

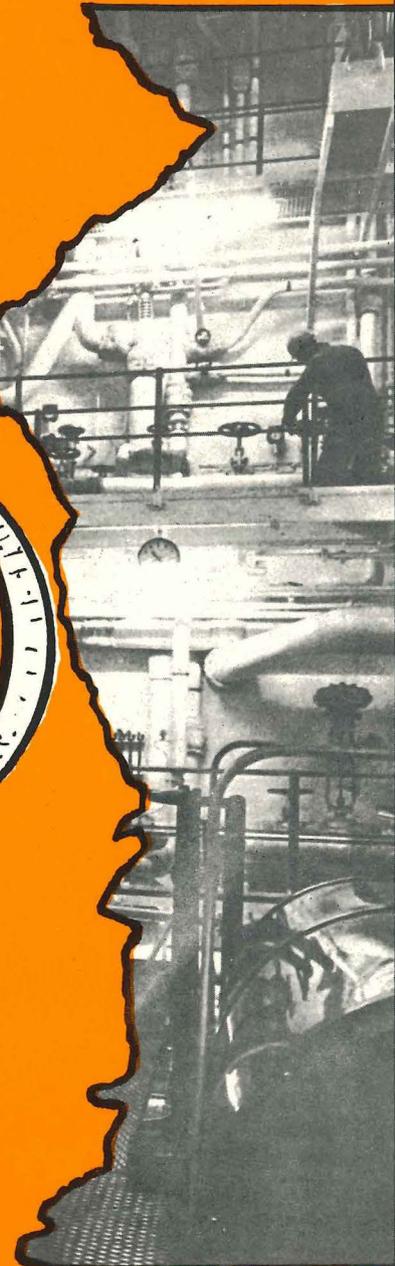
economía balear

PRIMERA PUBLICACION BALEAR DE ECONOMIA / MARKETING Y FINANZAS

EL ARTE DE PREDISPONERSE AL CREDITO



RELACIONES



eb / núm. 8

Carta abierta a un empresario desconocido

Precio: 10 Ptas.

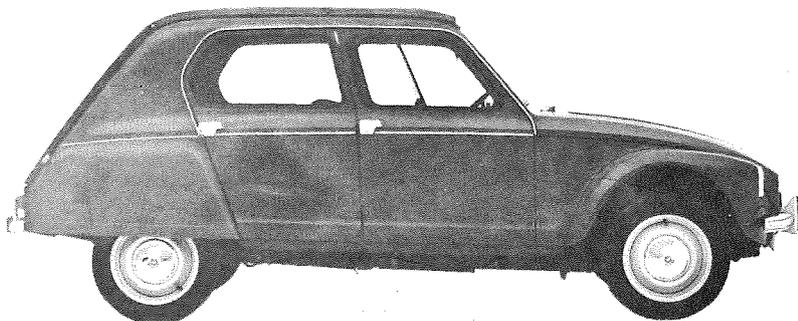
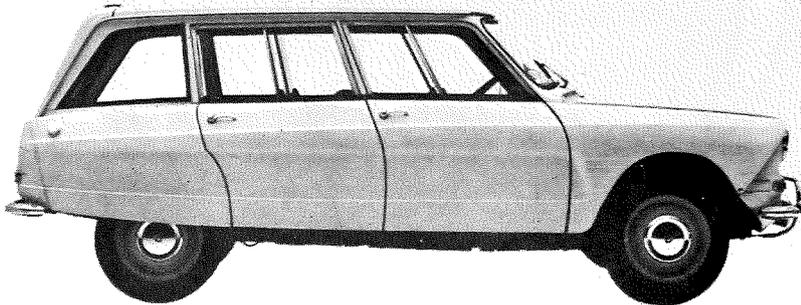
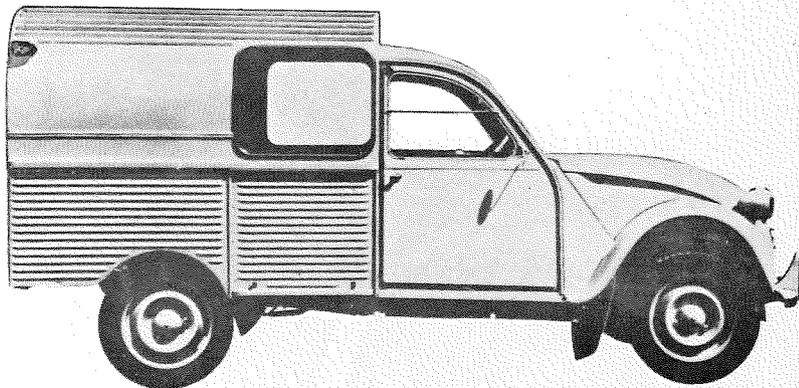
BIBILONI, S.A.

Aragón, 26 · Telef. 2173 05 · PALMA

CITROËN



**CONCESIONARIO
EXCLUSIVO**



Estructuras metálicas

ADROVER, S. A.

**EN LA VANGUARDIA
DE LA
CONSTRUCCION**



REALMO
(LLUCMAJOR)

economía balear

Primera publicación balear de Economía, Marketing y Finanzas.

C/. MORA, 9. 2.º-2.º

APARTADO DE CORREOS: 945.

TELF. 22 38 23. PALMA DE MALLORCA.

DIRECTOR: D. JAVIER MACIAS RODRIGUEZ.

GERENTE: D. ANTONIO F. CIRAC.

REDACTOR JEFE: D. JOSE RIBAS PALOU.

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

TIRADA: 6.000 EJEMPLARES.

PERIODICIDAD: MENSUAL.

SUSCRIPCION: 120 PTAS. 12 NUMEROS.

IMPRESO EN OFFSET: TRAMA PRINTING.

C/. TEMPLE, 14. TELF.: 22 29 54.

FOTOGRAFO: LORENZO FRAU.

DIBUJANTE: MANOLO GARCIA.

COMPOSICION MECANICA: LINOPIAS ANDRES FERRER.

FOTOS ARCHIVO: POR GENTILEZA DE «DIARIO DE MALLORCA»

FECHA: MAYO 1970.

NUMERO: 8

DEPOSITO LEGAL PM 1839-1969.

«ECONOMIA BALEAR» reserva sus colaboraciones a las primeras firmas en cada especialidad tanto provinciales, nacionales e internacionales.

«ECONOMIA BALEAR» permite la reproducción total o parcial de cualquier artículo o documento gráfico, siempre que se mencione la procedencia y el nombre del autor.

sumario

	Pág.
EDITORIAL	
Los «imitadores» raramente triunfan	5
CARTAS AL DIRECTOR	7
TURISMO Y HOSTELERIA	
El turismo es peor porque hacemos la guerra por nuestra cuenta, por D. Gabriel Martínez García	8
FINANZAS	
Baleares en la actual coyuntura monetaria, D. Miguel Aleñar	12
AGRICULTURA Y GANADERIA	
Baleares debe tender hacia una ganadería progresiva para ser de veras rentable, por Gabriel Delafont	14
Informe de la OCDE sobre la agricultura en España	16
PROSPECTIVA	
Mallorca ante la década de los 70, por D. Bartolomé Suau	17
CONFIDENCIAL	19
LA DESCENTRALIZACION: UNA CUESTION PREVIA PARA LA MEJORA DE LA ADMINISTRACION LOCAL , por Juan Ant. Moll HOMBRES	20
Jan Tinbergen, partidario de las economías mixtas, por D. Antonio Colom	22
8.º CARTA ABIERTA A UN EMPRESARO DESCONOCIDO	
El arte de predisponerse al crédito, por D. Javier Macías	24
PRECIOS, PRECIOS, PRECIOS	26
EL BANCO ATLANTICO Y SU CONTRIBUCION AL DESARROLLO	27
SEÑALES DE ALERTA	28
NOTICIAS DE A.S.I.M.A.	29
QUIERE VD. EXPORTAR	33
DAMERO ECONOMICO	34
TURISMO	
Hablemos de monocultivos, por D. Rafael Alcover	35
PAGINA RECORTABLE	37
CONSTANTES DEL DESTINO , por S. I. G.	38
LA TV EN CASSETTE , por Harry M. Cuehn	40
SUS BASURAS: futuro alcohol	42
CAPITANES DE EMPRESA	
D. Miguel Frau Amengual	43
MARKETING	
El embalaje, por D. Bartolomé Cardona	44
SONRIA Y PIENSE	46

EDITORIAL

LOS "IMITADORES" RARAMENTE TRIUNFAN

Entra dentro del pintoresquismo regional la facilidad que hay para que nazcan como setas productos, servicios o sistemas inmediatamente detrás de un producto, servicio o sistema que empieza a desenvolverse con cierto éxito.

Hay dos aspectos que se deben considerar a la hora de caer en la debilidad de «copiar» una iniciativa.

Primero, meditar si realmente hay campo para dos, es decir si merece la pena vivir la vida comercialmente, ya que se da la paradoja que compartir ciertos campos moviéndose a empujones de la iniciativa de los demás, además de no ser elegante, puede resultar no rentable.

El otro aspecto a considerar y que merece tanta atención como el anterior es que el que sale primero en cualquier producto, servicio o sistema, tendría que estar ciego y sordo para que además de no prepararse concienzudamente, se abandonase y no tratara de defenderse.

No será cándido ni magnánimo, y habiéndosele declarado la guerra recurrirá enérgicamente con todos los medios a su alcance para cerrar el paso al invasor. »

En esta lucha el producto, servicio o sistema imitador lleva las de perder. Es el combate de la mosca que pretende aplastar al buey. Nunca logrará molestarle seriamente pero en cambio, arrostrará los mayores peligros en todo momento, incluso el de recibir un golpe con la cola que le haga caer atontada.



BANCO DE CREDITO BALEAR

Fundado en 1872

CASA CENTRAL

PALMA DE MALLORCA GENERAL GODED 67 Y 69

Dirección Telegráfica: CREDILEAR

Télex: 68571 BCBPM E

Teléfonos: Oficinas *225 300

Dirección General 212 159

Presidencia 210 209

AGENCIAS URBANAS

TELEFONOS

ARAGON	Aragón, 67	227 049
EL ARENAL	Amilcar, 12	260 907 • 210 042
JAIME III	Jaime III, 149-151	215 748 • 210 103
SAN MIGUEL	San Miguel, 210	211 713 • 223 348
SINDICATO	Sindicato, 203	223 741 • 212 579

SUCURSALES

ANDRAITX	Plaza Pou, 6	3
CALVIA-PAGUERA	Carr. Andraitx, s/n.	230
CAMPOS	Santanyi, 8	248
CIUDADELA	J. M. Quadrado, 3	33
FELANITX	Hospicio, 11	17
IBIZA	Avda. España, 1	311 173 • 311 695
INCA	San Francisco, 8	68
LLUCHMAYOR	Ruiz de Alda, 6	2
MADRID	Recoletos, 21	225 57 77 • 225 58 07 • 276 39 75
MANACOR	Alejandro Rosselló, 15	15 • 903
PORRERAS	Fray Junipero Serra, 5	17
SAN ANTONIO ABAD	Dr. Fleming, s/n.	194 • 543
SANTA EULALIA DEL RIO	San Jaime, 14	110
SANTA MARGARITA	J. Monjo March, 21	205
SANTANYI	Plaza Mayor, 28	49
SOLLER	Plaza Antonio Maura, 1	6 • 549
SON SERVERA	Plaza San Juan, 1	103
TARRAGONA	Avda. Conde de Vallellano, 133	203 544 • 207 041

OFICINAS DE CAMBIO DE DIVISAS

AEROPUERTO DE PALMA DE MALLORCA	261 222
AEROPUERTO DE IBIZA	

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

cartas al director

MALLORCA

Muy Sr. nuestro:

Durante mi última conferencia en Mallorca hablé de este descenso del turismo. No en cantidad ni en calidad, pero en precio y en rentabilidad.

