas son provisionales. El valor facial puede variar. El número de emisiones puede aumentar por tener que incluir algunas fuera del programa, como ocurre cada año.

OBJETOS Y SELLOS RAROS EN LA EXPOSICION MUNDIAL DE FILATELIA “ESPAÑA-75”

Un sobre escrito por un soldado español de caballería durante la rebelión chino-boxer y una colección de sellos españoles de los años 30, algunos de los cuales no se han visto todavía en España, así como cartas escritas por Isabel la Católica y Felipe II, figuran entre las curiosidades expuestas por comerciantes británicos en la Exposición Mundial de Filatelia, en Madrid. Catorce Empresas filatélicas británicas toman parte en este certamen denominado “España-75”, y que tiene como sede el Pabellón de Cristal de la Feria del Campo. El sobre de la época de la rebelión chino-boxer está a

la venta en el “stand” de la firma británica “Stanley Gibbons Ltd.”, que es la Compañía más antigua y más importante del mundo, la cual comenzó comerciando en filatelia en 1856. Los sellos de la guerra civil española forman parte de una colección privada propiedad del comerciante británico Mr. Ronald Shelley, de Brighton, especializado en filatelia española. Según manifestó un portavoz de la “Stanley Gibbons”, existió un pequeño destacamento de tropas españolas en China durante la rebelión chino-boxer de 1900. “Y éste —añadió el portavoz— es el único sobre del que se tiene conocimiento,

escrito por un soldado de dichas fuerzas. Su valor es de aproximadamente 12.000 libras esterlinas, y lleva el emblema del regimiento español de Infantería de Asia núm. 59, con una coloración muy poco frecuente en negro y azul. La carta fue enviada a una dirección en Barcelona y despertó gran interés en el mundo filatélico, por vez primera, en 1971". Otros objetos de interés en el "stand" de la "Stanley Gibbons" son una colección de sellos de la Commonwealth británica, incluyendo algunos muy poco conocidos en el mercado; series de la época de Isabel II con sobres franqueados con la fecha de su emisión y juegos completos de sellos de las mismas, así como una buena selección de la historia postal española concentrada en cartas enviadas a varias colonias españolas y desde éstas.

El comerciante de Brighton, míster Shelley, expone en Madrid algunas de las 90 hojas de su muy completa colección.

Entre otras cosas interesantes que están a la venta en su "stand" se encuentra una carta escrita por Isabel la Católica en Noviembre del año 1500, autorizando un pago por sábanas y otros artículos similares para un hospital de Granada, y otra de Felipe II, relativa al reclutamiento de aldeanos para una guarnición de la Alpujarra. Mr. Shelley expone también sobres de las guerras napoleónicas y de la legión británica en España durante la primera guerra carlista. Otra "stand" británico de interés especial para los coleccionistas es el de la "Robson Low Ltd.", de Londres, firma que celebrará en Ginebra (Suiza), durante los días 1 y 2 de Mayo, una de las más importantes subastas de sellos que jamás haya tenido lugar. En Madrid, esta Compañía exhibe algunos de estos lotes, entre los que se incluye una selección de una colección completa altamente especializada en Hawái, valorada en más de 100.000 libras esterlinas.

Productos

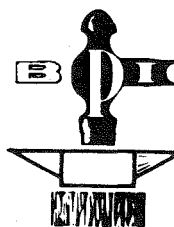
MEVA

DISTRIBUIDOR - ALMACENISTA DE LICORES NACIONALES Y EXTRANJEROS
Vinos y Champán «CONDE DE CARALT»

16 Julio, s/n. - Polígono Industrial La Victoria
Tels. 251791 - 251784 - Palma de Mallorca
Teléfono 653070 — SANTANYÍ

TALLERES

LA CONSTRUCCION
DE CANTONERIAS Y CERRAJERIA DE
CANTONERIAS
DE CARPINTERIA METALICA
MIEMBRO FUNDADOR



B. IQUER S. A.

Teléfonos
* 25 32 19
25 67 61
25 45 72

CARPINTERIA METALICA Y CERRAJERIA DE LA CONSTRUCCION

Calle Gremio de Carpinteros
Polígono "La Victoria"

PALMA DE MALLORCA
(Balears)



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

SERVICIO POR ABONO

EL BRILLO BALEAR

Maestro Torrandell, 7 - 1º - 1ª
(Galería Olmos)

TELEF. 222700

MISCELANEA

LOS "HIPERMERCADOS" EN ESPAÑA

Barcelona se ha adelantado al resto de las capitales españolas en la instalación de "hipermercados". Desde fines de 1972, en que se instaló en las cercanías de la carretera de Castelldefels, el primer "hiper", y más tarde no muy lejos el "Carrefour", estos superestablecimientos, denominados "matatiendas", han venido cumpliendo su misión.

Los resultados no habrán sido negativos cuando hay casi docena y media de proyectos a establecer en toda España, alguno de los cuales, entrarán a funcionar este año 1975. La capital de España es la que tiene mayor número de proyectos: uno en Torrejón, otro en San Fernando de Henares, otro en Carretera de Alcorcón y un último en la Plaza del Perú.

de ECONOMIA

Además hay proyectos de tres "hipers" en Valencia, tres en Sevilla, y uno en Málaga, San Sebastián, Alicante, Palma, Bilbao y Zaragoza; es decir, en las capitales españolas con mayor población.

NUEVO INTERES EN CUENTAS CORRIENTES

Rumores acerca de la reducción del tipo de interés de cuentas corrientes del 1 por 100 al 0,50 por 100. Partiendo del saldo de depósitos a la vista que existía en el total del sistema crediticio al 30 de noviembre de 1974, ello supondría un mayor beneficio anual global para todas las entidades bancarias superior a los 5.000 M. de pesetas.

ESTALLAN LOS PRECIOS DE LOS EXPLOSIVOS

En los medios mineros ha causado gran inquietud el aumento de un 36 por 100 en el precio del explosivo "nagolita", utilizado en las labores mineras. La medida —añaden— afecta a grandes explotaciones y a pequeñas canteras, y podría provocar el cierre de más de 200 de mármol en la zona de Almería. La "nagolita" está compuesta de nitrato amónico y de gas-oil, y el amoníaco de fabricación nacional se destina sólo a usos agrícolas, mientras que la minería deberá pagar precios de importación. Se produce además la medida tras el incremento de un 17 por 100 en los precios del gas-oil y de la energía eléctrica.

EVOLUCION DEL TURISMO

En 1974, las entradas totales

de visitantes alcanzaron la cifra de 30.345.267, lo que supone con respecto al año 1973 una disminución de 4.213.676 en valores absolutos y del 12,2^o en términos relativos. Los ingresos por turismo en 1974 se elevaron a 3.147 M. de \$, con un incremento del 1,8^o sobre la cifra correspondiente al año anterior. En lo que respecta a las salidas de españoles al extranjero, durante 1974 se registraron un total de 6.422.235, lo que supone un descenso del 13^o sobre el año anterior.

SEGURIDAD BANCARIA

Cada vez son más numerosas las medidas de seguridad que toman los establecimientos bancarios para poder hacer frente a los numerosos atracos que se producen. Dichas medidas requieren una autorización previa de la Dirección General de Seguridad.

El coste de las medidas de seguridad comprende entre 40.000 y 300.000 pesetas; las solicitudes de sus instalaciones representan unas 300 diarias, consideradas como muy urgentes.

MUZAK®

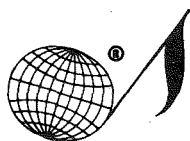
ES LA MUSICALIDAD
AL SERVICIO DEL
COMERCIO,
LA INDUSTRIA
Y LA HOSTELERIA

GARANTIZADA POR
UNA EMPRESA DE
SERVICIOS EJEMPLAR

MUZAK BALEARES

C/. BERENGUER DE SANT JOHAN, 19 - 3

TELS: 21 45 44 - 45



SI NOS SOBRA ACEITE DE OLIVA, ¿POR QUE SUBEN SUS PRECIOS?

"Parece ser que nos sobra aceite de oliva" declara con énfasis la revista "Oleo". Y de ello deduce que nuestro mercado corre serios peligros si no se logra darle salida mediante la exportación. Empiezan a alzarse las voces reclamando que se abran las puertas a la exportación de aceite de oliva. Son fuertes las presiones que el sector exportador está haciendo para conseguir esa "luz verde". Nosotros preguntamos, ¿si sobra aceite de oliva, por qué no bajan los precios? El mercado está paralizado. El consumo de aceite de oliva ha dado un fuerte salto atrás por culpa de los precios de venta al público que este aceite de consumo tradicional ha adquirido a partir de su liberalización. Los precios del aceite de oliva no

sólo no bajan para el consumidor, sino que suben. El aceite de oliva a granel que últimamente se vendía a 92 pesetas litro se vende ya en Madrid a 100 pesetas. El serio peligro que corre nuestro mercado no es otro que el de perder definitivamente una fiel clientela de consumidores dentro de nuestras fronteras. Y no el peligro que apuntan los "interesados" en la exportación. Creemos que la inoportuna liberalización del precio del aceite de oliva en el mercado interior, con el consiguiente trastorno para el consumidor, no ha tenido más contrapartida positiva que la de cerrar las puertas a la exportación, ya que sólo así podía la ley de la oferta-demanda jugar limpiamente en el control de los precios del mercado.

RESPECTO A LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN

En el Convenio Comercial hispanocubano firmado en La Habana el 14 de diciembre de 1974, se establece el respeto recíproco de las denominaciones de origen. El artículo 4.º del convenio dispone que las denominaciones de origen tales como Cuba, Cubano, Habana, Habano, Habanero, Vuelta Abajo, Manicaragua, Caney, Bohío, y las de Jerez, Málaga, Moriles y Montilla, Valencia, Jijona y cualesquiera otra definidas o que fueren definidas oficialmente por las autoridades nacionales de uno y otro país, no podrán ser utilizadas para identificar comercialmente a los productos que no fueren realmente originarios de Cuba y de España, respectivamente.

TURISMO ALEMAN

España será este año objetivo predilecto de los turistas alemanes, según revelan los datos facilitados por las principales empresas turísticas del país. De acuerdo con la encuesta realizada entre las compañías "Gut", "Touropa", y "Neckermann", las reservas para la presente temporada se han incrementado ya en un 30 por 100 en relación a iguales fechas del año anterior.

EL DOLAR Y EL RIAL

La inquietud de los países exportadores de petróleo sobre el debilitamiento que el dólar viene registrando últimamente se ha hecho patente con el anuncio por parte del Gobierno de Arabia Saudita de la desvinculación del rial saudí del dólar, pasando a depender de los Derechos Espe-

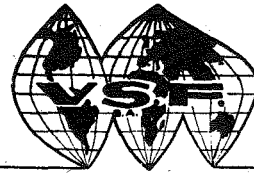
ciales de Giro. A este medida precedió una suspensión de las cotizaciones del rial. Como se sabe, esta medida fue adoptada el 12 de febrero por el Gobierno de Irán, y, al igual que ocurrió entonces, de momento no se estima que esta desvinculación del dólar tenga efectos inmediatos sobre el precio del petróleo saudí, ya que la mayoría de los contratos de abastecimiento están extendidos en dólares o libras. Es posible que la decisión saudí sirva de estímulo a los demás países de la OPEP en la fijación del precio futuro del petróleo en Derechos de Giro.

TAXI AEREO CON MADRID

Un servicio de vuelos de aerotaxis, entre Castellón-Madrid y Castellón-Barcelona va a ser montado próximamente por la Compañía "Air Condal". En plan experimental, el servicio se iniciará con un aparato de 10 plazas, teniéndose el proyecto de que en el futuro se establezca con carácter regular.

EL VATICANO

El presupuesto del Vaticano sufre un grave déficit y se temen despidos en la curia. Parte de esta crisis se achaca al aumento del coste de la vida, que ha originado sustanciales incrementos de los sueldos y salarios, cuyo índice se eleva automáticamente al aumentar el coste de la vida. Se cree saber que el Papa ha nombrado una comisión especial para estudiar la estructura administrativa y ver dónde se pueden hacer economías. El cardenal-secretario ha declarado que el presupuesto para 1975 ha sido rechazado por la comisión de cardenales encargada de los asuntos presupuestarios del Estado Vaticano.

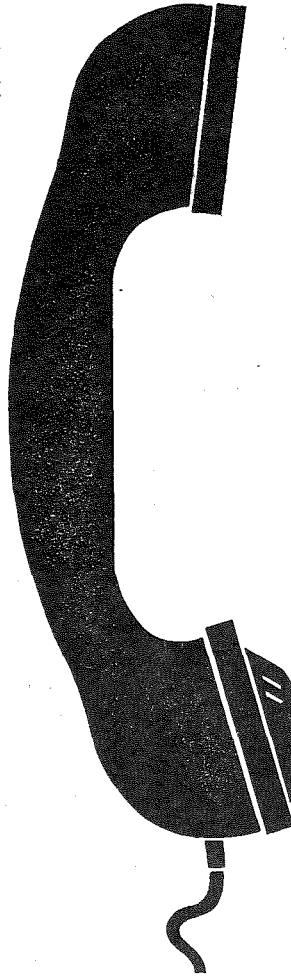


**VIAJES
SAN FRANCISCO S.A.**

Agencia de Viajes - Grupo A - Título 148

Polígono La Victoria - Gremio Carpinteros, 13

PALMA DE MALLORCA



Teléfonos:

**29 05 01
29 04 00
29 04 04**

Telex:

68 619

**Resuelva con
eficacia la
organización de
todos sus viajes
llamando
simplemente
por teléfono
o por telex.**

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

- Pasajes aéreos y marítimos.
- Billetes de ferrocarril y coches camas.
- Reservas de hoteles en todo el mundo.
- Alquiler de coches con o sin chófer.
- Viajes de incentivo y de promoción comercial.
- Cruceros turísticos.
- Safaris y grandes viajes.