Dije que todas las agencias se extrañaban por los precios conseguidos, pero insistían todavía para conseguir precios más bajos... dado que los obtenían.

Gabriel Martínez García tiene razón al utilizar la palabra desprestigio, porque en el mundo entero Mallorca es ahora sinónimo de turismo baratísimo.

Si examinamos el producto MALLORCA, ¿qué podemos decir?

Mallorca tiene belleza y hasta George Sand que no tuvo el confort actual, dijo que no hay nada más encantador. Mallorca ha sido la isla de la calma. Sus paisajes, sus playas, sus montes, sus olivares, su sol, su clima, todo vale mucho y el conjunto vale aún más.

¿Por qué vender tan barato un producto tan rico?

Porque no se vende, Mallorca está comprada. Esta tierra que tendría que ser Eldorado, por falta de una verdadera política de marketing será pronto un LUNA PARK, un CONEY ISLAND, un TIBIDABO de segunda categoría.

No se debe imputar la culpa al Gobierno ni a las autoridades. Si los Mallorquines quieren valorar Mallorca, tienen bastante riqueza en el suelo, el cielo y el aire para hacerlo, a condición de unirse. Si no quieren unirse, tienen perfecto derecho a cobrar 100 lo que vale 200. Como hombre de marketing, de gestión, me molesta ver malgastar riqueza y energía.

Lo sé y lo veo en mi profesión. El Mallorquín intenta siempre pagar 80 lo que va-

le 100 y por eso acepta que los demás hagan lo mismo con él. Es un error garrafal; nunca se puede dar por 80 lo que vale 100 a menos de rebajar igualmente algo, en la misma proporción, en el producto entregado.

Este error ha costado ahora miles de millones, costará todavía más si no se cambia esta mentalidad. Por eso mejor empezar pronto la evolución. Pero hay que desearlo.

Le saludo muy atentamente.

Jean Bertin

BASURAS

Muy Sr. mío:

Convencido de que «Economía Balear» se está convirtiendo en un eficaz altavoz de los problemas que nuestra isla tiene planteados, quiero rogarle que, mediante esta misiva, dé publicidad a un hecho que está desprestigiando, turística y cívicamente, el prestigio de Mallorca. Se trata del amontonamiento prodigado de basura y toda clase de desperdicios en casi todas las Urbanizaciones de la isla, incluso en las de más postín o más alejadas de centros urbanos. Resulta, en verdad, un espectáculo deprimente. Sabemos de más de un súbido extranjero que, decidido a comprarse o edificar un «chalet» en una Urbanización, se ha vuelto atrás a la vista de tanta cochambre amontonada, inconveniente incluso desde el punto de vista sanitario. Quisiéramos que estas líneas sonaran como un aldabonazo en la preocupación de las autoridades municipales y también en la conciencia de quienes, con su falta de civismo, tanto perjudican el buen nombre de nuestra Mallorca.

Muchas gracias, Sr. Director, por la publicación de esta misiva. — T. S. B.

FELICITACION

Sr. Director:

Sigo con verdadero interés la serie de artículos que sobre nuestra Hostelería vienen Vds. publicando con la firma de D. Gabriel Martínez García, y sinceramente les felicito. Hacia falta que se dijeran algunas cosas. Son trabajos documentados, serios, llenos de interés y que tocan algunos aspectos «tabús» de nuestra primera fuente de ingresos que es preciso cuidar. También mis amigos que los leen, se pronuncian en el mismo sentido elogioso. ECONOMIA BALEAR, es una Revista solvente, amena, pero sobre todo valiente y descomprometida, lo que no es poco en estos tiempos.

Bartolomé Riutord

OPINION

Muy Sr. mío:

Ya se que mi carta solamente expresa la opinión de un sector muy reducido de ECONOMIA BALEAR; sin embargo creo que le puede interesar.

Mucho me gusta la manera ascendente como poco a poco va mejorándose «nuestra» revista. Hay artículos sumamente interesantes que por uno solo de ellos ya vale la pena guardar el ejemplar.

Me ha gustado el artículo del Sr. Barceló sobre el tema del trabajo femenino; el del Sr. Costa sobre el futuro del calzado y el del Sr. Martínez relativo al turismo, si bien de este último tengo que decir que es algo «destructor».

Las secciones fijas como la que Vds. llaman «página recortable», son verdaderamente buenas.

Enhorabuena, Sr. Director, extensiva a todo su equipo que con tanta dedicación

cuida ECONOMIA BALEAR. Atentamente,
Juan E. Izquierdo

MULTAS

Muy señor mío:

Una de las mejoras más útiles para el ciudadano y menos costosa a la vez para nuestro Ayuntamiento sería la sustitución del anacrónico sistema vigente de cobro de multas por una nueva ordenación más ágil, más adecuada, más racional y más ajustada a las exigencias de nuestro tiempo.

El cumplimiento del deber ciudadano de satisfacción pecuniaria de una multa municipal exige en la actualidad del ciudadano sancionado el que éste se ausente de su trabajo y se desplace a una calle ni muy céntrica ni de muy fácil acceso, con la consiguiente pérdida de tiempo.

Muchos somos los que por exigencias de nuestra profesión ni podemos ausentarnos de nuestro trabajo entre las 9 y las 13 de la mañana, ni nuestras posibilidades nos permiten enviar a una tercera persona para que realice el pago por nosotros.

Por ello, en mi opinión, sería sumamente conveniente que el Ayuntamiento de Palma, en atención a intereses propios y de toda la ciudad, facilitara la posibilidad de pago de las multas, durante el período previo a la fase ejecutiva de la sanción, por medio de transferencia, giro o envío de talón nominativo. El sistema se halla implantado con algunas variantes en diversas ciudades de España. La necesidad de su adopción en Palma es a mi juicio manifiesta, por ello me he permitido enviarle la presente comunicación.

Muy agradecido, le saluda atentamente

José H. Achával

EL TURISMO QUE NOS
VISITA
ES CADA VEZ PEOR

... Y ES PEOR

PORQUE HACEMOS LA GUERRA POR NUESTRA CUENTA

LAS CAUSAS

a) Los Oligopolios.

La situación actual de la industria turística balear que hemos descrito en anteriores artículos de esta Revis-

ta reconoce como medio económico unas causas que son, para mí, las que vamos a estudiar ahora, las cuales desembocan en el cuadro general de

la ley de la oferta y la demanda, en el curioso binomio que se da en las Baleares de esta forma:

ESQUEMA DEL MERCADO TURISTICO BALEAR

DEMANDA

- A) AGENCIAS (menos de 14)
Proporción con la oferta: 1 %.
- B) SITUACION:
Cuasi-monopsonio.

Consecuencia:
Dictadura de precios.
Depósitos que encubren usuras.
Pésima calidad del turismo.

OFERTA

- A) ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS:
Más de 1.400.
- B) SITUACION:
Oligopolio sin coordinación.

Consecuencia:
Competencia despiadada, envilecimiento de precios, y desprestigio internacional.

En el cuadro anterior expreso el esquema que corresponde a Baleares de una demanda minúscula, enfrentada a una oferta caracterizada por la atomocidad que constituyen esos 1.400 establecimientos hoteleros, y en donde se dan de una manera acusada todas las características del «oligopolio sin coordinación» (1):

a) Guerra de precios entre los oligopolistas.

b) Oligopolio hipercompetitivo en el que empresas numerosas e INDEPENDIENTES que producen bienes ligeramente diferenciados, observan y practican una política de ventas agresiva.

Nótese que subrayo la palabra «independientes», porque aun dentro de la enorme concentración hotelera, insisto en lo acentuado de la atomocidad, ya que son escasísimas las «cadenas de hoteles» o agrupaciones de establecimientos hoteleros en una sola mano, lo que en términos generales agrava más aún el desequilibrio frente al poder del «cuasimonopsonio de las Agencias». La de las agencias de viaje extranjeras es una actividad, por el contrario, cohesionada y poderosa, y tal enfrentamiento en el área de la Economía explica casi por sí sola, o al menos como principal causa, la razón de estos males.

Pero conviene saber que esa actitud mercantil, o esa forma de operar las agencias de viajes no es, ni mucho menos, fruto de una improvisación, ni tampoco de acuerdos preestablecidos entre ellas en sentido estricto, sino



más bien el corolario que deriva del aprovechamiento de aquéllas, frente a una situación de hechos, con lo que vienen a encontrarse con un maná caído del cielo. Para mí son dos las razones que han hecho posible ese predominio que es ya irritante:

1.º La falta de atención del crédito hotelero oficial hacia un sector que viene constituyendo ya el primer renglón de nuestra Economía, y principal elemento nivelador de la balanza de pagos. Este divorcio del crédito oficial respecto a la industria hotelera balear ha sido comentado ya por mí en anterior artículo: la Administración entiende que aquí lo ha hecho todo ya la iniciativa privada. Y veamos cómo ha incidido esta opinión

en los enormes beneficios con que se lucran determinadas agencias extranjeras, para Manuel Funes Robert: «Al comienzo de la 'era turística' nos encontrábamos en posición contratadora muy fuerte. Eramos casi monopolíticos. Frente a una masa de ciento veinte millones de consumidores, sólo tres países podían competir con nosotros. Pero poco a poco, vamos perdiendo ese poder, y no por obra de la competencia de otros países, sino porque la demanda de nuestro turismo se está concentrando en poderosos «Trusts» que han llenado el vacío que la ausencia de agresividad turística en materia de fomento, había creado.» Y ahora viene lo más interesante a mi propósito: ESOS GRUPOS, VIENDO QUE ESPAÑA NO AYUDABA A FINANCIAR DIRECTA E INTENSAMENTE LA CONSTRUCCION TURISTICA, VOLCARON SU CAPACIDAD FINANCIERA SOBRE LOS HOTELEROS ESPAÑOLES CON PRESTAMOS SIN INTERES... a cambio del compromiso de reservar parte de las habitaciones a favor del prestamista a precios irrisorios; nos hemos dejado congelar desde fuera el precio de nuestra oferta turística y sobre ese fenómeno ha caído además, la reducción del precio, consecuencia de la devaluación que por todos los caminos se nos descubre ahora como un gigantesco regalo de divisas al extranjero». (2)

2.º La segunda razón es el manifiesto divorcio de la Banca privada, con la industria hotelera. Este divorcio

Escribe:

**GABRIEL MARTINEZ
GARCIA**

**Abogado y
Director
Títulado
de
Empresa
Turística**

Binomio de Baleares: minúscula demanda, exagerada oferta.