"La lucha del "videotape" con el celuloide"	10
"Las Ferias extranjeras en 1971"	11
"Quiere Ud. Exportar"	13
"De interés para los exportadores"	14
"Las noticias comerciales de 1970"	14
"El problema de la caída de los frutos en los agrios" por D. José Morell García-Ruiz	15
"Damero económico"	16
"La participación del factor humano" por D. Rafael Alcover González	17
"Los impuestos en los países de la O.C.D.E."	18
"Hoy se vive mejor que hace cinco años"	19
"Así están los salarios de los españoles"	20
"Sueldos mensuales"	21
"Salarios"	22
"La bolsa y su mercado"	25
"Francia: ofensiva de exportación"	25
"Al dinero, se le llama así"	25
19. ^a carta abierta: "El arte de ser joven" por D. Javier Macias	29
"Una moneda única para Europa en 1980" por D. Antonio Colom	31
"Medidas y su conversión"	32
"El sistema decimal en Gran Bretaña"	32
"Contabilidad o Contabilidad" por D. Pedro Suau y D. Juan Cerdá	33
"Se busca al hombre de empresa del año"	35
"El capital humano y la dirección empresarial" por D. Guillermo Oller Ariño	37
"Actividades del Club de Dirigentes de Marketing"	39
"El individuo y la empresa en 1980" por D. M. Nils Foss	40

"Análisis de la empresa: "Imprescindible" pero, ¡¡atención a las fugas!!" por D. Fco. Luis Casanova Javaloy	11
"Polución y la terapia del Shock" por D. Harry M. Cuehn	12
"Reestructuración y concentración empresarial" por D. José de Fortuny Oñós	13
"Punto muerto o umbral de beneficios" por D. Daniel Barreiro Doval	14
20. ^a carta abierta: "¿Quiere Ud. vender conmigo?" por D. Javier Macias	15
"Esta fue la noticia"	16
"Ahí está la carta de referencia"	16
"Una de las muchas felicitaciones recibidas"	16
"Nuestro reconocimiento"	16
"Lanzamos el plan Perez de Rozas" por D. José L. Perez de Rozas	17
"Recuerdo de dos pioneros de la hostelería balear" por D. Antonio Colom	21
"Si falla la estrategia... se pierde la guerra" por D. Rafael Alcover	22
"Turismo: Posada, Camino y Negocio" por D. Gabriel De la Font	23
"Nuestra encuesta con algunos directivos de hoteles"	25
"Menorca ante la aventura turística" por D. Guillermo Camps	29
"Ibiza también desea al turismo"	29
"Ibiza y Formentera cuentan con 151 plazas hoteleras menos que en 1970"	30
"En 1971 la oferta hotelera balear aumentará todavía en 100 establecimientos con 22.000 camas"	30
"Necesidades y problemas de la industria turística balear" por D. Gabriel Martínez García	31
"¿Cambiaríamos nuestra arena y el mar por el Ebro?" por D. Manuel Santolaria	32
"Primer aeropuerto español: Palma de Mallorca"	33
"200 millones de personas movilizará el turismo internacional en 1971"	33
"Capitán de empresa: Don Antonio Ramis Tortella"	35
"¿Qué son... Valores Mobiliarios?" por D. Joaquín M. ^a Domenech	39
"Nacionalización de la Banca" por D. Jaime J. Florit Quetglas	41
"Ingresos por turismo"	42
"Balance de un trimestre en la Bolsa" por D. Jacinto Alegre Marcet	45
"Instituto español de moneda extranjera"	45
"Vigilancia de la salud": Chequeos	46
"La rentabilidad en Agricultura" por D. José Morell García Ruiz	47
"Noticiero ASIMA"	49
"El Ministro de Trabajo en ASIMA"	49
"Curso práctico para perfeccionamiento de vendedores"	50

economía balear

PRIMERA PUBLICACION BALEAR DE ECONOMIA - MARKETING Y FINANZAS

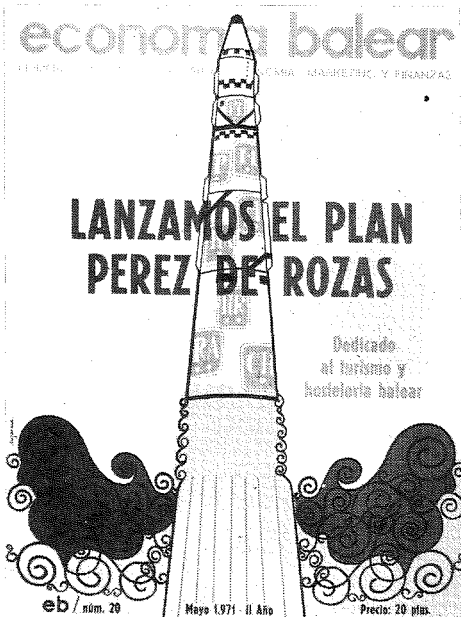
¿Qué ha pasado con el Dólar?



eb/núm. 21 Junio 1971 - II Año Precio: 20 ptas

NUMERO 21

Editorial: Así es, si así os parece"	7
"Cartas al director"	8
"La progresiva reducción de la jornada laboral y el aumento del ocio" por D. Juan Manuel Gimeno Reverter	9
"Los mitos de la organización"	11
"Como juzgar y mejorar a los vendedores" por D. Hans G. Tonnendorf	14
"La promoción de ventas en Europa" por D. Vicente Santandreu	15
"Fabricado en España" por D. José de Fortuny Oñós	17
"La reducción de los fletes a través del perfeccionamiento de los embarques"	19
"Menorca, isla hermana en plena promoción" por D. António Colom	22
"C.D.M. de Baleares Actividades"	24
21. ^a carta abierta: "Semántica de la palabra ocio" por D. Javier Macias	25
"Euroflora 71. España ganó el gran premio de las naciones" por D. Uli Werthwein	26
"Forma de tenencia de fincas rústicas" por D. José Morell García-Ruiz	27
"Consultorio"	28
"Compras para 1971-1972"	28
"¿Qué ha pasado con el dólar" por D. Harry M. Cuehn	29
"Valla Atlántica contra el dólar" por D. Harry M. Cuehn	31
"Estructura social y desarrollo económico" por D. Jaime J. Florit Quetglas	33
"El desafío económico español"	34
"Quiere Ud. exportar"	34
"España, sus economías y sus economistas" por D. Bartomeu Riu-davets Meliá	35
"Estudio de las inversiones norte-	



NUMERO 20

Editorial: "Gracias por la gestión"	7
"Cartas al director"	9

americanas en España”	36
“Norteamérica comprará dólares a Europa”	36
“Noticiero ASIMA”	39
“Baleares ya cuenta con una empresa dedicada a la exportación”	40
“1.ª Feria Nacional de Artesanía y Turismo”	41
“Sonría y piense”	42
“Convocatoria de los Premios Ciudad de Palma 1971”	43



NUMERO 22

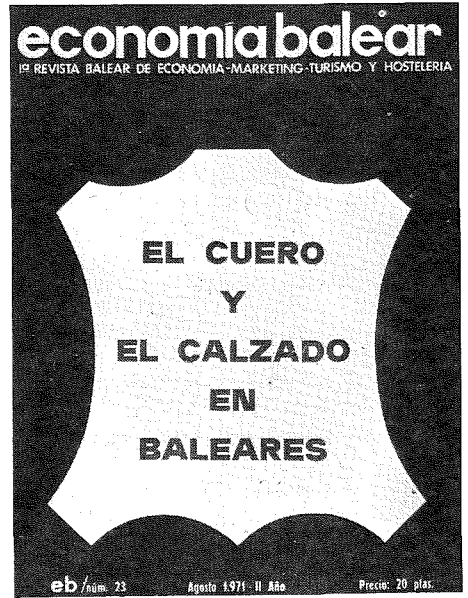
Editorial: “La responsabilidad regional del empresario”	7
“Cartas al director”	8
“El crédito oficial en Baleares” por D. Miguel Aleñar	9
“Reinversión regional” por D. José de Fortuny Oñós	10
22ª carta abierta: “El hereu” por D. Javier Macias	11
“¿Quiere usted exportar?”	12
“El “Cash-flow” y sus consideraciones”	13
“La figura del empresario ideal” por D. Juan Bestard Comas	15
“Economía Balear le felicita”	16
“Para aumentar la capacidad de trabajo”	16
“Descansad”	16
“Sonría y piense”	16
“La importancia del diseño en la industria”	17
“Final de curso 1970-1971 en la O.D.E.M.”	18
“Necesidad de nuevas instalaciones para el ganado ovino” por D. José Morell García-Ruiz	21
“Consultorio”	22
1.ª Feria Nacional de Artesanía y Turismo”	23
“Salutación: D. Pedro Cabrer Rodríguez”	25
“Cooperativa Balear Hostelería” por D. Antonio Juan Pastor	26

“La “Cruz” para la Hostelería. La “Cara” para el “Desarrollo nacional” por D. José L. Pérez de Rozas	27
“La opinión profesional”	29
“Todavía más aperturas hoteleras, este año, en Mallorca”	29
“Vida Sindical”	30
“La legislación en la Hostelería”	31
“Noticiero turístico”	32
“¿En serio... o en broma?”	32
“La industria de la construcción en Baleares” por D. Antonio Borrás Sabater	33
“Ojeada al mundillo de la construcción” por D. Baltasar Montaner Gual	35
“El auge de la construcción: Campo abierto a los chapuceros y ventajistas” por D. Manuel Santolaria”	36
“Turismo y construcción nuestros “Siameses” por D. Antonio Colom	37

“La construcción en bicicleta” por D. Rafael Alcover	38
“La Ordenanza Laboral de la Construcción” por D. Jaime J. Florit Quetglas	39
“Problemática coyuntural de la estructura metálica” por D. José L. Adrover Forteza-Rey	41
“El cemento en las Baleares” por D. Juan Pont Biosca	43
“El aislamiento térmico en la construcción” por D. José L. Ruiz Feliu	45
“La instalación eléctrica en la construcción” por D. Luis Coll Huguet	46
“La grifería sanitaria española ante el Mercado Común Europeo” por A.B.F.	47
“Aparatos elevadores. Legislación” por D. Juan Ribas Cantero	49
“El cuarto de baño”	51
“Nomenclatura y vocabulario de las alfombras” por D. Juan Canal Autonell	52
“Decoración: ¿Diseño? ¿Construcción?” por D. Toni Morell	54

NUMERO 23

Editorial: “Universidad Balear”	5
“El director de Marketing profesional: Como piensa y como trabaja” por D. John B. Hunter	7
23ª carta abierta: “Cooperación en las encuestas” por D. Javier Macias	9
“El gran problema de la comunicación”	10
“Concurso sobre la situación social de España en 1972”	11
“Visión del empresario balear ante la futura entrada de España en el Mercado Común”	13



“Quiere Ud. exportar”	15
“Las exportaciones de calzado aumentan un cuarenta por ciento en Abril”	16
“Cuatro casas de modas, sin subvenciones”	16
“Depósito previo a la importación”	16
“La empresa balear de exportación, en Africa”	16
“Plantaciones frutales” por D. José Morell García-Ruiz	17
“Consultorio”	18
“El cinturón de castidad” por D. José L. Pérez de Rozas	21
“¿De qué estamos presumiendo aquí...?”	22
“Gran Bretaña dispuesta a convertirse en potencia turística”	22
“La coyuntura turística de Baleares, vista por el ministro de Información y Turismo”	23
“El turismo: Horizontes, estructuras y futuro”	24
“La legislación en la hostelería”	27
“Noticiero turístico”	28
“600 años de piel” por D. Antonio Fluxá Figuerola	31
“Problemas estructurales en las industrias de la piel” por D. Jaime J. Florit Quetglas	32
“La industria de la piel” por D. José L. Prim Muntaner	33
“La cooperación como solución a algunos problemas de la industria del curtido en Mallorca” por D. Miguel Mulet Trasera	39
“Los zapatos “Made in Baleares” un prestigio nacional” por D. Antonio Colom	40
“La industria del calzado en España” por el Dpto. de Estudios de Juan Frau, S.A.	41
“La producción del calzado empieza a recuperarse”	43
“El mercado del calzado” por D.M.G.	45



NUMERO 24

“A setenta grados bajo cero... ¡Y la vida sigue!” 4

Editorial: Economía Balear dos años” 7

“Cartas al director” 8

24ª carta abierta: “El arte de escoger abogado” por D. Javier Macias 9

“Investigación de las causas de disminución de las ventas” 10

“Para conseguir un buen vendedor de productos industriales” por D. James Shaffer 11

“Distinción para nuestro delegado de Trabajo” 12

“Contabilidad analítica y coste industrial” 13

“Rasgos y peculiaridades sobre el “leasing” 15

“Orquesta sin director” por D. José L. Pérez de Rozas 17

“La capacidad española de alojamiento turístico, por zonas, a 1.º de Julio de 1971” 17

“Clasificación de los vinos españoles en relación a los años óptimos de crianza, clase y selección adecuada, con los respectivos manjares que le corresponden” 18

“Hacia el nuevo reglamento de las agencias de viaje” 19

“Los procedimientos de garantía impuestos a las agencias de viaje” 19

“Los tres pilares del turismo son: Paz, precios e infraestructura 20

“El Sindicato de Hostelería dice:” 21

“De mucho interés para los industriales hoteleros” 22

“La legislación en la hostelería” 23

“Especial Ibiza y Formentera: Dedicatoria” 25

“Situación” 29

“El activo Alcalde de Ibiza: Una gestión diaria” 31

“Representatividad local en nuestras islas menores” por D. Mariano Llobet Román 33

“La eficaz dinámica de la Delegación Insular de Información y Turismo” 34

“Graves problemas del comercio insular” 35

“Un taxista, los hippies y su “rey” 36

“Una carta de insularidad” por D. Rafael Alcover 37

“Capitán de empresa” 39

“Su información bancaria” 40

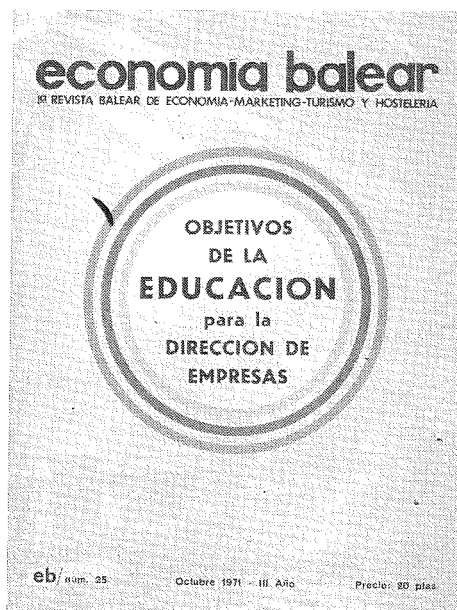
“La invasión turística ha sido inesperada” 41

“El vestido ibicenco” por D. Juan Castelló Guasch 43

“Arqueología ibicenca” por D.ª Catalina Enseñat 45

“El presidente de la Casa de Ibiza no se aburre” 46

“Despedida” 47



NUMERO 25

“Acuerdo entre SAFICOM y EBE-SA” 4

“Distinción para D. Antonio Fluxá” 4

Editorial: “Representatividad y funcionalidad” 5

“Objetivos de la educación para la dirección de empresas” 6

“El dólar, Diccionario de una crisis” por D. Harry M. Cuehn 13

“Crónica de esta crisis” 14

“El palmetazo de Mr. Nixon” por D. Rafael Alcover 15

“Suecia reduce el tipo de descuento” 16

“La inflación es el resultado de una expansión demasiado rápida en dinero” 16

“Aumentó de las primas del seguro” 16

“¿Quiere Ud, exportar” 17

“Espigoleando” 19

“Importaciones” 19

“Comercialización de la artesanía” 19

“Comparación de costos en treinta capitales” 21

“Premios Economía Balear 1971” 22

“Hace dos años... y continuamos a su disposición” 24

“Hostelería y Turismo: Con los brazos abiertos” por D. José L. Pérez de Rozas 25

“Hagamos un poco de historia” por D. Carlos Bacigalupe 26

“Delitos fiscales” por V. Redondo Ledo 28

“La Legislación en la hostelería” 29

“La opinión profesional” 30

“Noticiero Turístico” 31

“¿En serio.. o en broma?” 32

25ª carta abierta: ¿Adivina quién viene esta tarde?” por D. Javier Macias 33

“El desbordamiento actual como lección para el futuro” por D. Cosme Vidal Juan 34

“El polígono industrial de Mahón” 35

“La Universidad Balear” por D. Francisco Castresana Aparicio 37

“El verde industrial” por D. Uli Werthein 38

“Plantaciones frutales” por D. José Morell García-Ruiz 39

“El comercio mundial de productos agrarios aumentó un 15 por 100” 40

“La historia de Mallorca se inicia con Jaime I” 41

“Ofrecimiento de n.º 24 de “E.B.” a Ibiza” 42



NUMERO 26

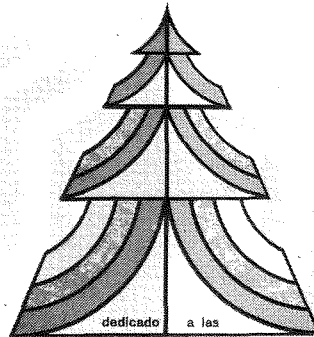
“Cartas al director” 4

Editorial: Sercobe al servicio de la Infraestructura Balear” 7

“Sercobe” 8

“Consejo directivo de Sercobe” 9

“Relación de Empresas Asociadas en Sercobe” 10



¡¡ FELICES NAVIDADES !!
 para usted y familia

Si usted es SUSCRIPTOR puede ganar 20.000 ptas.

eb/ Num. 27 Diciembre 1971 - III Año Precio: 20 ptas.

"Empresas que ultimamente causaron alta"	12
"Al habla con el director de Serco-be"	13
"Posibilidad de la Industria Nacional de Bienes de Equipo"	14
"El crédito documentado en la exportación" por D. Alejandro Gancedo	17
"Fabricaciones mixtas" por D. Luis A. Domínguez Sol	21
"Estudio económico del sector de bienes de equipo de 1961-1970"	25
"Del archivo fotográfico de Serco-be"	26
"Tecnología de los principales procesos de potabilización de las aguas de mar, salobres y residuales" por D. Felipe Cantera Palacios	28
"Sercobe y su plantilla actual del servicio en todos sus departamentos y niveles"	35
"Hostelería y Turismo: 70 millones de turistas" por D. José Ramón Alonso	37
"Cooperativas hoteleras"	38
"Fuera de los hoteles"	39
"El Sindicato de Hostelería dice..."	40
"La legislación en la hostelería"	41
"Aclaraciones sobre el "Menú del Hotel" según la vigente reglamentación de la industria hotelera"	41
"La Asociación Internacional de Hostelería y la I.A.T.A."	42
"El Sindicato de Hostelería de esta provincia ofreció su ayuda a Benidorm"	43
"España, otra vez en cabeza de los "I.T." suecos"	43
"El mercado potencial inexplorado en Europa: La población rural"	43
"Se dice"	44
"La evolución del turismo"	44
"Pequeña historia del turismo"	44
"¿En serio o en broma?"	44
26ª carta abierta: "Mañana" por D. Javier Macias	45
"¿Quiere Ud. exportar?"	46
"Nota de la dirección general de exportación"	46
"M.el Hadji Oumar Cissoko de SAFICOM en Palma"	47
"¿Quiere Ud exportar"	47
"Premios Economía Balear"	50
"Ferias Internacionales para 1972"	50

NUMERO 27

Editorial: "¡Hasta nunca!"	5
"Nuevo Director General de ASIMA"	5
"Cartas al director"	6
"La fría y dura mirada de la inco-municación" por D. Georges Roos	7
"Gestión copulativa de control" por F. Francisco L. Casanova Despujol	11

NUMERO 28

Editorial: "Sinceridad"	5
"Cartas al director"	7
Página recortable: "Solo por hoy"	8

"El cheque sin fondos"	9
"Un importante estímulo: La degra-vación fiscal del 7 por 100 en favor de la inversión privada"	10
"El pantalan y el monopolio de la C.A.M.P.S.A." por D. Jaime J. Florit Quetglas	11
"Damerio económico"	13
"Es necesario tipificar como delito el alza provocada de los pre-cios"	14
"Tablas salariales (12 mensualida-des) personal entidades de crédito"	14
"España la O.I.T. y la creciente internacionalización de la legis-lación laboral" por D. Juan Manuel Gimeno Reverte	15
"Política de aprovechamiento en la empresa"	16
"Calendario oficial en la Feria de Barcelona"	18
"Interesantísimo es el futuro de los restaurantes" por D. Hans G. Tonndorf	19
"Para reducir el management GAP"	20
"El directivo y sus subalternos fe-meninos" por D. Harry M. Cuehn	21
"Los "Containers" no conocen fron-teras" por D. Manuel Zapatero	23
"Problema vital: los taxis"	27
"La motorización en las primeras naciones del mundo"	29
"El transporte es un desastre"	30
"La cooperativa, una entidad por y para el taxista"	31
"Entrevista con... Don Manolito, un taxi L.T."	33
"Aeropuerto de Palma: Vestíbulo de Mallorca" por D. Antonio Colom	34
"El AIRBUS se incorporará en 1974 a las líneas aéreas españolas"	35
"Alas españolas"	35
"SOLLER: ¿Problema? ¿Incomuni-cada? ¿Solución?" por D. Ma-nuel Santolaria	36

economía balear LOS TAXIS
 ¿Un problema sin solución?

ESTE NUMERO DESTINADO a los OTROS TEMAS DE AGORADOS CON:

- EL CHEQUE SIN FONDOS
- Reservación Diesel
- MONOPOLIO DE LA CARRETA
- Alta de pasaje: UN DERECHO
- Internacionalización de la lengua
- PROBLEMA VITAL: LOS TAXIS
- Política de APROVISIONAMEN-TO
- FORO DE LA EMPRESA
- FUTURO DE LOS RESTAURAN-TO
- EL DIRECTIVO y sus subalternos
- PREMIOS ECONOMÍA BALEAR
- ¿CÓMO DEBE SER el CON-TALIER
- REGULACIONES DEL SERVICIO TAXI DEL SECTOR DE TRANSPORTES Y DEL PRESI-DENTE DE LA COOPERATIVA DE TAXIS
- ENTREVISTA CON DON MANOLITO
- Asignación de Palma: cantidad 6 millones
- CLAS DE ESPAÑA en "BARROS"
- FERRETIERÍA DE SOLLER
- HOTELERIA Y TURISMO
- AGRICULTURA
- Historia moderna
- PAGINA RECORTABLE "Solo por hoy"
- Cartas al Director
- ¡¡¡¡¡ ¡¡¡¡¡

Dedicado a los TRANSPORTES

SERA MENOR LA COSECHA MUNDIAL DE AZUCAR

El Departamento americano de Agricultura ha rectificado su primera estimación sobre la producción mundial de azúcar en la campaña 1974-75, cifrándola ahora en 79,8 millones de toneladas, es decir, casi un millón menos de toneladas respecto a las estimaciones de Noviembre. Tal revisión está motivada por la menor producción de Cuba, Francia y la URSS. El Departamento estima el consumo mundial en 1974-75 en 80 millones

CABLE SUBMARINO

Ha sido firmado en Madrid un contrato entre la compañía inglesa "Standard Telephone and Cables L.T.D." y la Compañía Telefónica Nacional de España, para suministro y tendido de un cable submarino entre Valencia y Palma de Mallorca. El nuevo enlace submarino, segundo de los tendidos entre la península y el archipiélago, con una longitud de 313 kilómetros, tendrá una capacidad de 3.900 circuitos telefónicos y se ha previsto su puesta en servicio para el mes de enero de 1977. Es el sistema más avanzado y de mayor capacidad existente en la actualidad.

Esta modernísima arteria de telecomunicaciones es capaz de suministrar además del servicio telefónico, cualquier otro servicio de telecomunicación, proporcionando una vía de excelente calidad para cubrir las necesidades, tanto nacionales como internacionales de las islas Baleares, y contribuirá a hacer de esta provincia insular un punto de apoyo importante para las comunicaciones del Mediterráneo.

de toneladas, con un incremento de sólo un 0,63% con respecto a 1973-74, habiendo sido dicho incremento del 3,4% en 1972-73. Estados Unidos, Japón y Canadá han registrado descensos importantes. Los principales países productores de azúcar en 1974-75 han sido (en miles de toneladas): Cuba, 6.063 (6.283); República Dominicana, 1360 (1.275); Méjico, 3.307 (3.142); Estados Unidos, 3.050 (3.217) de remolacha y 1.450 (1.381) de caña y Hawai, 1.144 (1.401). La URSS tuvo una producción de 9.370 (10.549).

AVIONES ESPAÑOLES PARA JORDANIA

Jordania equipará a su Ejército con aviones ligeros de transporte español "Casa 12", "Aviocar", cuyas primeras unidades se entregarán a finales del presente año. Con esta venta son cuatro los países que utilizarán este avión español: Jordania, Portugal, Indonesia y España. Por otra parte, parece ser que ha habido contactos para suministrar este modelo a otros países hispano-americanos. La primera compra jordana es de cuatro unidades que serán entregados a finales de 1975 y durante 1976. Con la firma de este contrato, "CASA" lleva vendidas más de 70 unidades de este avión. "CASA" lo fabrica en versiones militar (Transporte de paracaidista, ambulancia, servicio fotográfico y carguero) y civil.

CONTROL EN LAS INVERSIONES JAPONESAS

El gobernador del Banco del

Japón ha advertido que su país podría apretar las medidas de control directo sobre las inversiones extranjeras para evitar la excesiva entrada de dólares. Añadió que el Japón ha tenido éxito en la restauración del equilibrio de su balanza comercial después de pagar los enormes aumentos debidos a las importaciones petrolíferas, y ello principalmente a causa de que las exportaciones han aumentado fuertemente desde el mes de Septiembre pasado. Por otra parte, las entradas de "Petrodólares" a través de inversores extranjeros en el mercado de valores japonés totalizaron cerca de 600 millones de dólares durante los pasados tres meses, añadió.

LA REAPERTURA DE SUEZ ABARATARA LAS IMPORTACIONES

La reapertura del canal de Suez el próximo Junio facilitará la importación española de crudos petrolíferos del golfo Pérsico, al reducir los días de pasaje de 70 a 25 y en casi un 50 por 100 el valor de los fletes opina

"The Wall Street Journal". Al mencionar el comercio petrolífero entre el golfo Pérsico y los puertos del Mediterráneo; el periódico asegura que en petroleros del tamaño medio el paso por el canal de Suez reducirá drásticamente los gastos de fletes por tonelada de crudos de 8 dólares en la actualidad a 5 dólares/T.

ARGENTINA SUSPENDE SUS IMPORTACIONES

La Secretaría argentina de Comercio Exterior ha suspendido la entrega de certificados de importación, y aunque no ha habido explicación de esta medida, se cree que las importaciones quedarán suspendidas hasta nuevo aviso. En los medios financieros se opina que las autoridades económicas dispondrán un sistema selectivo en las importaciones para tratar de mejorar las reservas de divisas, cuyo nivel ha descendido peligrosamente. Argentina tiene una deuda exterior de 8.000 millones de dólares, de los cuales debe amortizar 1.900 millones de dólares este año. Sus reservas actuales sólo ascienden a 1.200 millones de dólares.



ALLIS-CHALMERS
tecnopotencia
en sus manos
para levantar montañas



DISTRIBUIDOR PARA BALEARES

OSCA

Héroes de Manacor, 184 Telf. 27 14 85



**ultramar
express s/a**

Agencia de Viajes
Grupo A TIT, 48

**ECONOMICE TIEMPO ENCARGÁNDONOS
SUS RESERVAS DE
HOTEL, BARCO, AVIÓN, etc.**

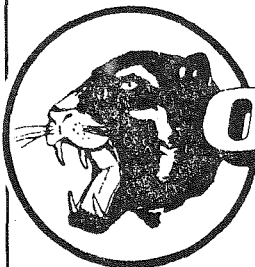
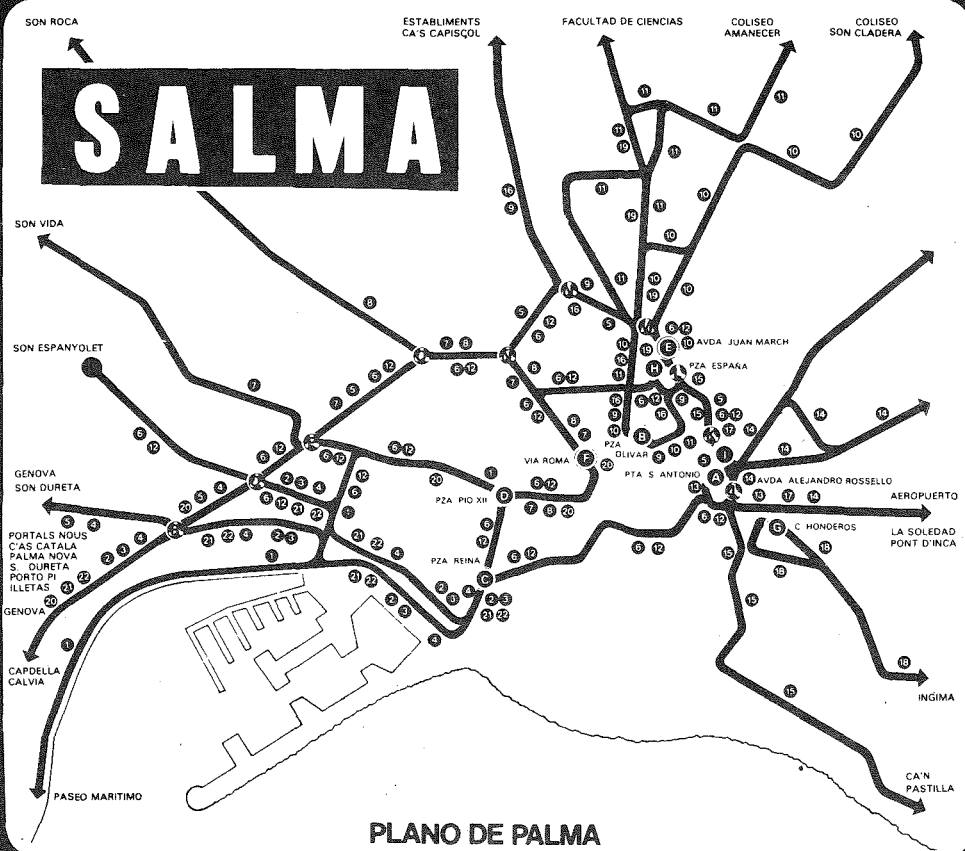
Paseo de Mallorca, 142
Tel. 22 70 45
Tlx. 68553 - Ultra E & 68525 - Sieto E
Cables: TRAVELCAR
PALMA DE MALLORCA