El hotelero desamparado acepta el precio que le imponen.

es algo evidentísimo y no descubre ningún Mediterráneo al destacarlo aquí, pero junto con la ausencia de los créditos oficiales, es argumento que acaba de cerrar el paso al normal desenvolvimiento de la industria hotelera balear, y de rechazo, al gran negocio de las agencias extranjeras que lo suplen y que acabo de describir.

Así, al examinar López Muñoz y García Delgado (3) las vinculaciones de los 5 grandes Bancos del país con las empresas de más de 10 millones de dólares de capital desembolsado, observan que «la penetración bancaria no es de la misma intensidad en todos los sectores, siendo en algunos casos muy considerable (Monopolios, Electricidad, Siderurgia, Azucareras, Aguas potables, Minería, Construcción de buques etc.), y en otros más baja, incluso mínima, como productos alimenticios, pesca, fabricación de muebles, HOSTELERIA». Y más adelante «el hecho de que durante el primer plan de desarrollo hayan sido los sectores primarios los que no han conseguido alcanzar, en general, como se verá más adelante, las previsiones en cuanto a objetivos de producción, mientras que algunos de los restantes sectores no controlados directamente por la Banca muestran un cierto dinamismo superando en muchos casos las previsiones DEL PLAN, revelan la incapacidad del capitalismo tradicional para garantizar el crecimiento continuado y competi-

tivo de todo el sistema. Algunos de estos sectores más dinámicos, como réplica, recurren hoy, cada vez en mayor medida, al capital extranjero y a otras fuentes de información». Y es curioso observar que en el cuadro interesantísimo que los citados insertan en la página 162 de su obra, al estudiar la participación de los 5 grandes bancos (Central, Español de Crédito, Hispano, Bilbao y Vizcaya), en cuanto al número total de Sociedades Anónimas en que esos bancos participan, figuran los hoteles en uno de los últimos lugares después de los balnearios, los carbones las tintorerías, o industrias así. Y tal búsqueda de financiación, (como recurso último) en las agencias extranjeras, no sería una mala cosa, si no tuvieran éstas la participación directísima en la propia industria por su misma naturaleza, dictando en consecuencia los precios en el mercado, y todo el deterioro, que vengo estudiando.

b) LA INSOLIDARIDAD DE LA INDUSTRIA HOTELERA BALEAR

La situación que contempla el gráfico que encabeza este artículo, no sería posible si la oferta estuviera unida; si hubiera un mínimo de coordinación, y por ello esta insolidaridad no he dudado en calificarla como una de las causas primordiales de esta situación.

Aquí se acentúa más que en ninguna otra actividad mercantil que yo sepa, nuestro individualismo celtibero frente a la cohesión poderosa del cuasi monopsonio de la demanda, y a la hora de vender el hotelero sus habitaciones para la campaña del próximo año, se producen los más lamentables casos de auténtica insolidaridad rabiosa frente al extranjero. Este «hacer la guerra» cada uno por su cuenta en Baleares, es cuestión que conoce perfectamente el Fomento de Turismo, y ello tanto a la hora de organizar acertadas campañas publicitarias colectivas, como a la hora de programar iniciativas orientadas al bien común, como en el momento económico de fijar los precios de las campañas. Las Agencias extranjeras conocen perfectamente esta situación de atomización completamente descoordinada y de ella sacan los más sustanciosos frutos, dándose situaciones curiosísimas de verdadero coloniaje: aquí un comprador, no va al mercado a elegir y tratar del producto que desea adquirir. Aquí, aunque parezca raro, el comprador cita al vendedor a su domicilio (despacho de la agencia), y le espera sentado detrás de una mesa en la mayor parte de los casos. En tales condiciones se empieza por sentar una anomalía en el tráfico mercantil normal, hasta en la manera de iniciarse las conversaciones para fijar los términos de la campaña del año siguiente. Y com-



parecen los hoteleros descoordinados que hacen una tímida antesala, entrando uno por uno o tratar las cuestiones de negocio con los Directores Generales o Apoderados de la Agencia extranjera; y en igualdad de clasificaciones hoteleras, amansando al más débil el primer contrato a base de un precio irrisorio, lo demás se deduce fácilmente: si otro industrial pretende un precio normal, (aunque siempre por bajo de los precios autorizados por el Ministerio,) los avisados Agentes le mostrarán el contrato firmado por su colega anterior, para decirle:

—De ningún modo; el hotel equis, de la misma categoría que el suyo, nos ha firmado un cupo de tantas camas, a tantas pesetas. Vea Ud: 50, 60, 70 pesetas más barato de lo que Ud. pretende.

Y contratando en estas condiciones, el industrial desamparado, se ve atacado por los nervios que le traicionan ante la imagen de su hotel vacío

en la temporada próxima, y acepta el precio que le imponen.

Todo es muy poco serio, es lamentable, es descorazonador, pero es así y es una consecuencia de la insolidaridad de la industria Balear.



Y creo que merecerá la pena dejar para un último artículo el examen de algunas otras causas, y un esbozo del estudio que todavía no se ha hecho, de los contratos «atípicos» con que aquí se concierta el hospedaje, y de los mal llamados «depósitos» que son

el cáncer de la industria hotelera (4).
NOTAS:

- (1) Raymond Barre: Economía Política .Páginas 443 y siguientes.
- (2) Manuel Funes Robert: «500 millones de dólares perdidos en ingresos turísticos a consecuencia de la devaluación de la peseta» .Estudio en Sábado Grafico de 14 de Marzo de 1970.
- (3) Arturo López Muñoz y José Luis García Delgado: «Crecimiento y crisis del capitalismo español» .Editorial Cuadernos para el Diálogo, Madrid 1968 .Páginas 160 y siguientes.
- (4) Para un estudio serio y documentado de la actividad turística, aunque al margen del puramente económico con que aquí considero la industria Balear, me parece muy recomendable el exhaustivo tratado de Luis Fernández Fuster que ha publicado la Editora Nacional en 1967: «Teoría y técnica del Turismo».

Talleres L. Torrens

Cantería en Piedras Calizas, Mármoles y Areniscas

C/ Francisco Suau, 1 - 3 - 5 - 7 y C/ Ausias March, 2 - 4 - 6 :: Teléfonos 253040 - 41 y 250796
Palma de Mallorca

Azcona

CARPINTERIA MECANICA



**Fábrica: Gremio de toneleros, 4
MANZANA XXIII
Polígono Industrial 'La Victoria'
PALMA DE MALLORCA**

**SIN COMPROMISO
DE ACEPTACION**

ORIENTACIONES EN GENERAL

CARPINTERIA. - Atendemos solicitudes de muestras para Obras. Terminaciones Incluyendo pinturas, barnizados, cristales, tapajuntas y herrajes.

EBANISTERIA. - Nos ocupamos de la terminación total de muebles sea cual fuesen los elementos que integren sus acabados.

DECORACIONES. - Hoteles muestras por elementos que entren en el conjunto de la decoración. Realización y presentación en nuestra fábrica de habitaciones de muestra.



FERIA OFICIAL DE MUESTRAS DE ARTESANIA Y TURISMO Industrial: colabora en el éxito de la FOMAT participando en la misma a través de ASIMA.

ASIMA LE OFRECE:

- Menor costo.
- Seguro de incendios para las mercancías expuestas.
- Seguro de robos.
- Stand a su medida Industrial y Comercial.
- Iluminación y decoración General.
- Construcción del Stand a elección...
- Etc. etc.
- Sin tiempo que perder para Vd.
- Sin quebraderos de cabeza.
- Sin tener que localizar el decorador o personal adecuado.

ASIMA lo estructura y lleva a cabo totalmente.

Llame al 216004 para concretar una entrevista.

eb

FINANZAS

BALEARES EN LA ACTUAL COYUNTURA MONETARIA

Sus problemas y sus precisiones

Entre noviembre de 1969 y febrero de 1970 ha cambiado considerablemente el clima económico del país. He aquí sus principales novedades:

1. El agotamiento de la capacidad de inversión de la Banca española. Por ello el crédito sufre recortes de cierta importancia, el dinero escasea en el mercado, los pagos sufren prórrogas y aplazamientos.

2. Reducción de las líneas de redescuento concedidas a la Banca por el Banco de España. Como consecuencia de ello se agravan las tensiones existentes en el seno del sistema financiero español.

3. Elevación del precio del dinero. Tan sólo ocho meses después de la última elevación del tipo oficial de descuento (21 de julio de 1969) se decide una nueva elevación del mismo (23 de marzo de 1970), pasando de un 5'5 a un 6'5 %. Esto supone un encarecimiento general de los tipos de interés aplicados por la Banca. Más concretamente, el precio oficial del dinero se coloca

a un nivel muy próximo al 10 %.

4. Decisión de reducir el gasto público y de aumentar sensiblemente la presión fiscal efectiva a aplicar en el curso del año.

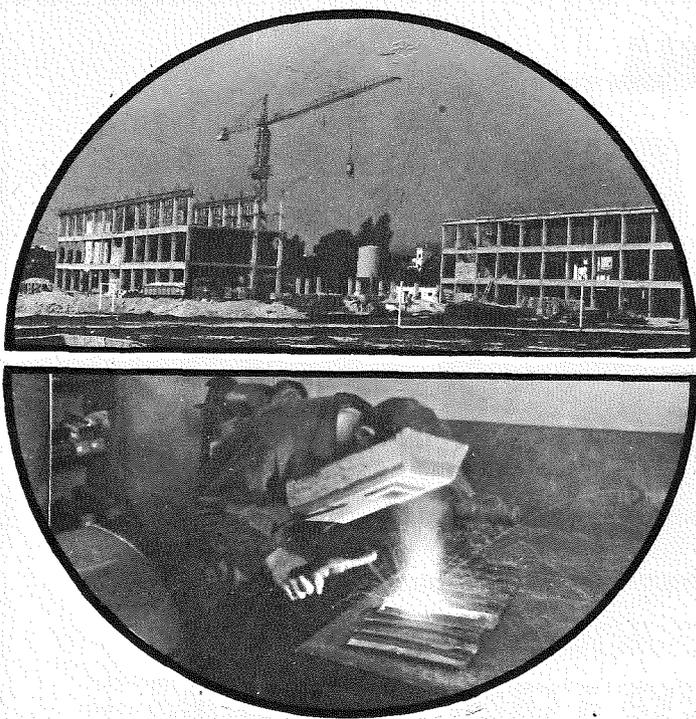
Todas estas medidas contribuyen a la creación de un clima de restricción, de escasez de recursos, de agobio financiero. Nuestras empresas se ven, de ese modo, abocadas a una rectificación precipitada de sus programas de expansión y a una muy seria revisión de su situación presente.

En términos generales, ¿cuál será la reacción de las empresas de Baleares ante la nueva coyuntura? El interrogante es excesivamente ambicioso para que podamos darle una respuesta adecuada. Sin embargo, el interés del tema nos obliga a una contestación, por más que ésta no pueda dejar de ser imprecisa y excesivamente general.

EDIFICACION. Ha sido el primer sector en acusar el peso de las nuevas circunstancias. Muchas de nuestras empresas constructoras se han visto en la imposibilidad de mantener las facilidades y los aplazamientos de pagos estipulados con sus clientes al faltarles parte de la financiación externa que tenían prevista. Muchos contratos han tenido que ser revisados, otros han sido rescindidos. El nivel general de actividad se ha reducido sustancialmente. El esfuerzo por terminar obras en temporada cuenta ahora con las ventajas de un suministro de materiales más holgado y con menores tensiones en el mercado de la mano de obra.

INDUSTRIA. La elevación del precio del dinero se da junto con una elevación de las cotizaciones de la Seguridad Social. Este capítulo tendrá una incidencia diversa según la capacidad de cada sector para repercutir la elevación de sus costes y según la capacidad de cada empresa para absorber el drenaje de beneficios que esto supone, mediante una rentabilización de sus tareas productivas. Al respecto cabe recordar que nuestras empresas industriales vienen soportando presiones de este tipo desde hace tiempo y que el camino que les resta por recorrer en el campo de la racionalización de su producción, es todavía muy largo.

Por otro lado, el aspecto relativo a los problemas de liquidez, dificultades crediticias y aplazamiento de cobros, que gravita también sobre nuestras empresas industriales, tendrá en nuestra opinión dos tipos de repercusiones. Las empresas correctamente financiadas y dirigidas con un mínimo de pericia empresarial se verán sólo obligadas a limitar su expansión a corto plazo. Las empresas que no supieron resistir la tentación de crecer «a toda costa» se verán seriamente perjudicadas e incurrirán en pérdidas que pueden llegar a ser elevadas.



por Miguel ALEÑAR

AGRICULTURA. La colocación de recursos en este sector más que como inversión se concibe como atesoramiento. Como consecuencia de ello el precio de la tierra no guarda ninguna relación con los beneficios esperados de ella. Esto plantea problemas graves, algunos de los cuales aún no han sido debidamente estudiados. Añadir a ellos una coyuntura monetaria desfavorable se nos antoja tanto como añadir una gota de agua a un estanque. La agricultura de exportación será sin duda la menos perjudicada.

COMERCIO. Las ventas a plazos se verán perjudicadas por las dificultades de mantener y ampliar los límites de descuento bancario. En efecto, muy pocas empresas comerciales cuentan con capacidad financiera suficiente para soportar la carga de una cartera de efectos a cobrar de medianas proporciones. No tiene nada de extraño, ya que nuestro comercio se ha visto obligado a realizar durante los últimos años un considerable esfuerzo de inversión en instalaciones y en provisión y ampliación de stocks, que le ha obligado a mantener una exhaustiva utilización de todos sus recursos y a elevar su tasa habitual de endeudamiento. Por lo demás, algunas empresas hallarán serias dificultades a la hora de renovar o ampliar sus contratos de crédito a corto plazo. En principio los más afectados serán los que hayan demostrado ultimamente una menor capacidad de generación de negocio.

CONCLUSION. Los problemas con que se enfrenta nuestra provincia en la actual coyuntura de restricción merecen varias precisiones que pueden resumirse en los puntos siguientes:

a.—Las visiones apocalípticas son absurdas. Son absurdas porque las medidas de política económica que han reformado el aspecto de nuestro panorama económico son de carácter exclusivamente coyuntural y por lo mismo provisional y transitorio.

Son absurdas porque las disponibilidades líquidas existentes en la provincia no sólo se mantienen a un nivel elevado, sino que incluso siguen creciendo, aunque a un ritmo moderado.

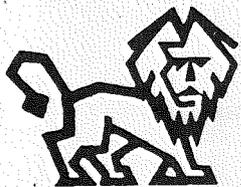
Son absurdas porque las medidas de reciente aplicación no pretenden una deflación, sino sólo una modelación del crecimiento.

b.—Las visiones hipercríticas del nuevo rumbo de nuestra política económica son incorrectas. Es cierto que puede hablarse con fundamento del retraso que ha sufrido la aplicación de las medidas que componen el cuadro actual de nuestra política económica. También es cierto que puede decirse con razón que en caso de no haberse producido este retraso nuestra economía no hubiera sufrido el colapso de febrero-marzo 1970. Pero



puesto que el análisis de las causas de este retraso no corresponde al economista, nos limitaremos a señalar, contestando a los hipercríticos de mañras, que el nuevo rumbo de nuestra política económica pretende cubrir un objetivo muy concreto y muy correcto: frenar un ímpetu expansivo de la demanda incompatible con las circunstancias ambientales que precisa nuestra economía para generar riqueza por sí misma, de un modo autónomo, independiente y propio. Por lo demás, en pocas ocasiones se ha hecho uso en nuestro país de un instrumental de política económica tan amplio, completo y correcto como el aplicado en la coyuntura actual. Bueno será recordar que la situación presente se ataca por cuatro frentes simultáneos: monetario, presupuestario, fiscal y comercial. Nuestra política económica es menos simple y menos ingenua que en ocasiones anteriores. Por ello será más eficaz.

c.—Perspectivas a corto plazo para Baleares. Todo hace pensar que los efectos restrictivos de la actual coyuntura pueden verse en Baleares atenuados, con antelación sobre el resto del país, a partir del momento en que los ingresos por turismo inicien su vertiginoso ascenso estacional. Pero este punto bien merece la atención de un artículo posterior.



consejeros de organización y relaciones, s. a. CONORESA

LOS ESPECIALISTAS DE LA PEQUEÑA Y DE LA MEDIANA EMPRESA

DIRECTOR FUNDADOR LUIS PLA MARGARIT



ARCHIDUQUE LUIS SALVADOR 3- TELEFONOS 253143 44- 47-48 - 49 PALMA DE MALLORCA

BALEARES

debe tender hacia una ganadería progresiva para ser de veras rentable.

Grandes y positivas inversiones se han hecho en los últimos años para mejorar la Ganadería mallorquina. Tanto la ganadería vacuna como la ovina, y no hablamos de la ganadería equina y asnal, porque con la creciente mecanización de las tareas campesinas está quedando enmarcada en límites tan reducidos que apenas valdría la pena hablar de ella, si no fuera por el nuevo auge que han adquirido en los hipódromos de Palma y de Manacor, las carreras de caballos, y sobre todo las dedicadas a los potros nacidos y criados en Mallorca. Del ganado de cerda, tan sensible a enfermedades contagiosas que a veces diezman las piaras, cabe decir que la mayoría de explotaciones de dicho ganado son de escasa importancia numérica, si bien suponen muchos años, un premio al espíritu de ahorro de nuestros payeses, que en pequeñas cochiqueras, aprovechan la fecundidad de las cerdas de razas selectas para poder ofrecer, a lo largo del año, esas «porcelles» de escasos kilos, que constituyen un plato sabroso en cualquier fiesta más o menos campestre.

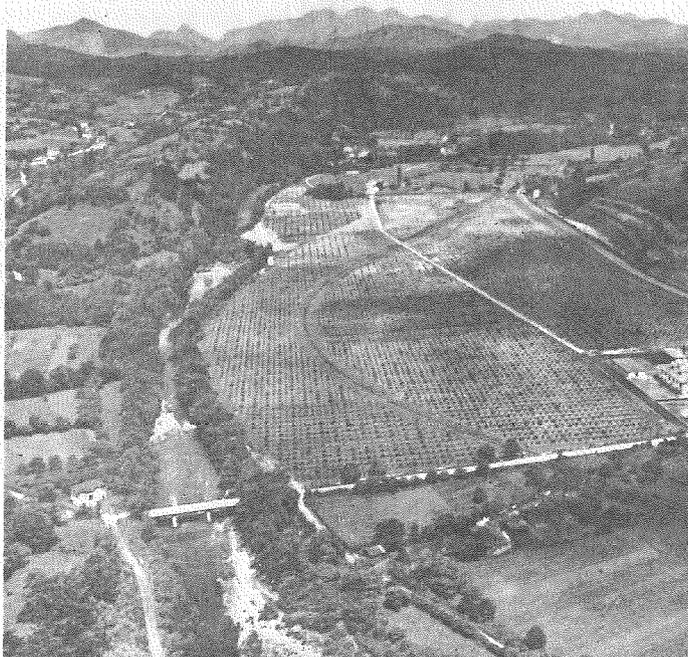
En cuanto al ganado ovino, es importante señalar que en la finca «Biniforani», propiedad de don Antonio Ferrer y dirigida por el perito agrónomo señor Jaume Coll, se ha logrado lo que en muchos lustros no habían conseguido experimentados ganaderos mallorquines. Dejando atrás viejas rutinas, se ha ido a la formación de un grandioso y moderno aprisco, con capacidad en sus dos grandes alas extremas de alojamiento confortable para doscientas ovejas en cada uno de las dos alas, dejando la parte central del parigual capacidad para que en ellas se vayan desarrollando las crías, pues en todo el grandioso aprisco hay instalaciones para la distribución de piensos frescos y com-

puestos, así como de conducciones de agua potable.

La ganadería ovina de «Biniforani», en la que se cuida con esmero el conservar la línea de sangre pura de las ovejas y sementales de raza manchega, importadas de las mejores ganaderías de la zona toledana, ha logrado interesar de veras a los ganaderos mallorquines, y una prueba de ello, la constituyó la distribución de sementales de pura raza manchega nacidos y criados en «Biniforani», sementales que fueron distribuidos por las Hermandades Sindicales de cada pueblo entre los ganaderos considerados como los mejores y más cuidadosos, en sus respectivas localidades.

En cuanto al ganado vacuno, el momento actual es de disgusto. De justificado disgusto entre la mayoría de ganaderos de la Isla. Para esa gran mayoría el precio de la leche ha sido rebajado en un 18 por 100, en una peseta por litro, y si la minoría de ganaderos agrupados en la Cooperativa lechera de Son Sunyer los quebrantos serán menores, no por ello se sienten perjudicados por reciente disposición ministerial, disposición que un rotativo tan ponderado como «La Vanguardia» de Barcelona, destacaba con un gran titular que irónicamente decía: «Así va el campo».

Cuando todo sube, más o menos, cuanto se consume en la ciudad y en las villas, en las industrias y talleres y en las explotaciones ganaderas y agrícolas, no se justifica que un producto, que constituye uno de los más completos y sanos alimentos para niños y adultos como la leche, sea rebajada en una peseta por litro, cosa que no ocurre, ni aproximadamente con el agua que en garrafas o botellas se dice procede de determinados manantiales, y mucho menos con el precio de esas bebidas carbónicas, productos de la química y del grifo



del agua corriente y moliente, en que una botellita que apenas llena un vaso, alcanza según el local donde se expenda hasta el precio de quince pesetas.