HORARIOS

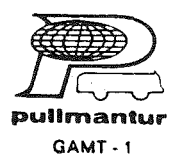
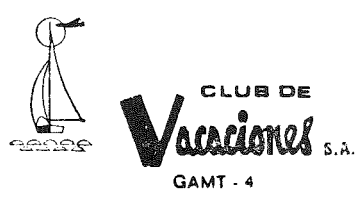
Nº	LINEAS Nombre	Cabecera Línea		Final de Línea		CABA	
		SALIDA	RETORNO	SALIDA	RETORNO		
1	Paseo Marítimo	6,00	22,08	6,22	22,30	20'	
2	Ca's Catala - Illetes	6,00	01,00	6,32	01,30	8'	
3	Genova	6,30	22,30	6,30	23,00	30'	
4	Son Dureta	6,30	22,30	6,54	22,50	12'	
5	Son Esp. Circunv.	6,10	21,40	5,55	22,10	15'	
6	Son Vida	6,00	24,35	6,30	01,00	30'	
7	Son Roca	6,00	23,05	6,00	23,25	12'	
8	Ca's Capiscot	6,13	22,55	6,00	23,10	15'	
9	Son Cladera	5,40	22,00	5,35	22,10	20'	
10	Amanecer	6,50	21,50	6,30	21,30	20'	
11	Pont d'Inca	5,40	01,00	5,36	01,20	8'	
12	La Soledad	6,00	22,52	6,00	23,07	7,5'	
13	Ca's Pastilla	6,30	01,00	6,00	01,30	8'	
14	Establiments	6,30	22,00	6,00	22,30	30'	
15	Aeropuerto	6,20	21,30	6,55	22,05	70'	
16	Ingima	6,10	21,00	6,30	21,30	60'	
17	Fac. Ciencias	8,15	15,30	8,45	18,20	60'*	
20	Calvia	7,00 7,30	12,00 8,00	14,00 13,00	14,45 15,45	19,35 18,30	SALIDA RAMBLA CAPDELLA
21	Palma Nova	6,10	01,00	6,50	01,35	10'	
22	Portals Nous	6,20	20,20	6,55	20,55	70'	

* 12,45 FACULTAD DESCANSO 15 min. SALIDA 13,00
16,00 18,20
FACULTAD LUNES Y VIERNES 17,20

**LA RED
DE
TRANSPORTE
AL SERVICIO
DE USTED**



O.T.A. operadores turísticos asociados



... al servicio exclusivo de las agencias de viajes

CRISIS... CRISIS... CRISIS...

(Ocurrió en los Estados Unidos)

*Había una vez un ciudadano
que vivía al lado
de una carretera
donde vendía bocadillos.*

*Era sordo
y, por tanto,
no escuchaba la radio.*

*No veía muy bien,
y, en consecuencia,
no leía los periódicos.*

*Pero, esto sí,
vendía buenos bocadillos.*

*Alquiló un trozo de terreno,
colocó un gran cartel
y anunció su mercancía
gritando a pleno pulmón:
Compren deliciosos bocadillos
calientes!*

Y la gente compraba.

*Aumentó las adquisiciones
de pan y de carne.
Compró una parada más grande
para poder ocuparse mejor
de su comercio,
y trabajaba tanto
que dispuso que su hijo
volviera
de la Universidad
donde estudiaba
para que pudiera ayudarle.*

*Pero entonces
paso algo de importancia.
Su hijo le dijo:
Padre, ¿que no escuchas la radio
ni lees los periódicos?
Estamos sufriendo
una grave crisis.
La situación es
francamente mala
no puede ser peor....*

*El padre pensó:
"Mi hijo estudia
en la Universidad.
Lee los periódicos
y escuchá la radio.
Sabrá muy bien lo que se dice.*

*Entonces compró menos pan
y menos carne,
quitó el gran cartel
desalquiló el terreno
para eliminar gastos
y no anunció más
sus bocadillos.*

*Las ventas disminuyeron
cada día más.*

*—Tenías razón, hijo mío—
dijo al muchacho—
Verdaderamente
estamos sufriendo
una grave crisis.*

deuda pública:

Conjunto de las obligaciones contraídas por el Estado mediante empréstitos. Se le llama flotante cuando es a corto plazo y, generalmente, de poca monta. La deuda pública a largo plazo es llamada consolidada y se amortiza, generalmente por anualidades que incluyen intereses y parte del capital.

dinero activo:

Medios de pago en manos del público.

dinero bancario:

Depósitos a la vista en los bancos.

dinero difícil o duro:

El que resulta de la aplicación de prácticas deflacionistas.

dinero fácil:

El que resulta de la política gubernamental de facilitar los préstamos, bajar los intereses y estimular la venta de obligaciones.

dinero fiduciario:

El dinero papel.

dinero inactivo:

El que forma parte de la reserva del banco central o de los bancos comerciales, y que no se utiliza en transacciones monetarias durante un período determinado.

dinero legal o de curso forzoso:

Todo medio de pago fijado por el Estado.

dinero patrón:

Medio de pago o unidad de un sistema monetario establecido oficialmente.

distribución funcional de los ingresos:

Reparto del ingreso global nacional entre los diferentes grupos de un país.

dividendo activo:

Parte del beneficio social que se reparte entre los accionistas.

dividendo acumulativo:

El que se paga en fecha determinada, a los accionistas preferentes, antes del correspondiente a las acciones comunes.

dividendo pasivo:

Aquella parte del valor nominal de las acciones aún no satisfecha por los accionistas.

divisas:

Moneda extranjera o instrumentos de crédito abonables en moneda extranjera.

"dumping":

Práctica económica que consiste en lanzar al mercado exterior parte de la producción a un precio inferior al del mercado interior, para suprimir o reducir la competencia.

duopolio:

Control del mercado por sólo dos vendedores.

economato:

En ciertos países hispanoamericanos, un almacén de artículos de primera necesidad, donde los consumidores pueden adquirirlos con mayores ventajas que en las tiendas.

econometría:

Estudio de la realidad económica mediante un método matemático y estadístico.

economías periféricas o dependientes:

Las de países en desarrollo influenciadas por las economías dominantes de países desarrollados.

economía social:

Estudio de los fenómenos económicos con relación a la sociedad.

efectivo:

Numerario, moneda contante.

elasticidad de la demanda:

Relación entre la cantidad demandada de un producto o servicio y su precio respecto a cambios en los ingresos del demandante.

elasticidad de la oferta:

Relación entre la cantidad ofrecida de un producto o servicio y los cambios en precios.

empresa de economía mixta:

Aquella en que, junto a empresarios privados, el estado u otros organismos del sector, público, participan en su administración y capital social.

empresa marginal:

Dícese de aquella que es la última en entrar en un mercado, sin relación a su grado de eficacia. No tiene ni beneficios ni pérdidas.

empresa multinacional:

Aquella que tiene actividades productivas o de otra índole en países extranjeros a través de sus subsidiarias y cuyas estrategias y políticas están mundialmente orientadas.

encaje bancario:

El total de oro, divisas y billetes que respalda la moneda fiduciaria.

espacio económico:

Ámbito en que se desenvuelve una economía dada.

especie:

Cualquier medio de pago que no sea dinero o crédito.

espiral inflacionista:

Elevación de precios producida por la elevación de los salarios y beneficios y que a la vez se origina en esta última elevación.

estabilización monetaria:

Las normas y procedimientos para estabilizar el valor de una moneda. Mantenimiento del valor de una moneda dada.

estanflación:

Combinación de una depresión económica con inflación de precios.

estratificación económica del mercado:

Clasificación de los consumidores, según su poder adquisitivo.

estratificación social del mercado:

Clasificación de los consumidores de acuerdo con sus respectivos grupos sociales.

"ex ante" y "ex post":

Expresiones latinas usadas para situar magnitudes antes o después de un fenómeno económico.

factores de producción:

Recursos naturales, capital, trabajo y empresa.

flete:

Se designa con esta palabra la carga de un barco o un avión y por extensión se aplica al coste monetario del transporte.

fluctuaciones estacionales:

Movimientos económicos registrados durante un período determinado del año.

flujos:

Magnitudes económicas que han de expresarse en cantidad por unidad de tiempo, como la renta mensual de una personal.

F.O.B.:

Se aplica a las mercancías vendidas en cuyo precio se incluye su coste y los gastos para situarlas en el transporte que las conducirá a su destino.

fondo mutual:

Conjunto de aportaciones invertidas en otras empresas para lograr las ventajas de una división de riesgos al compensar las bajas y altas de unos y otros valores.

gabela:

Impuesto.

gastos de venta:

Gastos en que incurre la empresa para lograr la adquisición de los productos que elabora.

hiperinflación:

Elevación vertiginosa del nivel de precios.

holding:

Se llama así al grupo financiero o bancario que posee o controla la mayor parte de las acciones de varias empresas.

huelga:

Paralización de las actividades de un centro de trabajo, llevada a cabo por los trabajadores, con el propósito de conseguir la aceptación por el patrono o empresa de determinadas demandas.

importación:

Bienes y servicios que proceden de países extranjeros.

impuesto ad valorem:

El que se gira como porcentaje sobre el valor de una mercancía. Se usa generalmente para gravar las importaciones.

impuesto directo:

El que recae sobre el interés del capital o la renta del contribuyente.

impuesto global:

El que grava la totalidad de los recursos del contribuyente.

impuesto progresivo:

El que se paga en proporción creciente, según el monto de la renta del contribuyente.

impuestos indirectos:

Aquellos, como los impuestos sobre ventas, la alcabala, etc., que recaen indirectamente sobre el consumidor.

indicadores del mercado:

Los factores económicos con que se miden las ventas en diversas localidades.

índices:

Fórmulas matemáticas, simples, cuyos valores se utilizan para establecer las variaciones de un fenómeno económico determinado. Son de gran utilidad para estudiar la evolución de algunas magnitudes económicas fundamentales a lo largo del tiempo. Toman como base (generalmente designada como 100) los valores en un período o un lugar dado. Hay así, por ejemplo, índices de natalidad, del costo de la vida, de producción, etc.

inflación:

Desajuste económico que da lugar a un aumento en el nivel de precios con la consecuente pérdida de valor del dinero.

infraestructura económica:

Conjunto de recursos básicos esenciales para una agricultura o industria moderna (como carreteras, ferrocarriles, electricidad, etc.).

input-output:

Se designa con este término inglés al análisis cuantitativo de las relaciones interindustriales que consiste en recoger en un cuadro de doble entrada los valores correspondientes a las transacciones entre los sectores que componen una economía. En dicho cuadro se reflejan simultáneamente los sectores productores y receptores a que corresponden dichas transacciones.

instituciones de seguridad social:

Las cajas y otros organismos que cubren los riesgos por edad, enfermedad, paro, invalidez, maternidad, etc.

insumos o "input", (pal. ing.):

Factores, tales como materias primas, energía, etc., que intervienen en la producción de bienes o servicios.

inventario:

Medio de contabilidad que representa el patrimonio de una empresa en su aspecto cuantitativo.

inversión bruta:

Valor de los bienes y servicios destinados a aumentar el capital de un país o empresa durante un período determinado.

inversión neta:

La inversión bruta después de deducir la depreciación, amortizaciones, etc.

DICCIONARIO MODERNO

DE ECONOMIA Y FINANZAS

letra de cambio:

Documento que representa un crédito privado, por el cual una persona ordena a otra el pago en dinero de la cantidad a que asciende dicho crédito.

ley de Gresham:

Estipula que la moneda mala expulsa del mercado a la moneda buena, ya sea porque se desplace ésta al extranjero que exige dinero bueno a cambio de sus mercancías, o porque se la retire de circulación para ser atesorada o desmonetizada.

librecambio:

Circulación de mercancías sin trabas y sin derechos aduaneros entre países.

liquidez:

Total de activos fácilmente realizables en dinero. Se llama coeficiente de liquidez a la relación entre los activos más líquidos y el total de depósitos de un banco u otra entidad financiera.

liquidez internacional:

Conjunto de activos (en oro, o moneda de aceptación internacional) con que se financia los déficits y superávits de las balanzas de pago de los diferentes países.

liquidez monetaria:

La relación existente entre el efectivo circulante y el producto nacional.

"lock-out":

Cierre de un centro de trabajo por decisión del patrono o empresa con el propósito de lograr la aceptación por los trabajadores de determinadas condiciones laborales.

logística de distribución:

Estudio del movimiento de los bienes y servicios desde el productor hasta el consumidor o usuario industrial.

macroeconomía:

Parte de la economía que trata del estudio y la determinación de los agregados económicos.

margen bruto o comercial:

La cantidad que se agrega al costo de la mercancía a fin de cubrir gastos y lograr utilidades.

marginal:

Para el economista, un término que significa extra. Se aplica también este adjetivo a los entes económicos (empresas, obreros, consumidores) que ocupan el extremo inferior del mercado según la relación entre precio y costo. Así, consumidor marginal es aquél que aumentaría o reduciría en una unidad el consumo de un producto o servicio si el precio de éste variase ligeramente. Se llama producto marginal al que se retiraría de la producción si el margen de ganancia se contrajese ligeramente.

mercado:

Conjunto de demandantes y ofertantes que influyen sobre la formación de los precios. Se habla de mercado de capitales, de divisas, de trabajo, etc.

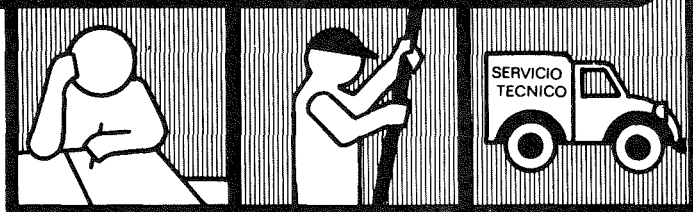
mercado de corredores:

Aquél en que la negociación se hace por medio de corredores o agentes.

mercado garantizado de valores:

Aquel en que los accionistas o tenedores de bonos tienen derecho a retirar el valor de sus títulos.

Todas sus instalaciones resueltas...



PROYECTOS

INSTALACION

MANTENIMIENTO

"74 años de experiencia avalan nuestras instalaciones"

**Aire acondicionado · Fontanería · Calefacción · Tratamiento de aguas
Electricidad · Gas propano y ciudad**

INSTALADORA BUADES, S.A.



OFICINAS, EXPOSICION, ALMACEN Y TALLERES:

GRAN VIA ASIMA / POLIGONO LA VICTORIA / TEL. 29 05 00 (5 Lineas) PALMA DE MALLORCA



«Los asociados de ASIMA son los promotores de sus éxitos. A ellos les pertenece la gloria de todo lo realizado»

Que ASIMA sigue la trayectoria trazada desde sus inicios, queda bien demostrado por las realizaciones llevadas a cabo, en muy poco tiempo, y que están a la vista contemplando las empresas ubicadas en los dos Polígonos y conociendo aquellos servicios que reciben sus asociados.

Para que nos hable de ASIMA y sobretodo de aquellas cosas que pasan desapercibidas por aquel que no es miembro de esta pujante Asociación, entrevistamos a don Juan Gea Martínez, Director General de la citada ASIMA.

EL DIRECTOR GENERAL
DE ASIMA
HABLA PARA
NUESTROS LECTORES

—Señor Gea, ¿En donde cree usted que radica el éxito inicial de ASIMA?

—En que ASIMA no naciese por una imposición, ni tampoco al calor de unos incentivos fiscales, sino espontáneamente, respondiendo a las necesidades planteadas al grupo de empresarios que la constituyeron. En esta espontaneidad y por cubrir las necesidades de este grupo de empresarios, yo creo que radica su éxito.

El Director General de ASIMA nos habla pausadamente. Piensa la palabra adecuada y deshecha, en mente, aquellas que pudieran tener doble significado. Llanamente, confidencialmente, después de encender el cigarrillo de turno, nos sigue hablando de la gran extensión que ocupan los dos Polígonos.

—Esta tiene mucha influencia, pero no sólo por la dimensión, en sí, de los Polígonos, sino por el número de empresas que en ellos se ubican, porque tenga en cuenta, que si ASIMA puede prestar los servicios que tiene montados, y los que piensa

organizar en su día, no es ni más ni menos que por las 469 empresas que están ubicadas en los tres millones de metros cuadrados. El volumen de metros cuadrados con que cuenta ASIMA y su elevado número de empresas es el motivo por el cual ASIMA puede prestar tantos servicios, pues de contar con un reducido número de empresas, estos servicios no los podría dar en atención a que su costo es muy elevado.

SERVICIOS PARA LOS ASOCIADOS

—¿Cuales son estos servicios?

—Anote: Transportes públicos, comedores, zonas deportivas, parque de bomberos, vigilancia, jardineros, tener subestación de energía propia para el Polígono, llegar a tener una central telefónica propia para los Polígonos, servicio de Telex, Fotocopiadora, publicaciones impresas, gasolineras, Estafeta de Correos y

Telégrafos, Expendeduría de tabacos y efectos timbrados, becas para estudios, disponer de una oficina en donde se pueda tramitar la documentación que sea común a todos los empresarios o a todas las empresas ante Organismos Públicos, asesoramiento en general al pequeño empresario, tramitación en nombre de todos para conseguir beneficios como pueden ser la Licencia de Obras, las aperturas de establecimientos, las plusvalías, la bonificación del 80 por ciento sobre Construcciones Urbanas, llevar a cabo la construcción de viviendas, economatos, dispensario, montar sistemas de formación profesional a todos los niveles, empezando por el Certificado de Estudios y terminando por el de Alta Dirección y tener la ventaja que, contando con tanto número de empresas, poder hacer negociaciones colectivas, como se han hecho ya, sobre Seguros de Vida, sobre recogida de basuras, sobre desratiación, mecanización administrativa, selección de personal, sistemas de seguridad, asesoramiento, etc.

—Todos estos servicios, ¿los tiene instalados ASIMA?

—En mayor parte sí. Y resulta evidente que para la prestación de estos servicios se requiere un volumen de empresas que permita el eficaz funcionamiento de los mismos. He dicho antes, en mayor parte sí, porque hay algunos de ellos que todavía no son realizaciones actuales, pero sí están en estudio, y estudios bastante avanzados, como puede ser los de viviendas, el dispensario, Estafeta de Correos, Expendeduría de Tabacos, economato, etc.

—¿Existen previsiones para aumentar o ampliar estos servicios?

—En efecto, pero hemos de tener en cuenta que tanto la ampliación como la implantación de nuevos servicios cuesta mucho dinero y la Asociación con los ingresos que actualmente percibe no le es suficiente como para cubrir todo este gasto. Hemos de tener en cuenta que igual que hay servicios que se están viendo por el ofrecimiento que se hace al asociado, como puede ser el Telex, la jardinería, la vigilancia en los Polígonos, las tramitaciones particulares, hay otro servicio que es muy importante, dentro de la Asociación, tal como el asesoramiento y tramitación de todos y cada uno de los expedientes que han conseguido los beneficios. Esto, aunque parezca que no tiene importancia, ha llevado mucho tiempo, mucha preparación y sobre todo muy estar en contacto con los Organismos para llegar a conseguir estos beneficios. Después existe el asesoramiento desde que el asociado se hace miembro de ASIMA, ya informándole sobre el proyecto técnico de la obra que va a realizar en el Polígono, hasta hacerle las tramitaciones en el Ayuntamiento, en Hacienda, y si fuese necesario, en Vivienda, Industria y demás Organismos.

FINANCIACION DE LOS SERVICIOS

—Y estos servicios de los que Vd. ha hablado ¿Cómo se financian en ASIMA?

—Hay dos sistemas de financiación de estos servicios, uno de ellos son las explotaciones que la Asociación tiene en marcha, y el otro sistema, que



TRES MILLONES DE METROS CUADRADOS, 469 EMPRESAS ASOCIADAS, Y MUCHOS SERVICIOS EN FUNCIONAMIENTO, ESTO ES ASIMA

debería ser el más importante y que sin embargo es el más pequeño, es la financiación por medio de las cuotas que nos paga el Asociado cada mes. Tendré que decirle que la cuota del Asociado es de 150 ptas. mensuales, más una derrama según los metros lineales de fachada que dan a su calle, y que, como ingreso bruto de cuotas, podríamos decir que tenemos unas 90.000 ptas. mensuales, lo que hace un capítulo anual de 1.080.000 ptas. Como verá, el coste de los servicios, y me voy a referir nada más a aquellos que utiliza el asociado más directamente, como es el servicio de Policía, el servicio de vigilantes nocturnos, la jardinería, y los servicios de Asistencia Social dedicados a la formación profesional sube ya del orden de los 3.000.000 de ptas. anuales, sin contar que todavía quedan los servicios anteriormente explicados sobre tramitaciones, y servicios estructurales de ASIMA, que estos, en el costo de los 3 millones, no los incluyo.

—Al prestar ASIMA estos servicios, como por ejemplo, la tramitación de una declaración de alta en la Contribución Urbana, ¿Percibe la Asociación algún ingreso por parte del Asociado?

—En absoluto. Tanto es así que si algún documento lleva alguna póliza, que siempre las lleva, éstas van a cargo de la Asociación. Además los Certificados que hace ASIMA para poder conseguir estos beneficios no sólo los redacta por sí, sino que además realiza las fotocopias necesarias en el servicio de la fotocopidora propia de ASIMA. El Asociado, para este tipo de tramitación nos trae los documentos, que son propios de la empresa, que no obran en poder de la Asociación, y lo demás, todo, hasta rellenarlos, ponerle las pólizas, y tramitarlos con Hacienda, todo repito, lo lleva enteramente la Asociación. Me atrevería a decir, sin lugar a dudas, que una tramitación de esta índole, en cualquier agencia, supondría un precio bastante considerable, y sin embargo, nuestro Asociado, aquí, no paga absolutamente nada.

La satisfacción de este Director es inmensa cuando nos recalca que el Asociado de ASIMA recibe muchas atenciones por el solo hecho de pertenecer a esta Asociación. Atenciones que si tuvieran que ser abonadas particularmente, representaría un buen pico en el capítulo de los gastos.

Don Juan Gea está satisfecho de que la Asociación dé tanto por tan poco y lo demuestra con una sonrisa alegre de verdadero éxito, al tiempo que enciende otro pitillo. Mientras tanto pensamos por nuestra parte, por donde le podemos atacar de nuevo...

FORMACION PROFESIONAL

—¿Ha cuidado ASIMA la formación profesional de los productores encuadrados en las diferentes empresas de la Asociación?

—Este punto es uno de los que ASIMA se ha puesto como objetivo. La formación de los hombres, a todos los niveles, y sobretodo pensando que aunque no sea una rentabilidad inmediata lo que ASIMA está haciendo, sí es una labor bastante callada y que tendrá su repercusión dentro de un futuro no muy lejano, en las empresas de la isla, ya que ASIMA lo que intenta montar, es una cadena con todos sus eslabones, empezando por aquel más bajo, cual es el de aquellas personas que se han tenido que poner a trabajar a una edad prematura y no han podido formarse en lo más elemental, hasta llegar incluso a la Alta Dirección y seminarios especializados. Esta cadena, actualmente, está formada, empezando por lo que es el Certificado de Estudios, después, Graduado Escolar, luego la Formación del P.P.O., en todos sus niveles, (y para eso, incluso, se nos ha catalogado de Centro P.P.T.) después pasar a Mandos Intermedios, y seminarios especializados, y como último a la Alta Dirección. Un productor, que tenga ganas de aprender, por supuesto, empezando por el curso de Certificado de Estudios, podría continuar su formación, terminando, incluso por la Alta Dirección.

ENSEÑANZA GRATIS

—Y ahora una pregunta crematística ¿Qué le cuesta al productor participar en estos cursos para su formación?

—Absolutamente nada, sólo le suplicamos que tenga ganas de aprender. Lo único que le cuesta es el esfuerzo que supone para una persona que ha hecho su jornada laboral, tener que ir después a clase, e invertir dos o tres horas de su tiempo de descanso, en su formación. ASIMA presta las instalaciones y para esto también tengo que decir que estamos muy agradecidos al P.P.O., por la ayuda que nos concede con sus profesores, y también al Director de la Escuela Nacional de S'Indioteria, por facilitarnos las aulas en donde damos los cursos para la formación de adultos y graduado escolar.

—Permítame que insista en esta tónica del dinero, si no le cuesta nada al productor que asiste a estos cursos, ¿Quién paga los gastos?



UN PROBLEMA QUE ME OBSESIONA ES QUE LOS POLIGONOS DE ASIMA NO HAYAN PODIDO LOGRAR, AUN, LA CALIFICACION DE "POLIGONOS DE DESCONGESTION"

—Hasta ahora los ha pagado ASIMA y creo que los seguirá pagando en el futuro.

—Y estos gastos que tiene destinados ASIMA para la formación profesional ¿A cuanto ascienden?

—El presupuesto que tiene fijado ASIMA para dedicarlo al capítulo de formación es de 1.000.000 de pesetas anual.

Damos otro descanso, bien merecido, al Director General de ASIMA que tan amablemente nos informa sobre las cuestiones que le planteamos, descanso que aprovechamos nosotros para poner nuestros apuntes en orden y sobretodo para preparar nuestras próximas preguntas.

NEGOCIACIONES COLECTIVAS

—Creemos que existen en la Asociación una serie de empresas particulares que trabajan para ASIMA dedicadas a Seguros, Selección de Personal etc... ¿Qué nos dice sobre ello?

—Más que empresas que trabajen para nuestros Asociados, lo que ASIMA ha hecho, ha sido negociar, colectivamente en nombre de todos los asociados, con estas empresas, con el fin de conseguir unos precios, los más bajos posibles, y, que a través de ellos, se consigan beneficios adicionales para las empresas asociadas o quienes en ellas trabajen. Esta negociación colectiva se ha llevado a cabo a través de seguros de vida, por ejemplo, con "La Equitativa", en donde, por su bajo costo, la empresa asociada asegura a sus productores sin que ellos tengan que pagar absolutamente nada; a través de la mecanización administrativa con SERESCO; de selección de personal con el Instituto de Psicología del Estudio General Luliano, lo que ASIMA ha hecho, ha sido, al negociar con estas empresas, sin percibir ningún tipo de comisión,



“LOS CURSOS NOCTURNOS QUE IMPARTE ASIMA SON COMPLETAMENTE GRATUITOS PARA EL PRODUCTOR”

acercarlas al asociado, porque consideramos que el beneficio que pueda obtener un miembro de ASIMA debe ser exclusivamente para él. Así como por ejemplo, si hay un descuento sobre el precio de las tarifas, este beneficio va, íntegro al empresario que ha solicitado aquel servicio, de tal manera que, cuantas más empresas utilicen estas colaboraciones mayor será el beneficio, puesto que la escala de descuentos es gradual de acuerdo con la facturación total. Estos servicios también los ofrecemos como otros más que da la Asociación.

CAPITULO DE BENEFICIOS

—¿Cual es el beneficio que tiene una empresa por estar asociada a ASIMA?

—Yo diría que hay varios beneficios divididos en tres grandes grupos: En primer lugar existe el beneficio de poder disfrutar, hoy, de una parcela con unas infraestructuras adecuadas a las empresas, de las cuales se favorecen desde el momento en que se instala. O sea el primer beneficio es haber conseguido un terreno industrial a un precio verdaderamente bajo, con todos los servicios de infraestructura puestos a pie de parcela, como son, luz, energía, agua con su alcantarillado y teléfono. Este primer beneficio, diría yo, que ya es más que suficiente en contraposición de todos los gastos que le pudiera ocasionar en su día. Después hay otra ventaja como es el capítulo de beneficios que consigue el asociado por el solo hecho de figurar miembro de ASIMA y estos beneficios son las cantidades que deja de abonar el asociado por disfrutar de los diferentes beneficios fiscales que tenemos conseguidos, como son: Derechos reales, licencia de obras, apertura de establecimientos, tasas de alcantarillado, la plus-valía, la contribución urbana que supone el 80 por ciento de ahorro durante diez años, que posiblemente podamos ampliarlo a 25, etc. Y finalmente, el asociado disfruta de otro grupo de

beneficios, al favorecerse de las gestiones, que sin cargo alguno por su parte, ASIMA realiza, en su nombre, ante los Organismos Oficiales. No es aventurado decirles que estas gestiones añadidas a los servicios que ASIMA presta a los asociados y de los que ya hemos hablado extensamente, su valor, ascendería a unas 20.000 ptas. anuales, de las que el asociado, con su cuota, paga solamente alrededor de las 2.000 ptas. anuales, que como verá representa un diez por ciento de lo que realmente le costaría en unas condiciones normales y sin ningún tipo de beneficio o sea a precio de coste.