Son muchos los millones invertidos en modernizar las granjas mallorquinas, de tener anchas y modernizadas vaquerías en que la distribución de agua y alimentos, y hasta el ordeño se hace mecánicamente. Granjas donde se han construido establos especiales para los sementales o se practica la inseminación artificial, utilizando semen garantizado por laboratorios del Canadá y otros países. Y por ello es sensible que una simple orden ministerial sea suficiente para situar a tan importantes explotaciones en condiciones de difícil sostenimiento, de posible crisis.

Es fácil montar una explotación de cría y engorde de «mamonos», terneros recién nacidos, para criarlos y cebarlos, a fin de que en el mínimo tiempo pesen unos 250 kilos. Pero montar una vaquería, seleccionar las vacas productivas de las que no lo son, ordenar las cubriciones para que a la hora de máxima producción coincida con la de mayor disponibilidad de forrajes, o la compra de costosísimos silos de los que sólo hay tres o cuatro en la isla, etc., supone no sólo la inversión de muchos millones sino también la dedicación absoluta de unos hombres cuya aptitud y diligencia, aplicadas a otras industrias, rendirían cuantiosos y positivos beneficios.

Técnicamente, cualitativamente, un gran número de explotaciones ganaderas mallorquinas se han esforzado en los últimos años para conseguir ponerse al día. Pero su queja justa y honda, su desesperanza de estos días, proviene de la inexplicable e injustificable preterición que se ha tenido con los agricultores de Mallorca, Menorca e Ibiza,



**El agua cuesta más
que la leche**

**Si desea agua, búsquela
y abone los gastos por su cuenta**

**Es necesaria la unión para
hallar una anhelada
solución.**

pues mientras las otras provincias ribereñas del Mediterráneo como son Gerona, Tarragona, Castellón, Valencia, Murcia, Málaga y otras que estaban clasificadas como Baleares, en la Zona IV, han sido ascendidas a la Zona V, Baleares ha quedado en la Zona IV donde rigen precios más bajos y en muchos casos antieconómicos.

La preterición tenida por Baleares está doblemente injustificada. Pues mientras en la mayoría de dichas provincias ascendidas a Zona V, cuentan con ríos que permiten canalizar el agua que iría al mar, para fecundar inmensos regadíos, producir ingentes cantidades de forrajes y alimentar miles de vacas lecheras, en Mallorca, como es bien sabido, quien ha querido alumbrar un pozo de agua subterránea ha tenido que abonar los cuantiosos gastos por su cuenta y riesgo, pues no pocos intentos resultan un fracaso. Y quien tuvo la suerte de hallar suficiente caudal de agua para una vaquería más o menos numerosa, ha de abonar mensualmente las facturas de consumo de energía eléctrica o de gas oil, que utilizan los motores que mueven las bombas extractoras —no pocas veces desde más de cien metros de profundidad—, gasto que hay que añadir a los demás costes que supone mantener una vaquería, moderna o anticuada.

No cabe esperar que esa preterición, ese gran quebranto causado a nuestros ganaderos se haya hecho intencionadamente, conscientemente. Cabe esperar todavía que si Hermandades, Sindicatos, Cóoperativas y sobre todo las primeras autoridades se preocupan del problema que puede tener tan graves repercusiones para Mallorca, se halle la solución armónica que en justicia se merecen nuestros ganaderos.

GABRIEL DELAFONT

AYUDA AL AGRICULTOR

MADRID.—“Desde hace muchos años España ha conseguido un desarrollo económico rápido, en gran parte gracias al desarrollo de la industria y del turismo. Durante el I Plan de Desarrollo (1964-1967), incluso se ha sobrepasado algo el objetivo de crecimiento anual del producto nacional bruto, fijado en un 6 por 100.” Así comienza un informe realizado por E. P. Riezebos, miembro de la División de Políticas Agrícolas, publicado en el último número de la “Revista Agraria de la O.C.D.E.”, según informa Europa Press.

“El aumento del empleo en la industria y en el tercer sector, así como la emigración, ha permitido una reducción pronunciada de la mano de obra agrícola. Estas transferencias de mano de obra a gran escala son una de las razones de que haya aumentado más rápidamente la productividad de la mano de obra en la agricultura que en otros sectores. Este hecho es único en los países que estudiamos.”

La modernización de la agricultura española por medio de la mecanización y puesta en regadío de tierras y por el uso de medios modernos de producción, etcétera, es otra de las razones básicas del desarrollo que ha experimentado la agricultura.

DEMANDA

“El aumento general de los ingresos ha provocado una demanda creciente para varios productos y una mejoría pronunciada del nivel alimentario, que hoy en día está muy próximo al de

los demás países europeos. La agricultura española ha conseguido en parte adaptar la estructura de su producción a las exigencias de la demanda. La producción animal, especialmente de cerdos y aves, y la de frutas han aumentado considerablemente. Sin embargo, las importaciones de alimentos también han tenido que aumentar para satisfacer la demanda, especialmente la de carne bovina, forrajes, azúcar y semillas oleaginosas.”

BALANZA

“En consecuencia, a partir de 1962, la balanza comercial agrícola de España es negativa, a pesar de haber aumentado las exportaciones. No obstante, durante los últimos dos o tres años parecen haber disminuido las importaciones agrícolas; por tanto, es de esperar que la balanza comercial agrícola de España deje de deteriorarse.”

A continuación, Riezebos señala que “las políticas agrarias del Estado han estimulado sin duda la adap-

tación de la producción a la evolución de la demanda, pero a veces con algún retraso”.

MEDIDAS

Las medidas tomadas en materia de política agrícola pueden calificarse en dos grupos, según E. P. Riezebos:

- Medidas que conciernen directamente a la producción: el Gobierno fija los precios o garantiza un precio en la fase de producción para los productos más importantes.
- Programas de inversiones públicas, que son una parte esencial de los planes de desarrollo.

PROPIEDADES

“Igual que en Portugal”, el rasgo más sobresaliente de las estructuras agrícolas es la gran disparidad entre las pequeñas explotaciones y las grandes propiedades. El 1 por

100 de las explotaciones ocupa la mitad del territorio agrícolas y, por otra parte, dos terceras partes de las explotaciones representan el 10 por 100 de las tierras”, escribe Riezebos.

“Para enfrentarse con este grave problema, el Estado tomó diversas medidas en materia de estructuras, pero sea cual fuera el interés y el éxito que tengan algunas de estas medidas, es indudable que la solución definitiva del problema de las pequeñas explotaciones rurales depende de las transferencias de mano de obra.”

AYUDAS

“Es preciso ayudar a los agricultores que deciden seguir trabajando la tierra para que modernicen sus explotaciones, especialmente por medio de la mecanización y la utilización de medios modernos de producción, etcétera, para aumentar la productividad y evitar que el éxodo rural ponga en peligro el nivel de producción de la agricultura. Además, una legislación apropiada sobre la aparcería agrícola, podría contribuir a mejorar muchas de las pequeñas explotaciones.”



BELT INMOBILIARIA

Administrador de Fincas Colegiado
Contador Censor del Colegio de Baleares
COMPRA - VENTA - TRASPASOS

Velázquez, 38-2.º-2.º Teléfonos 22 2211
PALMA DE MALLORCA 22 7219
22 5627



inrenta

FONDO DE INVERSION MOBILIARIA

Depositario: BANCO URQUIJO

Oficina Regional:
Capuchinos, s/n. (Edificio España)
Entl.º H. Teléfono 22 37 19
PALMA DE MALLORCA

eb

PROSPECTIVA

MALLORCA ante la década de los

70

Menos horas de trabajo

Turismo masivo

Problemas con los ancianos

El túnel de Sóller

Planta potabilizadora

¿UTOPIAS ?

¿REALIDADES ?

por Bartolomé SUAU

El tema de los años setenta, es decir, de la década que hace unos meses hemos estrenado, apasiona a mucha gente, incluso a los mallorquines. La Escuela de Publicidad y Relaciones Públicas de Palma lo hizo recientemente centro de un coloquio público y en diarios y revistas lleva ya un bagaje voluminoso de análisis, elucubraciones y predicciones. Con el bisturí afilado en la piedra de los años sesenta, desaparecidos por el escotillón de la Historia, los estudiosos han intentado abrir el panorama de los iniciados nuevos diez años.

¿Cómo se ha visto ese panorama? ¿Optimista? ¿Desesperanzador? ¿Cómo transcurrirá el devenir de nuestras Islas, enmarcado en el devenir general de todos los pueblos, ya que se han acabado los espléndidos o los

desgraciados «isolements» de todas clases? Afortunadamente, predomina el augurio confortable, la previsión de un futuro bastante mejor que el pasado que acabamos de abandonar para siempre.

La primera nota afirmada, casi con unanimidad, es la de que la década de los años sesenta ha sido como una época de siembra y de transición. Un tiempo de mucha más fe en el hombre que en la sociedad. Los años setenta, al parecer, llevan trazas de ser todo lo contrario. En su transcurso, la ya iniciada construcción socialista de las comunidades humanas, incluso con sello cristiano y con progresivo debilitamiento del signo marxista, se irá consolidando hasta llegar a ser una realidad definitiva y universal. La sociedad de consumo —Mallorca es ya un clásico ejemplo de ella— irá desatando todavía más sus apetitos y el esfuerzo gobernante tendrá que atender profundamente a planificar su satisfacción. Los problemas serán concretos, desprovistos cada vez más de cargas ideológicas. Desde el punto de vista político, el más esquinado será sin duda el de conjugar armónicamente el de la libertad con la autoridad, el de la iniciativa privada con el del bien en común.

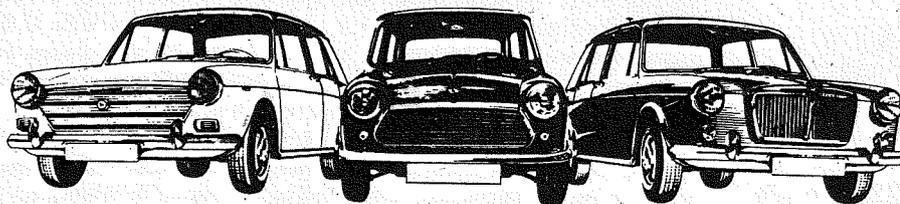
Pero el problema básico, el que ha mancomunado el esfuerzo de los dirigentes de los pueblos, casi seguro que a través de la O.N.U. y de sus organismos especializados, será el de salvar para la vida futura la propia morada del hombre, nuestro planeta Tierra. Salvarlo, claro, de la propia acometida de la sociedad de consumo. Sus tres elementos constitutivos —tierra, mar y aire— están contaminándose progresivamente de los detritus deletéreos que el hombre acumula en ellos. La atmósfera está infectada; el mar, reserva de la vida, envenenado y sucio; las ciudades, asfixiadas y asfixiantes. No importa ya pensar en las urbes mastodónticas para comprobarlo, sino que basta y sobra el ejemplo de nuestra Palma, sobre todo por lo que respecta a sus aguas litorales, cuya polución ya se está intentando paliar por medio de largos emisarios submarinos.

En este sentido, espoleada por la necesidad de soluciones urgentes y masivas, la ciencia acusará todavía más su derivación hacia la tecnología y asistiremos a un impresionante esfuerzo común de los pueblos, allanando fronteras y discriminaciones, para limpiar aire, tierra y mar y con-

vertirlos en los elementos compensadores de la fatiga de vivir.

¿Más previsiones para los años setenta? En política internacional, se acentuará la viabilidad de la coexistencia entre la U.R.S.S. y los EE. UU., avanzando pasos hacia la libertad individual la primera y hacia la autoridad los segundos. La inmensa China se concentrará más en sí misma para afrontar sus propios problemas; el Japón y Alemania occidental resurgirán como grandes potencias mundiales añadiendo su voto decisivo a la voz que ya tienen en el concierto de los pueblos. El llamado Tercer Mundo, avanzando en su desarrollo económico y cultural, irá atenuando la virulencia de su irrupción en el autogobierno de su independencia. Respecto a los problemas del Vietnam, de Israel, del mundo árabe y otros pendientes, irán limando aristas de gravedad y, a base de sumar la propia fatiga con las imposiciones de las grandes potencias, consolidarán «statu quos» de coexistencia parecidos a los de la U.R.S.S. y los EE. UU.

¿Más previsiones todavía? Se reducirán las horas de trabajo, enormemente en los grandes países del desarrollo y positivamente en el nuestro. El turismo se irá haciendo masivo, abarcando a casi todos los parajes del mundo, con lo que Mallorca, sin dejar de ser turista, tendrá que ir asentado más —industrias apropiadas, agricultura mecanizada y adaptada— nuevas bases de su devenir económico-social. Los avances de la geriatría aumentarán grandemente el número de los ancianos, creando específicos problemas. El campo se irá llenando de pequeñas ciudades satélites-residenciales, también en nuestra Isla. Se abrirá el túnel carretero de Sóller. Asistiremos a una revalorización del ferrocarril electrificado, como medio de transporte masivo. El mundo y Mallorca se irán llenando de nuevos trazados de amplios caminos. No se terminará la década sin contar también aquí con una gran planta potabilizadora del agua del mar, que reforzará decisivamente el rendimiento de los embalses de la Sierra y de los nuevos alumbramientos de agua. Y, en definitiva, entremezclando el panorama de nuestra Isla con el del mundo, nos corresponderá arrimar el hombro a todo para poner en marcha una sociedad notablemente cambiada, empujada más por la fuerza comunitaria que por la de los individuos...



Es Vd. un conductor

EXIGENTE ?

DECIDASE - AHORA

Hay cuatro millones
de conductores muy
exigentes, satisfechos
en todo el mundo
que le aconsejarán
a la hora de adquirir
SU automóvil.
No pierda el tiempo
y diríjase a su

Distribuidor para Baleares

Motor Balear

Aragón 244

**Telfs. { 22 17 41
22 63 54**



LA DESCENTRALIZACION:

Una acción administrativa, cuya planificación y posterior incidencia sobre los administrados, actúe con eficacia, colaborando al desarrollo y expansión del individuo y la empresa, y no como elemento perturbador de la misma, exige la incorporación de formas y técnicas empresariales, muy especialmente por lo que se refiere a las Entidades Territoriales (Ayuntamientos, Diputaciones...).

La concepción de la Empresa Local —sustituyendo el caduco término de «Administración»—, la viabilidad de un sistema gerencial municipal y otros aspectos, requieren el planteamiento y solución de una cuestión previa: la DESCENTRALIZACION.

La descentralización constituye un fenómeno de relevante carácter po-

lítico-administrativo. Su esencia consiste en un repartimiento de competencias entre el poder central y las entidades y autoridades locales y regionales. El fenómeno de una

Juan A. MOLL
Ldo. en Derecho. Técnico-Administrativo de Admón. Local.

gradual descentralización se sustancia en un paulatino descenso de las instancias de poder del Gobierno Central al pueblo.

Es incuestionable la influencia política en el problema de la descentralización. Sin resolver la cuestión previa de la unidad política no es posible plantearse el tema de la

descentralización, solo viable alcanzada aquella meta y en un estado de paz social.

Por lo general, y en España así ocurre, la descentralización se identifica con las relaciones Estado-Municipio.

La tan aireada «autonomía local» se ha transplantado a las constituciones europeas con rango de apotegma político, si bien la realidad ha desvirtuado en parte el principio (tal ocurre con las previsiones de nuestras Leyes Fundamentales, sustituidas en la práctica cotidiana por la legalidad ordinaria, trastocando el término «tienen derecho» por el sistema de «autorizaciones»). Ciertamente el trato del Gobierno Central respecto a la Administración Local ha pasado, de considerar a ésta como entidad natural, a un exceso de

MIAVON

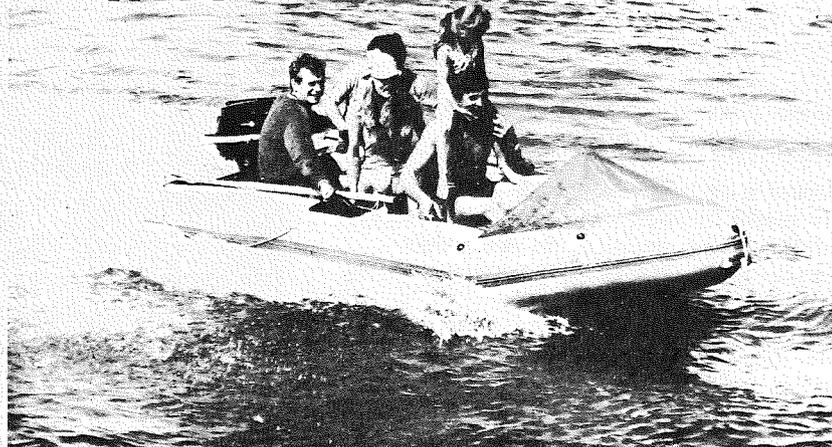


BOTES HINCHABLES
Mundialmente famosos
AHORA EN ESPAÑA

FABRICADOS POR MERISLA S.L.
C/. Gremio Albañiles 12. Tel. 256912
Poligono Industrial "La Victoria"

PREPARADOS O GUARDADOS
EN MINUTOS

RESISTENTES
INSUMERGIBLES
MARINEROS
MOTOR FUERA BORDO
O A REMO
TRANSPORTABLES



NO ES UNA Balsa, ES UNA EMBARCACION INFLABLE QUE PUEDE SUSTITUIR A UNA RIGIDA CON VENTAJAS Y MAS SEGURIDAD.

DE VENTA EN:
-PALCOA
Club Náutico - Palma
ALMACENES ARAGON
C/. Aragón, 140 - Palma.
-CASA MUS
C/. Honderos, 57 - Palma.

Una cuestión previa para la mejora de la Administración local

regulación legal de la misma. Una acertada política descentralizadora, partiendo del respeto al hecho natural del municipio, podría ir concediendo aquellas competencias que requieran las condiciones socio-económicas de cada momento, adecuando así su acción a las exigencias del desarrollo social y económico de coyuntura, en cada momento y en cada término territorial.

No por ello debemos dejar de reconocer que la centralización actuó como elemento eficaz en nuestro siglo XIX, evitando la desintegración patria. Si se acudió a ella fue porque el propio ser de España, como unidad, estuvo en entredicho. Asegurada ya aquélla y en una situación de paz social, se hace imperiosamente necesario revisar los supuestos descentralizadores de cara a un equilibrio institucional.

Lógicamente la descentralización no debe sobrepasar los límites de una prudente distribución de competencias, de tal forma que el ciudadano y la empresa —sujetos activos y pasivos del Poder Central y de las Entidades Territoriales— no se sientan, al mismo tiempo, violentamente alienados por unas y otras instancias de poder. Así, con especial interés, hay que observar la centralización y descentralización como posibilidades coexistentes, no como alternativas irreconciliables. Procurar, en suma, las ventajas de la descentralización sin perder de vista la existencia de un centro de referencia centralizado.

Actualmente, el fenómeno de la progresiva y gradual estatización de las estructuras, de las funciones municipales, provocada por intrusiones marginales que van socavando lentamente el contenido de lo Local, permiten hablar de «crisis del municipalismo». Las posibilidades de actuación de las Entidades Territoriales son pocas, debido a la ab-

sorción —más o menos patente, más o menos constitucional— que, por aquella natural inercia, ejercen los servicios de la administración periférica del Estado, convirtiendo a la Administración Local en el último escalón administrativo de Poder Central.

¿Cómo defender sus competencias propias los representantes locales? Sólo me parece viable cuando concurren dos circunstancias:

1. Posibilidad de recabar y defender, con el apoyo de la ley, sus competencias sin temor a reacciones políticas esterilizantes.

2. Sustitución de la subordinación política que da el nombramiento, por la libertad responsable que proporciona la elección.

Lo que es cierto, y en ello insisto, es que no podemos pensar en la «empresa local», en la figura del «gerente» municipal, sin un abanico de posibilidades de actuación. Dicho de otro modo, llegado es el tiempo de permutar el pernicioso principio: «sólo alcanza a lo que se le autoriza», por el más dinámico y potencial de: «lo no prohibido está permitido», sobre todo teniendo en cuenta que la realidad y la evolución socio-económico transcurre con una dinámica muy superior a la de las previsiones de la ley. La admisión de tal postulado no privaría de una posterior sanción legal de la acción administrativa local, si fuera necesario.

Evitando las trabas de la «autorización» —cuyo abuso, incluso contra legem, es patente por la Administración Central—, el anacronismo atemporal de las leyes locales, etc., superaríamos la permanente lucha entablada entre el político local y la ley, en razón a que, como ya apunté, la realidad es más rica que las previsiones legales. De esta lucha constante se deriva, siempre, una de estas posturas:

- a) La del representante local al que no preocupan las formas, lo cual, pese al margen de buena fe que le hace acreedor el cargo, puede producir la indefensión del ciudadano y la falta de previsión en la planificación empresarial, así como la responsabilidad funcional del técnico garante de la ley (al no seguir un procedimiento jurídico objetivo que marca la ley).

- b) La del político que acepta todas las disposiciones legales y reglamentarias, tal y como son. De ahí la lentitud, ineficacia e impopularidad derivada de falta de agilidad en la gestión pública.

- c) Una tercera posición, quizás la más extendida en España. La del político que somete al funcionario técnico local a la actividad circense de conciliar lo real con lo legal, a través de una constante búsqueda de «resquicios legales», por donde encajar lo no previsto por la ley. El funcionario se convierte así en una especie de legislador permanente de lo no legislado. Ello conduce a las tan conocidas tensiones de las Corporaciones Locales.