COMEDORES DE ASIMA

—Si solamente ASIMA cuenta con los ingresos de las cuotas de los asociados, ¿Cómo se verifica el milagro de salir airosos en esta empresa?

—Falta otro capítulo de ingresos que anteriormente sólo he apuntado. Tales como el de las explotaciones que ASIMA tiene puestas en marcha. Por supuesto que estos ingresos no cubren todo el costo que le supone a la Asociación disponer de aquellos servicios, por ello cuando llega a final de año, siempre hay un déficit, el cual hay que intentar superar y ver la forma de como se tiene que evitar. Por otra parte ASIMA, tiene los comedores que se construyeron porque apreciamos la necesidad de tener un lugar donde el productor pudiese ir a comer a precios realmente asequibles. El precio por cubierto es de 63 ptas. y, como comprenderá, pocos milagros se pueden hacer. Si el arrendatario que los explota está dispuesto a dar comida a este precio, no podemos todavía pensar, que nos dé una rentabilidad, además, los comedores están hoy en su primera fase y cuando esté en marcha la segunda que es montar el “Self-Service”, y se puedan servir muchos más cubiertos, de los que hoy se sirven, es de esperar que se consiga una poca rentabilidad a esta inversión, pero, hoy, incluso se mantiene el mismo precio en detrimento de los ingresos mínimos que percibe la Asociación por esta inversión.

—Y a pesar de que los artículos de primera necesidad han subido de precio ¿Se podrá mantener el menú de 63 ptas., por más tiempo?

—No, me temo que no podamos mantenerlo. Hasta ahora lo que hemos hecho, ha sido que, debido a la crisis que estamos pasando, de la cual más afectados que las empresas han sido, y son, nuestros trabajadores, de la amortización del inmovilizado a percibir por ASIMA, se ha descontado aquella cantidad que podía ser el incremento en el precio del menú y que por lo tanto ha quedado para beneficio de la explotación con el fin de no subir los precios que estamos manteniendo desde su inauguración.

FUTURAS PREVISIONES

—¿Qué previsiones se tienen planificadas para un futuro más o menos a largo plazo?

—Son muchas y muy variadas, pero como quiera que estas previsiones se hacen conjuntamente en el seno de la Comisión Coordinadora y Ejecutiva, y



**"REPRESENTA UNA GRAN SATISFACCION
EL QUE LA ASOCIACION
PUEDA DAR TANTO SERVICIO
A SUS MIEMBROS"**

puesto que está próxima la celebración de la Asamblea General Anual, prevista para el mes que viene, permítame que me reserve dar más amplia información sobre este particular, para comunicarlo en la citada Asamblea.

PROBLEMA OBSESIONANTE

—Como Director General, ¿Cuál es el problema que más le ha obsesionado dentro la organización de ASIMA?

—Todos los problemas han sido importantes y

todos ellos, afrontándolos con mucha ilusión, me han ocupado mucho tiempo. Hay uno, sin embargo, que no se ha podido conseguir y que espero que se logre algún día: La calificación de "Polígono de descongestión" para los Polígonos de ASIMA, ya que con esta calificación hubiésemos tenido varios beneficios de tipo estatal y que tanto hubiesen influido en el desarrollo de nuestras empresas.

SATISFACCION

—¿Está satisfecho de su gestión en ASIMA?

—Por supuesto. Es difícil encontrar un grupo de hombre que de forma tan altruísta vivan los problemas de la Asociación, como son los componentes de la Comisión Coordinadora y Ejecutiva encabezada por su Presidente Sr. Albertí. Y es un placer por la confianza y el apoyo que siempre me han prestado de ser el ejecutivo de sus políticas.

Ya no queremos hacer más preguntas. Durante media hora el teléfono del Director General ha quedado bloqueado por nuestra culpa, y fuera, en el vestíbulo, hay algunas visitas que esperan despachar con el Sr. Gea.

AGRADECIMIENTO

—Perdone, las molestias que le hayamos ocasionado.

—No se preocupen por ello. Su visita me ha dado un motivo, que mucho agradezco, de poderme comunicar con los lectores de la revista. Espero que los miembros de ASIMA se sentirán orgullosos que haya divulgado estas noticias de la Asociación, las cuales tanto les honra, ya que todo se ha hecho y se seguirá haciendo contando, como siempre, con su estimable colaboración: Ellos son los promotores de estos éxitos. A ellos, y sólo a ellos, les pertenece la gloria de todo lo realizado.

Con mejores palabras no podíamos cerrar esta entrevista. Así, pues, punto final y que el lector, a quien pedimos disculpas por la extensión de la misma, saque sus consecuencias.

 **cristalería oliver, s.a.**

**ALMACENISTA INSTALADOR
DE VIDRIO PLANO**

CRISTALVER

Acristalamiento de Obras — Instalaciones Comerciales — Espejos — Puertas Securit y Clarit — Decorados
Vidrios de Color — Vidrieras Artísticas — Filón — Pavés — Baldosas de Vidrio Moldeado

**Domicilio Social y Oficinas: C/. Adrián Ferrán, 55 - 1º Telf. *27 12 94 - PALMA DE MALLORCA
SUCURSAL EN SOLLER: C/. José Antonio, 189. Telf. 63 08 38**

SERVICIOS que, a tr se prestan a sus asoci

ASESORAMIENTO Y GESTIONES



Uno de los más importantes servicios que ASIMA presta a sus Asociados es, sin duda alguna, su asesoramiento e información sobre la redacción y presentación de expedientes oficiales y las tramitaciones y gestiones que, con dicha documentación, se realizan en los Organismos Oficiales. Son de destacar las múltiples tramitaciones que la Asociación lleva a efecto en los distintos Organismos de nuestra ciudad, en especial, Ayuntamiento de Palma de Mallorca y en las Delegaciones Provinciales de Hacienda, Industria y Vivienda, así como en las oficinas de la Compañía Telefónica, Emaya y Gesa.

Es digno del mejor encomio el trabajo realizado durante el pasado año, en el cual, este servicio tramitó, en el Ayuntamiento de Palma de Mallorca, 2.075 expedientes relativos a licencias de obras, apertura de establecimientos, reparcelaciones y tramitación en general de los beneficios que aquel Ayuntamiento tiene concedidos para ASIMA.

En la Delegación de Hacienda se tramitaron 186 Declaraciones de altas individuales de Asociados así como la gestión para la concesión de los Beneficios generales concedidos a la Asociación.

En varios centenares se pueden calcular las gestiones realizadas en la Compañía Telefónica, Emaya, Industria, Gesa y Vivienda.



avés de ASIMA, ados



COMEDORES

Los comedores de ASIMA están ubicados en el Polígono "La Victoria" en la calle del Gremio de Toneleros.

Inaugurados el año pasado, hoy ya cuentan con su clientela tan numerosa como el de tener que servir mensualmente unos 3.000 almuerzos como mínimo, a 63 ptas. el cubierto, formado por dos platos, pan, vino y postre. Además del inmenso gentío que usa de los servicios del bar, sobre todo en los días laborales.

La instalación del teléfono 29-00-80 ha representado una gran mejora para aquellos comedores, así como la implantación de los servicios comunitarios para festejar bodas, primeras comuniones, bautizos y reuniones familiares del personal de las empresas de ASIMA.

CENTRO DE CALCULO

Una de las empresas concertadas con ASIMA para beneficiar al asociado, es "Seresco", un nuevo Centro de Cálculo, instalado en nuestra ciudad para la mecanización administrativa de sus empresas.

El asociado de ASIMA puede disfrutar de hasta un 30 por ciento de descuento, sobre tarifas normales, en la facturación total de aquellas empresas que utilicen este servicio siempre que dicha facturación alcance unos límites pre-establecidos.



EDICIONES Y PUBLICACIONES

Periodicamente se publica esta revista "Economía Balear" cuyos suscriptores natos son los asociados de ASIMA y los asociados de Servicios de Empresa, entre los cuales se distribuye, además de entre aquellas personas que la desean recibir en sus domicilios particulares. Se trata de una amena publicación cuyos temas de interés la han mantenido durante cinco años y medio entre las mejores publicaciones de Baleares.

Además de esta revista se edita cada dos años la "Guía-Directorio de ASIMA", la cual ya se ha hecho popular y de imprescindible uso entre los asociados de ASIMA por los múltiples datos que posee y la facilidad de su manejo.

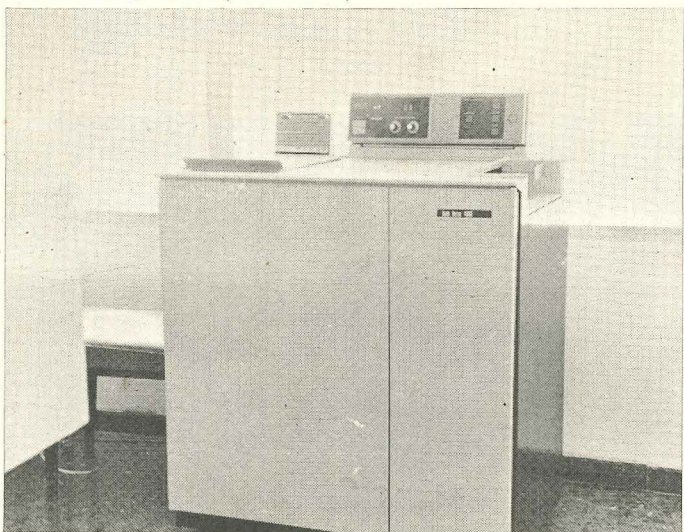


FORMACION PROFESIONAL

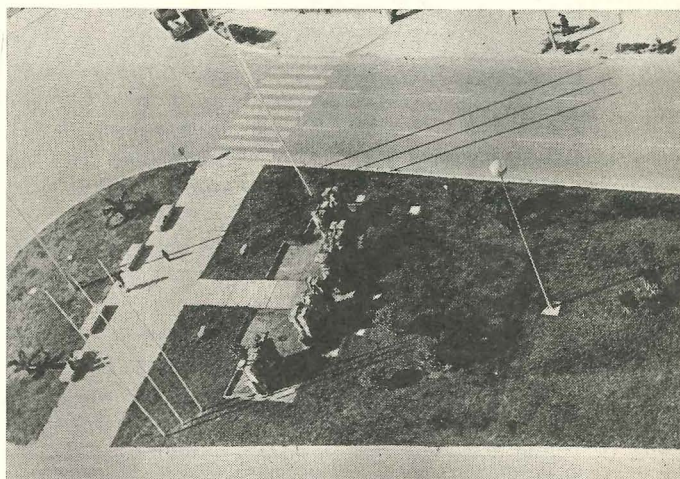
Para la más detallada información relativa a la formación profesional en ASIMA, rogamos al lector lea las interesantes declaraciones de doña Marilena Mestre de Colom, Asistente Social de dicha Asociación, que figuran en la página número 42 sobre el particular.

FOTOCOPIADORA

En las oficinas de ASIMA se dispone de una rápida y eficiente fotocopidora que es utilizada por muchísimos asociados para la realización de sus múltiples trabajos tanto de empresas como particulares.



JARDINERIA



Los 247.000 metros cuadrados, aproximadamente, de jardines y aceras, repartidos en los viales de los dos polígonos están atendidos por cuatro jardineros, dedicados exclusivamente a este cuidado, cuyos gastos son sufragados íntegramente por ASIMA.

Amplias Estaciones de Servicio que ASI-MA tiene instaladas, una en cada Polígono, para la aten-

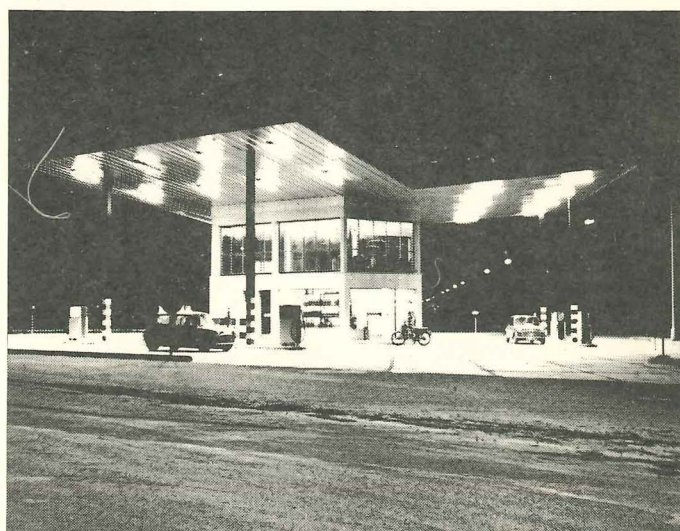
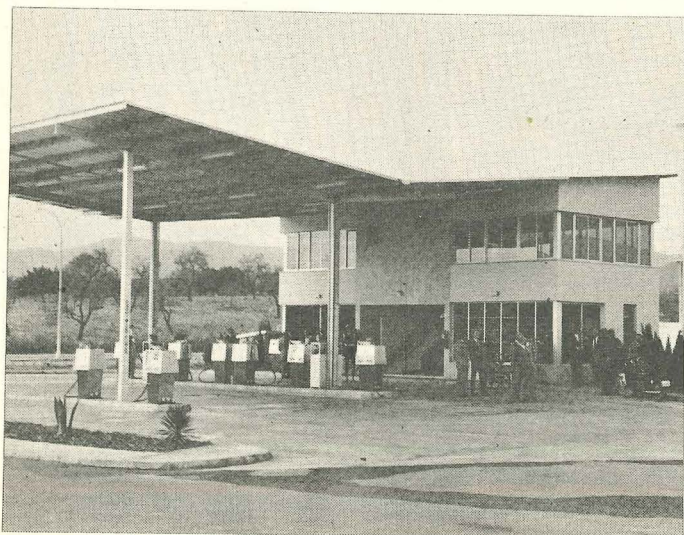
ción de sus Asociados y público en general.

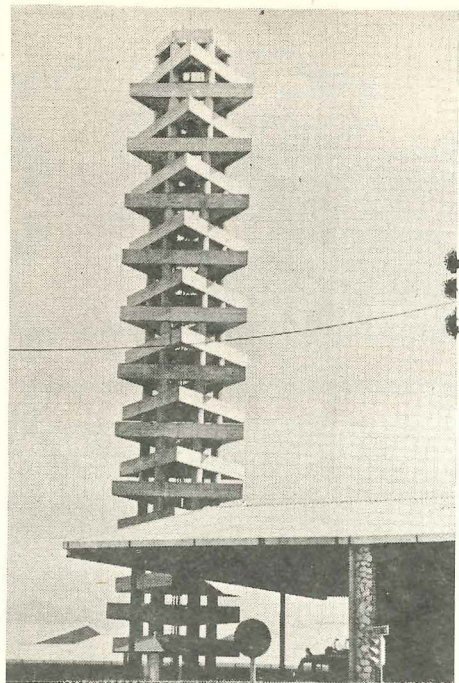
El incremento en el volumen de ventas

GASOLINERAS

de estas dos estaciones es altamente positivo, y sus beneficios, como todos los Asociados cono-

cen, van destinados, en su totalidad, a la financiación de los gastos generales de ASI-MA.





SEGUROS DE INCENDIOS

El Sindicato Nacional del Seguro concedió a los Asociados de ASIMA, una bonificación sobre los Seguros de Incendios, teniendo en cuenta la ubicación del nuevo Parque de Bomberos, en terrenos del Polígono "La Victoria", por cuyo motivo muchos de los Asociados interesados ya han acudido a su respectivas compañías aseguradoras para conocer el tanto por ciento de comisión que les corresponde.

SEGURO DE VIDA

Por una módica cuota trimestral o anual, como se prefiera, se obtienen unos beneficios que si en el momento angustioso de una muerte o de un accidente no solucionan los problemas económicos del instante, al menos los suavizan y los hacen más llevaderos.

En estos Seguros de Vida de ASIMA concertados con "La Equitativa" Fundación Rosillo, existen tres tipos de riesgos: Muerte Natural; muerte por accidente o invalidez permanente.

El heredero de un asegurado, fallecido por muerte natural, cobra igual cantidad que la prima asegurada. Esta puede oscilar entre las 100.000 ptas. a 1.000.000 ptas.

Si la muerte ha sido producida por accidente, se duplica la cantidad del capital asegurado. Por ejemplo si la prima era de 200.000 ptas., el heredero cobraría 400.000 ptas.

En caso de invalidez permanente se percibe, por una sola vez, igual cantidad que la prima asegurada.

Las empresas asociadas de ASIMA que tienen en la actualidad concertado sus Seguros Colectivo de Vida, a través de "La Equitativa" Fundación Rosillo, son las siguientes:

JUAN FRAU, S.A.
FRAUSA II
BORDADOS MALLORCA
INDUSTRIAS BUJOSA SASTRE
JUAN JAUME GARAU
LLOMPART TOMAS
CASA HERNANDEZ
HOTELES MALLORQUINES
METALIFERA BALEAR

MALLORCA DOCKS, S.A.
TOMAS DARDER HEVIA
TEJIDOS SOLER
INDUSTRIAL TEXTIL MEDITERRANEA
ADROVER, S.A.
CASA PLANAS
DEPUR-CLOR
VICENTE BONNIN VALLS

ASIMA
FAMSA
MATISA
AUXAM
INDUS. MALLORQUINAS ALIMENTACION
RELACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES
BALTAO, S.A.
SOLDADURAS INDUSTRIALES
SANCHEZ & CIA.
ANTONIO BORRAS SABATER
COOPERATIVA BALEAR DE DETALLISTAS
ANDRES NEGRE, S.A.
CURTIDOS GUILLERMO POL
FERRER
AUTOMOCION BALEAR
JOSE FERRER ROIG
TRANSPORTE JUAN BELTRAN
FERRER
ANTONIO MATEU MATEU
ALBERTI-PUJOL, S.A.
CAMIONES POL



El total de personas aseguradas asciende a unas 4.800 aproximadamente.

SELECCION DE PERSONAL

El estudiar, técnicamente, las cualidades que requiere un puesto de trabajo y buscar la persona más apta para desempeñarlo está a cargo de Instituto Balear de Psicología, Estudio General Luliano, además de encauzar, dentro de las empresas, las ansias de superación profesional y huma-



na de sus colaboradores y lograr un mayor nivel de rendimiento y satisfacción laboral.

Para la selección y promoción de personal disfruta el asociado de ASIMA de un 20 por ciento de descuento, sobre precio de tarifa, aproximadamente.

ASIMA en conjunción con el Instituto Balear de Psicología pone en manos del jefe de personal las técnicas necesarias para una más eficaz gestión humana.

Algunas empresas que han utilizado estos servicios de selección y promoción de personal, son las siguientes:

ALMACENES SALVAT
CADIE BALEARES
CARPINTERIA AZCONA
CARTON TRIAS
CASA CABOT
CASASNOVAS Y ROCA
CORBERO, S.A.

DIELECTRO BALEAR
DISTRIBUCIONES GAYA
ESTRUCTURAS ADROVER
FRAUSA
GIL PITARCH
HEINZE DE ESPAÑA
I.H.H.

INDUSTRIAL PAMOMA
INSTALADORA BUADES
INSTALACIONES FONCI
MUEBLES JUNCOSA
LLOMPART TOMAS, S.A.
MERISLA, S.L.
SERMAN BALEAR, S.A.
SOMIERS SALOM
TALLERES DARDER, S.A.

TELEX

Servicio de correspondencia telegráfica que en la actualidad usan con bastante frecuencia las siguientes empresas:

MERISLA
MONTANER, S.A.
INSTALADORA BUADES

MATIAS GOMILA
CAMPOFRIO
IBEDE
ROSAS DE MALLORCA
CREACIONES DEYA
CALIZAS MALLORCA
ACKTO, S.A.
SILICUA, S.A.

Otras muchas empresas de ASIMA usan, en forma esporádica este Telex, por cuyo motivo la relación sería interminable.



VIGILANCIA



Para la vigilancia y el buen orden de los dos Polígonos de ASIMA, esta Asociación cuenta con dos Policías Municipales del Ayuntamiento de Palma y dos vigilantes nocturnos, figurando, estos dos últimos, con cargo íntegro, en el presupuesto general de la Asociación.



Y SUS BENEFICIOS...

... DEL AYUNTAMIENTO DE PALMA DE MALLORCA

El Ayuntamiento de Palma de Mallorca accedió a la solicitud de ASIMA interesando que a efectos de la no sujeción de las primeras transmisiones al arbitrio municipal de plus-valía de los solares pertenecientes o integrados en el Polígono Industrial "La Victoria" se entienda como primera transmisión, la que efectue el titular adjudicatario de parcela o parcelas en el proyecto de reparcelación a favor de tercero.

Se recuerda que el Polígono Industrial "La Victoria" fue creado mediante la constitución de una Junta de Compensación en la que quedaron integrados todos los propietarios de terrenos adscritos al Polígono.

Ejecutada la urbanización los solares fueron adjudicados a los componentes de la citada Junta de Compensación, a saber: ASIMA, don José Roses, doña Josefa Cirera Prim, don Salvador España y Hermanos Bibiloni Socías.

La exención municipal de Plus-Valía se refiere, por tanto, a todas aquellas transmisiones que los citados constituyentes de la Junta de Compensación otorgue a favor de terceros adquirentes de solares.

Otro beneficio fiscal que el Ayuntamiento de Palma tiene concedido para los asociados de ASIMA es la Tasa sobre Licencia para Construcciones y Obras.

Otro beneficio el de la Tasa sobre Licencia de Apertura de Establecimientos, cuando se trate de la apertura y primer destino de los nuevos edificios.

Otro beneficio el de la Tasa por Servicios de Alcantarillado, incluso la vigilancia especial de alcantarillas particulares.

Y otros muchos beneficios de menor importancia que los descritos anteriormente y cuya relación obra en poder de todos los Asociados.

... DEL MINISTERIO DE HACIENDA

Concesión del beneficio del 80 por ciento sobre las bases imponibles de las edificaciones realizadas en los terrenos de los Polígonos Industriales, durante 10 años, contados desde la fecha de terminación de obras.

ES MUY HUMANO ESTIMULAR EL DESARROLLO COORDINADO DE APTITUDES MENTALES Y HABILIDADES MANUALES.

HAY QUE LOGRAR UNA FORMACION PARA EL TRABAJADOR QUE LE RESPONSABILICE ANTE SI MISMO Y ANTE LOS DEMAS, DE SU PROFESION.

DE LAS 60 BECAS SOLICITADAS SE CONSIGUIERON 49.

CUANDO SE CONSIGUEN BUENOS RESULTADOS, LA PESADA CARGA DEL TRABAJO SE HACE MAS LLEVADERA Y FELIZ.

EL "SECRETO" DE DOÑA MARILENA MESTRE DE COLOM, ASISTENTE SOCIAL DE ASIMA.

«Siempre
que ASIMA
ha organizado
algún curso
se han
obtenido
grandes éxitos»



—Primera parte: ¿Qué se ha realizado en ASIMA cara a la formación de los trabajadores?

—En colaboración con el P.P.O. del Ministerio de Trabajo se organizaron dos cursos para encargados de obras, con un total de 16 alumnos pertenecientes a 4 empresas de ASIMA. A nivel de experiencia se realizó con 28 alumnos dos cursos para la obtención del Certificado de Estudios con la aquiescencia de la Delegación Provincial de Educación y Ciencia. Y mientras se realizaban estos cursos no se dejaban de tramitar unas 60 documentaciones para conseguir becas de estudios a través de la Caja de Ahorros para la Vejez y Monte de Piedad, de las que se consiguieron en un 85 por ciento.

—Ya es trabajar.

—Cuando se elabora y se consiguen buenos resultados la pesada carga del trabajo se hace más llevadera y feliz.

—Segunda parte: En la actualidad ¿Cuáles son los desvelos dentro tu Departamento?

—Visto los éxitos obtenidos en los cursos citados ya se ha ido pensando en la ampliación de los mismos formalizando cierta autorización con Educación y Ciencia, tramitando el expediente de inscripción de ASIMA como centro P.P.T. (Promoción Profesional para Trabajadores) y solicitando el correspondiente permiso del Ministerio de Trabajo para la realización de nuevos cursos.

—Hablaste del P.P.T. ¿Cuáles son las características de estos cursos?

—Muy importantes. Se eligen los pro-

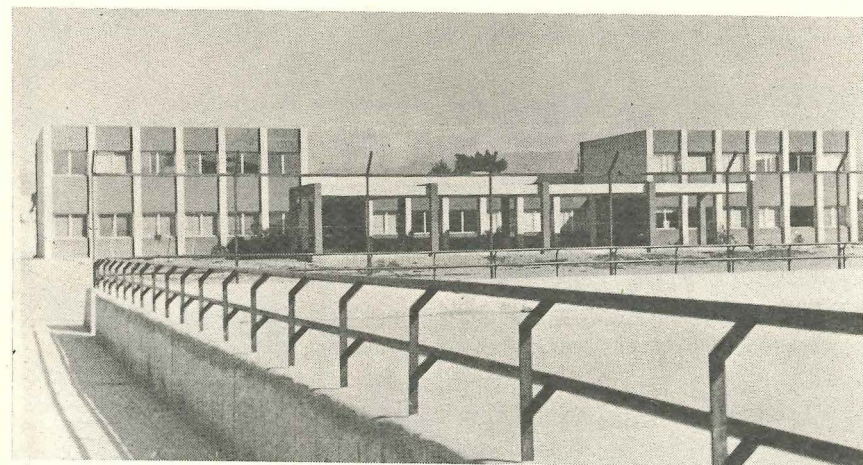
ante sí mismo, y ante los demás, de su profesión. Es muy humano estimular el desarrollo coordinado de aptitudes mentales y habilidades manuales utilizando adecuadamente los recursos que la sociedad le ofrece para orientar a los obreros en el descubrimiento de sus aptitudes y el conocimiento de los distintos métodos y sistemas para que puedan llegar a ellos.

—Caramba que parrafada.

—Y aún no he dicho todo lo que decir hubiera querido.

—Para una mejor y más clara exposición de nuestra charla. ¿Porqué no la dividimos en tres partes?

—Conforme.



Escuela Nacional de S'Indioteria dirigida por don Juan Guardiola, en donde se imparten los cursos nocturnos de Certificado de Estudios y Graduado Escolar a los productores de ASIMA.

Hablar con doña Marilena Mestre de Colom es un placer por la gran simpatía que irradia de su carácter. Y lo curioso y maravilloso, al mismo tiempo, es que iniciado el diálogo se transforma rápidamente, por arte de magia, en monólogo. Habla ella sola, con grandes parrafadas, contándonos, entusiasmada, las "cosas" que hace por ASIMA y las "cosas" que ASIMA realiza con su colaboración.

—Hemos sabido que tu te encargas de la "formación" dentro ASIMA.

—Como Asistente Social debo velar para comprender, valorar y estimular el trabajo en su dimensión humana y social, a fin de lograr una formación para el trabajador que le responsabilice

SE ESTA TRAMITANDO EL EXPEDIENTE DE INSCRIPCION DE "ASIMA" COMO CENTRO P.P.T.

EN LA ACTUALIDAD SE REALIZA UN CURSO DEL P.P.O. PARA MANDOS INTERMEDIOS, Y CURSOS NOCTURNOS PARA LA OBTENCION DEL CERTIFICADO DE ESTUDIOS Y GRADUADO ESCOLAR.

EN UN FUTURO MUY CERCANO SE PONDRAN EN MARCHA LAS GUARDERIAS LABORALES.



Clausura del I Curso del P.P.O. dedicado a Encargados de Obras Urbanas.

fesores con autonomía por el centro colaborador, el cual, además de esta independencia, recibe una subvención para profesores, alumnos y adquisición de material didáctico. El programa puede adaptarse a las necesidades de la mayoría del grupo, cuyo número para que sea provechoso, no debe ser mayor de 10 a 12 alumnos. Y otra ventaja de estos cursos sobre los conocidos P.P.O., es que no tan sólo ASIMA los puede organizar si no que también cualquier empresa asociada a esa entidad los puede desarrollar siempre que los crea convenientes.

—¿Qué más se hace en la actualidad?

—Un curso del P.P.O. para Mandos Intermedios, dentro la rama comercial, con once alumnos que representan a nueve empresas asociadas.

—Y última parte de nuestra charla ¿Qué realizaciones están previstas para el futuro?