En consecuencia, si se cambia el ordenamiento jurídico en sentido descentralizador, se dejará margen de maniobra a la empresa local y al gerente municipal, liberándolos de tantas trabas de procedimientos, facilitando la solución del actual estado de cosas provocado por una uniformidad legislativa local (generalmente inaplicable para una inmensa mayoría de Entidades Territoriales), procurando soluciones eficaces y nuevas que permitan a las entidades locales coadyuvar eficazmente al desarrollo socio-económico de su ámbito territorial.

«La centralización hace a los pueblos más fuertes; la descentralización más libres». Ambas, fortaleza y libertad, virtudes son deseables y necesarias. Una buena política viene obligada a combinarlas adecuadamente.

JAN TINBERGEN

partidario de las economías mixtas

por Antonio COLOM

José Calvo Sotelo en el prólogo de un libro sobre temas económicos se preguntaba: «¿Por qué la manía de considerar agrestes los temas económicos?» La respuesta es concreta según el mismo famoso economista español, muerto dramáticamente en circunstancias históricas: «Su aparente aridez desaparece cuando desbrozándolos con amor, se sabe llegar al fondo íntimo de cada uno; fondo que es casi siempre espiritual y emotivo.»

Y ello es verdad porque en Economía, junto a lo

guramente, la idea de que la ciencia económica es la «ciencia de la riqueza». Aunque numerosos economistas prefieren hoy otras definiciones, el concepto sigue conservando bastante vigencia, en versiones más o menos sofisticadas. Y la gente, aficionada a una visión plástica de las cosas, sólo concibe a los economistas estudiando estadísticas y gráficos que miden, clasifican, describen, analizan y fomentan la riqueza.

Pero hoy son muchos los economistas cuya tarea no está centrada en la riqueza sino en la pobreza, por-



que si en este mundo de ahora hay islas de abundancia, se destacan precisamente por emerger sobre un océano de miseria. Y no son pocos los economistas que desde organismos internacionales —entre ellos la FAO— están combatiendo una miseria, una pobreza que afecta a dos tercios de la Humanidad. Y esa pobreza —que a veces es, sencillamente, hambre— es el reverso de la opulencia que vio John K. Galbraith, el famoso economista de Harvard y Princeton, y que Michel Harrington presentó en un discutido libro en el que escribió: «No quieras ser el economista de los ricos, sino el economista de los pobres... no te laves las manos porque el problema no es de tu especialidad. Antes has de ser, como economista, el testigo que se solidariza con los pobres.»

Y el pasado mucho tiempo desde que aquel hombre tranquilo llamado Adan Smith publicó su asombrosa «Investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones». Desde aquel título quedó, se

que si en este mundo de ahora hay islas de abundancia, se destacan precisamente por emerger sobre un océano de miseria. Y no son pocos los economistas que desde organismos internacionales —entre ellos la FAO— están combatiendo una miseria, una pobreza que afecta a dos tercios de la Humanidad. Y esa pobreza —que a veces es, sencillamente, hambre— es el reverso de la opulencia que vio John K. Galbraith, el famoso economista de Harvard y Princeton, y que Michel Harrington presentó en un discutido libro en el que escribió: «No quieras ser el economista de los ricos, sino el economista de los pobres... no te laves las manos porque el problema no es de tu especialidad. Antes has de ser, como economista, el testigo que se solidariza con los pobres.»

Desde uno y otro de los dos grandes campos en que se dividen las naciones más avanzadas, el capitalista y el socialista, los economistas comprueban la agravación de la desigualdad económica entre los pueblos ricos y pobres. Y son precisamente los economistas quienes comprueban más de cerca el efecto que sobre la economía mundial causa esa fuerza biológica que es la explosión demográfica, y que impide el desarrollo económico de tantos países de Africa, de Asia y de América.

Vivimos una crisis de transformación social entre dos equilibrios históricos. En esa crisis, el primer choque de fuerzas económicas se configuró como una etapa de reajuste entre «grandes potencias». Pero ahora es un choque entre los deseos de la Humanidad hambrienta y los recursos disponibles; un choque entre la pobreza y el desarrollo. Y es aquí donde el economista convertido también en psicólogo y en sociólogo, puede enfrentarse a la compleja crisis actual.

La Ciencia económica tiene ya su primer premio Nobel, en Jan Tinbergen, pionero de la econometría, y de la planificación.

Este sencillo holandés es el autor de «La econometría», de «Dinámica del ciclo económico» y de «La planeación del desarrollo», publicando éste último para el Instituto de Desarrollo Económico del Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (Banco Mundial, B. I. R. D.), con el título original «The Design of Development».

Jan Tinbergen, primer Nobel de Economía, se consagró desde 1955 al estudio del desarrollo económico, asesorando como experto a diversos gobiernos, a la ONU y al mencionado B. I. R. D.

Tinbergen antes que economista, que planificador en economía, fue físico. En 1929, a los 26 años se doctora en Física, para terminar estudiando Estadística y Economía y convertirse, en 1933, en Profesor de la Escuela (ahora Universidad) de Economía de Rotterdam.

La extremada modestia de este hombre «social» de nuestro tiempo, socialista moderado y equilibrado, hace difícil destacar como merece, toda su vasta y fecunda labor en el mundo de la Economía: estadística, econometría profesor, escritor y publicista, conferenciante, experto y asesor internacional...

El «pensamiento económico» de Tinbergen, sus planteamientos socioeconómicos, son hoy de gran valor.

En su libro que ha dado la vuelta al mundo como «best-seller» —«La planeación del desarrollo», publicado en 1958—, ha dicho: «Debe quedar bien claro que

la programación económica no es una alternativa del sentido común; no puede sustituir al sentido común y no debe sustituirlo. Lo suplementa sobre todo, por lo que respecta a las órdenes de magnitud en los fenómenos en juego. Cuando se planifica el desarrollo debe utilizarse toda la información disponible y todos los métodos de que se disponga. Esto parece tanto más deseable por cuanto la información de tipo tradicional, las estadísticas habituales, son a menudo insuficientes e incongruentes. Todo aquello que ayude a completar deberá ser aprovechado al menos, debería ser visto con buenos ojos.»

Jan Tinbergen ha estado en nuestro país recientemente. Recibió el título de Economista de Honor del Colegio Nacional de Economistas en acto presidido por el señor Ministro de Educación y Ciencia, pronunciando una conferencia en el salón de actos del Consejo Superior de Investigaciones Científicas sobre el tema «Preparativos para el segundo decenio de las Naciones Unidas (1971-1980), a la que asistieron además del señor Villar Palasí, los Ministros de Hacienda y Comercio. También fue investido «Doctor Honoris Causa» de la Universidad de Bilbao, después de pronunciar una conferencia sobre «Fundamentos de la planificación regional», terminada la cual en breve coloquio declaró que «aunque con distintos matices los problemas de los estudiantes son análogos en todas partes».

A la pregunta, que se le hizo en Madrid, de si era partidario de una Economía de Estado o de la libre Empresa —debatida cuestión de nuestro tiempo— contestó: «Soy partidario de un compromiso: o sea, de las economías mixtas, porque hay ciertas decisiones que pueden tomarse en las industrias o a nivel familiar, pero hay otras que deben ser tomadas a otro nivel superior. Pienso que los economistas del Este y del Oeste se aproximan un poco. Se descubre que en todas partes hay problemas; problemas que hay que resolver con planificación y dirección del Estado, mientras que hay otros que se resolverán a nivel de empresa. Me inclino, pues, por la economía mixta que absorba ciertos elementos de las dos categorías. Yo siempre digo que hoy día no tenemos el capitalismo de 1850; pero, por otra parte no podemos aceptar el socialismo primitivo, es decir, el de la Rusia de 1930.»

Igualmente ha dicho Tinbergen que para un rápido desarrollo es preciso un gran capital de bienes y capacitación humana. Mencionó también el importante papel de la producción, que hay que saber cómo organizarla y determinar sus niveles. No olvidó tampoco de explicar cómo los países desarrollados pueden transferir a otros sus conocimientos de dirección de empresa, y, sobre la necesidad de crear mercados comunes.

Jan Tinbergen, el primer premio Nobel de Economía —esa ciencia que rige hoy la vida de la humanidad— ha pasado por España dejando tras sí una estela provechosa y fructífera.

Caminamos hacia un nuevo socialismo. En su éxito o fracaso, la ciencia económica tendrá siempre la última palabra para encauzar las tres fuerzas que hoy impulsan a los pueblos: la explosión demográfica, la aceleración técnica y la evolución social. Confiemos en que ese «viento del Este contra el viento del Oeste» no nos eche a perder esa «nueva vida común», a la que alude Toynbee basada en sistemas económicos que todavía se están configurando pero que ya vemos en el horizonte.

**CONSTRUCCIONES
LLABRES & MONTANER, S.A.**

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

8.ª CARTA ABIERTA A UN
EMPRESARIO DESCONOCIDO

EL ARTE DE PREDISPONERSE AL CREDITO

Relaciones Firmas empresariales - Bancos y Cajas

Distinguido señor:

En una época de cierta restricción crediticia es interesante imponerse de ciertos aspectos que condicionan a la concesión de créditos y descuentos y que forman parte del juego de las relaciones firma industrial-entidades de crédito.

Las entidades normales que ejercen una influencia crediticia cerca de los industriales y comerciantes son los Bancos y Cajas de Ahorro. Los medios en que se suelen materializar los créditos son las pólizas, descuentos bancarios, permisibilidad de saldos negativos, hipotecas, avales, etc.

Quizás, amable lector, lo más importante no sea el saber las diversas maneras de obtener dinero, sino el por qué se obtiene, ya que, si en vez de considerar a los Bancos y Cajas de Ahorro como unas moles de hierro y cemento cuya misión es conceder dinero, pensamos por un momento «QUE EL DINERO QUE NOS PRESTAN ES PORQUE ANTES DEBEN TENERLO EN SUS CAJAS» aparece un concepto que puede ser nuevo en su lenguaje comercial, pero que es una realidad palpable: «LAS COMPENSACIONES».

Los Bancos y Cajas de Ahorros, le concederán el crédito en cualquiera de sus formas, siempre y cuando tenga Vd. en cuenta estas compensaciones y que en líneas generales le enumero. Es un poco el ayúdame y te ayudaré.

1.—Sea fiel con su Caja de Ahorros o entidad Bancaria, no crea que agrada demasiado a sus directores el que Vd. trabaje con **demasiados** Bancos o Cajas, ya que es interesante que sepa que mensualmente se reúnen los directivos de las distintas entidades y se habla claramente de la situación, concretando los aspectos que sobresalen.

2.—No haga la «rueda» de talones para justificar movimiento en su cuenta corriente, ya que un Banco está regido por profesionales que a la tercera vuelta le separarán los movimientos comerciales de los provocados.