—Montar los cursos de formación profesional para: Carpinteros, fontaneros, encargados de obras urbanas, para instalaciones industriales, mecánicos para la reparación de automóviles, auxiliares administrativos y un curso de idioma, y además, posiblemente, unos cursillos intensivos de verano. Todo ello dentro las ramas de la industria y de la administración. Se piensa así mismo con una escuela permanente para la formación cultural.

—Y para el desarrollo de estos cursos. ¿Con qué locales se cuenta?

—En principio se habilitaron las aulas situadas frente al IBEDE, para los cursos del P.P.O.. No obstante, al ser éstas insuficientes, ya se cuenta con las aulas de la Escuela Nacional de S'Indioteria, en donde se imparten los cursos nocturnos para la obtención del Certificado de

Estudios y los relacionados con el título de Graduado Escolar.

—¿Qué hay sobre la puesta en marcha de unas guarderías laborales?

—Existen ya unos muy avanzados trabajos que harán realidad poder contar en un futuro muy cercano con unos locales destinados expresamente a guardar a los hijos de los trabajadores que prestan sus servicios en los Polígonos y de aquellos que asistan a las clases nocturnas, durante sus horas de trabajo.

—¿Se dispone de local?

—Se tiene ya el solar previsto cerca de los actuales Comedores de ASIMA, y muy pronto se contará con unas dependencias capaces para 70 niños cuyas edades estén comprendidas entre la pre-escolar y la maternal, cuidados, todos ellos por personal especializado. Se han realizado varias encuestas sobre el particular y todas ellas han dado como resultado el éxito por anticipado.

—¿Y su opinión personal?

—Qué será lo que ASIMA quiera que sea. Con apoyo, buena colaboración y especial cuidado se pueden obtener buenos resultados. Hasta la fecha siempre que ASIMA ha organizado algún que otro curso se ha obtenido grandes éxitos. Esperemos que en lo sucesivo se continúe en esta línea de amable colaboración.

—Sin embargo, Marilena, tu debes tener algún secreto para poderte dedicar a estos quehaceres sin descuidar los propios de tu casa, esposo e hijos. ¿Me lo puedes revelar?

—Si te lo dijera dejaría de ser mi secreto. Con buena voluntad y deseos de trabajar no hay secreto que se resista.

—Este, pues, debe ser el secreto de Marilena.



GRAFICAS BAUZA

Gremio Zapateros — Manzana XVI - Teléfono 25 26 28

Poligono La Victoria — Palma de Mallorca

Impresión en serigrafía sobre cualquier tipo de soporte plano

CARTELERIA :: AUTOADHESIVOS ■ CAMISETAS

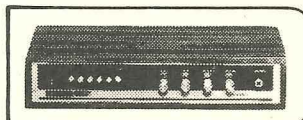
PANCARTAS ■ CALCOMANIAS ■ TEXTILES

LUMINOSOS ■ BANDERINES ■ PLASTICOS

TECNICA, EXPERIENCIA, CALIDAD



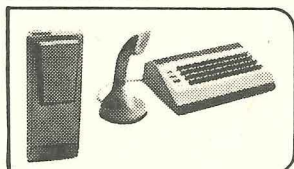
LA SOLUCION A SU PROBLEMA DE;



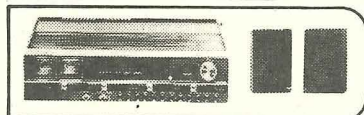
hilo musical



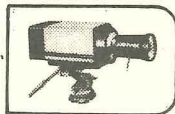
telefonía de viviendas



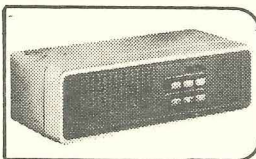
equipos buscapersonas



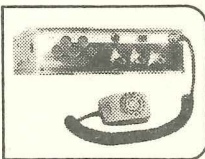
megafonía y sonorización



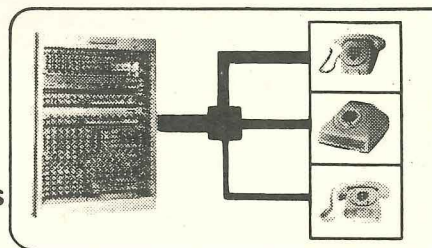
televisión en circuito cerrado



sistemas de alarma



radiotéfonos



redes telefónicas



intercomunicadores

telefonía automática interior



sonorización e iluminación discotecas



control horario

SOLICITE MAS INFORMACION EN:



detesa

departamento de telecomunicaciones s.a.

MIGUEL MARQUES, 10-12 Tel. 2145 00-09 PALMA

EMPRESA HOMOLOGADA POR LA COMPAÑIA TELEFONICA NACIONAL DE ESPAÑA
INSTALADOR OFICIAL DE COMERCIAL DE SERVICIOS ELECTRONICOS S.A. (COSESA)

NOTICIARIO



SEAN BIENVENIDOS

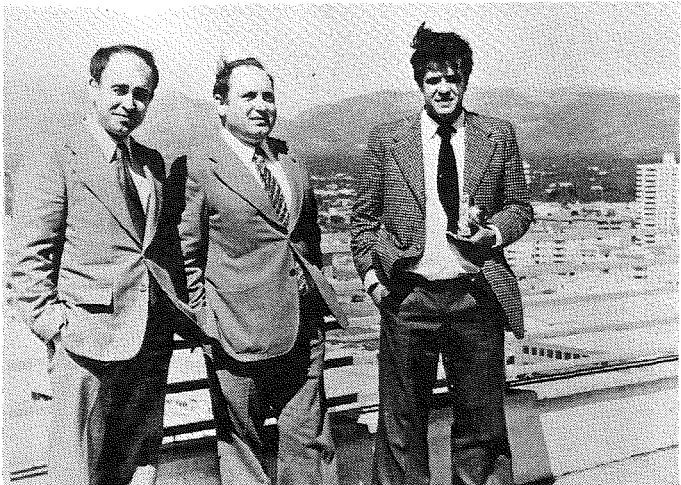
De los visitantes ilustres que últimamente han girado visita a los Polígonos de ASIMA, destacamos la realizada, el día 27 de Marzo, por don José Luis Espinosa de la Garza, Consejero-



Director General de COSESA (Comercial de Servicios Electrónicos, S.A.) acompañado por don Bartolomé Gomila, Delegado en Baleares de dicha firma.

Durante su visita fueron atendidos por el Presidente de ASIMA y su Director General, señores Albertí y Gea, respectivamente.

El día 24 de Marzo, ASIMA recibió la grata visita de unos buenos amigos. Se trata de los señores Ingenieros de Caminos



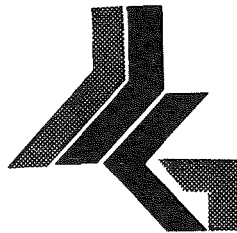
don Luis Ramallal Molina y don Alvaro Landeira Fariña, ambos del servicio técnico del Polígono Comercial de Mayoris-

tas de La Coruña (POCOMACO) deseosos de conocer los servicios de los Polígonos "La Victoria" y "La Paz" así como las principales características de ASIMA.

Días después, el 3 de Abril más concretamente, también se desplazó a Mallorca el Asesor Jurídico, de aquel citado polígono de La Coruña, D. Salvador Sanz, a fin de visitar las instalaciones de los Polígonos de ASIMA.

A todos ellos les atendió don Juan Gea, Director General de esta Asociación.

A todos estos ilustres visitantes que han girado visita a los polígonos de ASIMA les deseamos que su estancia en Mallorca les haya sido muy grata.



XXV ANIVERSARIO DE LA FUNDACION DE LA CARPINTERIA DE JUAN JAUME GARAU

En el pasado mes de Marzo se festejó el 25 aniversario de la Carpintería Juan Jaume Garau, ubicada en el Polígono "La Victoria" sobre una superficie de doce mil metros cuadrados.

Para celebrar tal efemérides se reunieron a manteles en



Don Juan Jaume Garau, en la cena de compañerismo, dirigiendo su palabra a los reunidos.

una cena de compañerismo todo el personal encuadrado en la citada industria, cuya mesa estuvo presidida por el Sr. Jaume Garau y su hijo don Jaime.

Don Juan Jaume Garau fundador de esta industria mallorquina ha dedicado gran parte de su vida a la profesión del

Ramo de la Madera comenzando sus actividades con un pequeño taller en la calle Antonio Ribas de Palma, durante la década de los años cincuenta. Posteriormente, y siguiendo el engrandecimiento de su empresa, fue ampliando sus actividades, trasladándose a la calle General Ricardo Ortega en donde permaneció hasta 1973, en que entró en funcionamiento esta nueva industria ubicada en el Polígono mayor de ASIMA.



Don Francisco Martorell recibe de don Juan Jaume e hijo la bandeja conmemorativa.

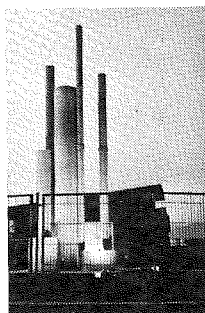
siendo hoy una de las mejores de nuestra provincia dedicada a la carpintería y elementos de decoración.

Esta industria que posee unas modélicas instalaciones, cuenta con una plantilla de ochenta productores y una compleja maquinaria que la sitúan a un nivel internacional de primera línea.

En la cena que festejaron el citado aniversario, pronunció unas palabras de salutación y agradecimiento el Sr. Jaume, tras las cuales hizo entrega de una placa conmemorativa a don Francisco Martorell Juan que desde los comienzos de la citada empresa ha prestado, con total dedicación y entrega, sus servicios a la misma.

En su parlamento el Sr. Jaume puso de relieve que "una empresa vale lo que valen los hombres que la forman" para concretar y agradecer la colaboración de todos. Igualmente el Sr. Martorell agradeció el obsequio que se le entregaba significando que lo compartía, simbólicamente, con todos sus compañeros.

Felicitemos al Sr. Jaume e hijo por los éxitos alcanzados durante estos 25 años, deseándoles una larga y fructífera vida empresarial.



"URALITA" EN EL POLIGONO LA VICTORIA

Recogemos, en esta foto, el testimonio gráfico del "monumento" que, a la construcción, ha erigido "Uralita" en sus nuevas instalaciones ubicadas en el Polígono "La Victoria", construido con materiales propios de la citada firma.

Felicitemos esta iniciativa.

ASAMBLEA GENERAL

Día 6 de Mayo de 1975, a las 18 horas, en primera convocatoria, y a las 19 h. en segunda, se celebrará en los locales de ASIMA, sitos en la Avda. Asima, n.º 2, Polígono "La Victoria", la correspondiente Asamblea General Anual de dicha Asociación.



En el próximo número de esta revista, "Economía Balear", además de las habituales secciones de finanzas, marketing y turismo, se presentarán varios aspectos de la problemática balear relativa a la piel, ante y cuero.

Reserve su ejemplar en Gran Vía Asima, n.º 2, Polígono "La Victoria", teléfono: 290600 Palma de Mallorca.

ALMACENES

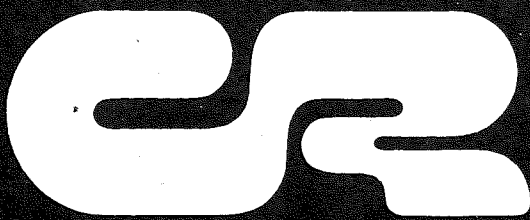
S&C SANCHEZ & Cía.

«su almacén»

CADA SEMANA UNA OFERTA ESPECIAL PARA USTED

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

CASASNOVAS & ROCA REPRESENTACIONES Y EXCLUSIVAS



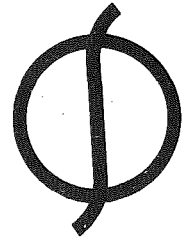
CULLIGAN ESPAÑOLA, S.A./ Tratamientos de aguas.
 HIDROL IMPERMEABILIZANTES, S.A./ Telas, Aditivos, Masillas.
 SADECA, S.A./ Calderas para agua y vapor.
 HADASA/ Iluminación.
 KLIMAT, S.A./ Enfriadoras y Compactos.
 CEMENT MARKETING ESPAÑOLA, S.A./ Revestimientos de exteriores.
 COMPAÑIA ATLANTICA DE TRANSACCIONES, S.A./ Sellantes.
 RUNTAL, S.A./ Radiadores.
 TALLERES EUPO S.A./ Difusores de aire.
 TERRAIN, S.A./ Tuberías y Desagües P.V.C.
 YANURA, S.A./ Torres e intercambiadores de calor.
 GUARDIAN IBERICA, S.A./ Detección y extinción de incendios.
 METALES PERFORADOS, /Nervo Metal.

San Felio, 25 (entrando a la izquierda) Tels. 210247 * 221926 / Palma de Mallorca

Automoción Balear, S. A.



CONCESIONARIOS DE COMERCIAL *Pegare* S. A.



Calle Gremio Carpinteros, 35 - Polígono de la Victoria

Teléfonos 25 53 43 - 44 - 45

PALMA DE MALLORCA

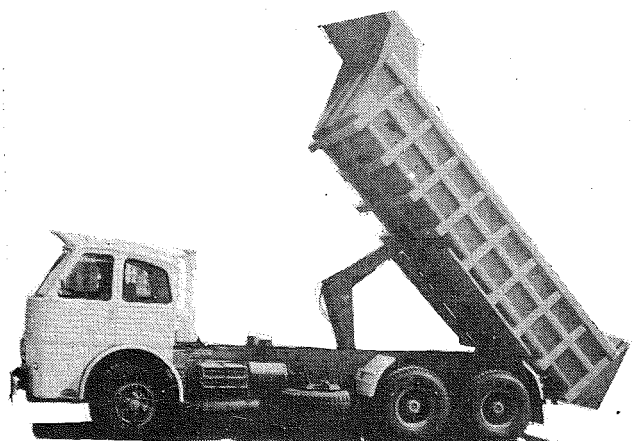
El rentable J-4 de SAVA:

Un vehículo de transporte
con las ventajas de un turismo

MICROBUS.- 8 plazas + conductor.

3060-L

El camión
indicado para
obras y
construcciones



La casa en primavera



Vestir el hogar no es tarea fácil. Exige buen gusto, dedicación, conocimiento de las posibilidades de cada habitación.

"Galerías" puede resolverle los muchos problemas que usted se plantea a la hora de pensar en

- LA HABITACION DE LOS JOVENES
- LA COCINA Y EL OFFICE
- EL SALON COMEDOR
- LA TERRAZA
- EL CUARTO DE BAÑO

Recuerde que el HOGAR es una de nuestras grandes especialidades.

SERVICIO DE VENTA A PLAZOS

**Galerías
Preciados**