3.—Cuando un Banco le concede un crédito o una Caja una hipoteca, sea consecuente, es decir corresponda estabilizando un saldo medio interesante a ese esfuerzo financiero que ha hecho su entidad, piense que si vuelve a necesitar una mano y Vd. despreocupadamente no tiene saldo ni ha hecho movimiento, es lógico que no quieran saber de Vd... Otra manera de corresponder es recomendándoles clientes ya que si, para su negocio, Vd. se alegra cada vez que le amplían su cartera de clientes a las Cajas y entidades Bancarias les sucede otro tanto.

4.—Cuando llegue Navidades, es humano que demuestre su reconocimiento con un detalle, pero por favor no haga regalos caros. Un profesional de la dirección de Banca teme los presentes de lujo.

5.—Sea sincero. En el año 1970 se valora al hombre y a la empresa y aunque parezca extraño se dan créditos sólo al hombre y si alguna vez se percata que el crédito sólo se da a la empresa, cambie rápidamente de entidad bancaria.

6.—No haga letras falsas. Existen figuras de crédito que eliminan estas anomalías, está demostrado que un buen hombre de negocios, raramente cae en esta debilidad, ya que es consciente que necesita su tiempo para trabajar y no para buscar dinero para tapar agujeros.

7.—Nunca vaya con prisas. A la hora de solicitar un crédito, es falta de previsión y para un Director de Banco o Caja de Ahorros, aquel directivo que no le plantea una operación de crédito, mínimo con tres meses de antelación al hecho, es señal de que no tiene sentido de previsión y PREVEER LOS ACONTECIMIENTOS, es el primer imperativo del hombre de empresa.

8.—No se enfade si le dicen que NO. Piense, cambie de táctica y plantee la operación de otra manera. Hay batallas que se han perdido porque la estrategia y la táctica no iban suficientemente coordinadas. A veces se obtienen contestaciones negativas porque el Banco carece de información, ¿manda Vd., periódicamente, de actuaciones y balances a sus entidades de crédito?

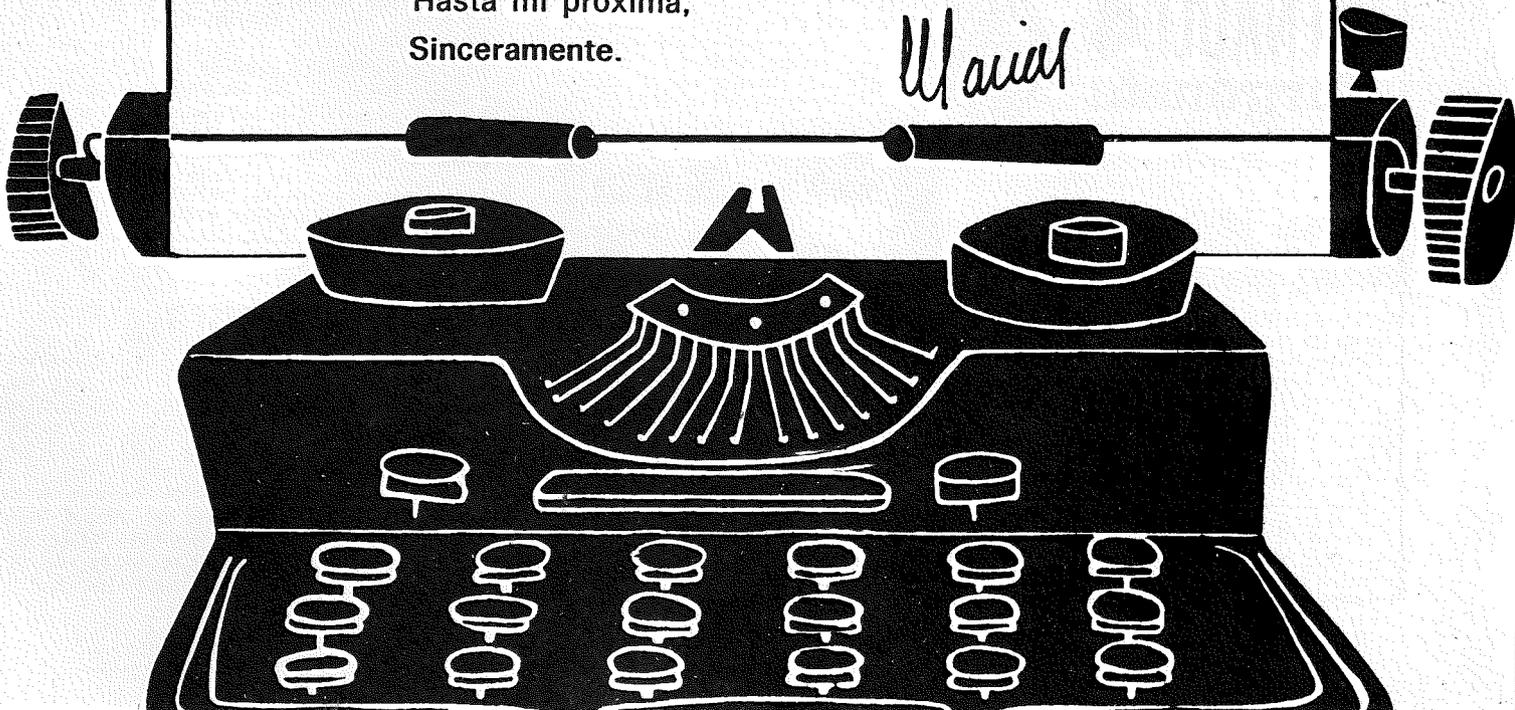
9.—Cuide su presentación y estado de ánimo. Un hombre nervioso, defectuosamente arreglado y sin el sello del triunfo en su rostro, no inspira confianza. A este hombre no se le da nada.

Y 10.—Sea consciente que el crédito, en cualquiera de sus formas, es el refrendo del honor empresarial, y el honor de la empresa y de los hombres que la dirigen es sin duda ese algo que jamás debe ser manchado.

Hasta mi próxima,

Sinceramente.

Mauiel



PRECIOS, PRECIOS, PRECIOS

PRODUCTOS SIDERURGICOS

	Pesetas por Tm.		
Lingote de hierro	4.000	Cable con alambre gris	29.000
Lingote de acero	5.400	Cable con alambre galvanizado	35.000
Desbaste cuadrado (blooms)	6.500	Acero especial f-112	12.600
Desbaste rectangular (slabs)	6.600	Acero especial f-114	12.600
Palanquilla	6.700	Acero especial f-115	12.600
Bobina caliente	9.300	Acero especial f-144	13.650
Fleje caliente	9.750	Acero especial f-145	13.650
Fermachine	9.100	Acero especial f-125	17.500
Redondo hormigón	8.500	Acero especial f-131	18.800
Estructurales	8.250	Acero especial f-155	18.300
Comerciales	8.200	Acero especial f-312	34.950
Material de vía	9.500		
Chapa gruesa	9.500		
Chapa media	9.800		
Chapa fina	9.900		
Bobina en frío	11.100		
Chapa fría	11.350		
Fleje en frío	11.650		
Chapa magnética	14.500		
Fleje magnético	17.450		
Chapa galvanizada	14.500		
Chapa electrocincada	14.500		
Hojalata coque (100 hojas)	1.759		
Hojalata electrolítica "	1.486		
Tubo caliente	13.200		
Tubo frío	14.800		
Alambre de hierro	13.100		
Alambre pretensado	15.600		
Alambre muelles	17.400		
Alambre acero	19.900		

**Un
sello,
medio
millón
de
pesetas**

En el transcurso de una subasta celebrada en Madrid, se llegó a pagar más de medio millón de pesetas por un sello con la efigie de la reina Isabel II. La puja tuvo lugar en una conocida casa filatélica de la capital y asistieron a ella 60 personas, aproximadamente. El sello en cuestión está fechado en 1851, es de color castaño y por su rareza filatélica se pagó exactamente 525.000 pesetas.

También se subastaron otros sellos de indudable interés, alcanzándose cifras más elevadas de las normales en su adjudicación. Una gran parte de los sellos vendidos en Madrid figurarán en una exposición internacional de filatelia que tendrá lugar en Londres el próximo otoño.

Gran reducción de tarifas telefónicas

Las tarifas telefónicas entre España, Portugal, Italia y los Estados Unidos podrán ser reducidas en un 10 por 100, según afirmó el presidente de Italcable en el curso de una conferencia de prensa, durante la cual presentó el nuevo sistema de cables submarinos "Tat-5-Mat 1".

El "Tat-5-Mat 1" "Trans Atlantic Telephone 5-Mediterráneo Atlántico Telefónico 1) pone a disposición de los abonados 720 circuitos telefónicos en dos direcciones con posibilidad de hacer cinco veces el número de llamadas telefónicas que cualquier otro cable trasatlántico pueda absorber.

El nuevo sistema de telecomunicaciones costó en su conjunto casi sesenta y dos mil millones de liras (7.000 millones de pesetas), once de los cuales han sido empleados por Italcable.

El vino, más barato que el agua

"Aragón" se encuentra sorprendido por este fabuloso desfase de la economía vitivinícola española, sobre todo si se tiene en cuenta que en las bodegas aragonesas hay cientos de miles de litros de vino que, a pesar de venderse más barato que el agua, no tienen salida. Un litro de vino de Carifeña cuesta siete pesetas, y un litro de agua pura, trece.

DOS MIL QUINIENTAS GALLINAS SERAN SUBASTADAS EN MALAGA

—Dos mil quinientas gallinas serán subastadas el día 30 en el Juzgado número 6 de esta capital. El precio de licitación será de 20 pesetas cada gallina.

También se subastarán 4.000 departamentos de baterías de huevos, a 25 pesetas cada uno.

MARISCOS

Algunas marisquerías de Barcelona ofrecían los langostinos a 1.800 pesetas el kilo, mientras los percebes se cotizan a 650 pesetas y las almejas, según tamaño, oscilan entre las 400 y las 700 pesetas el kilo.

Se informa también de fuentes relacionadas con el mercado del marisco que las angulas han experimentado ligero aumento en los precios, situándose en 700 ptas. el kilo.

RENAULT 4
furgoneta

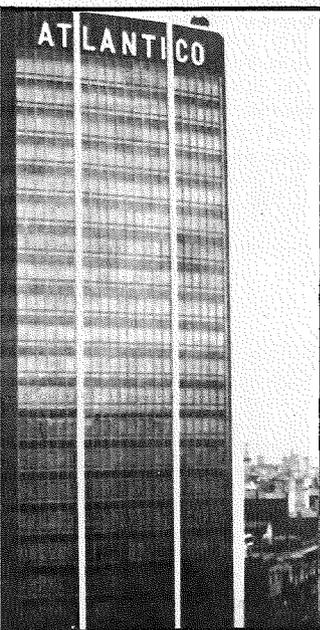


PRECIO F. F.	83.600 ⁶ - ptas.
ENTRADA	43.487 ⁶ - "
RESTO 36 MESES A	1.857 ⁶ - "

TOMAS DARDER HEVIA S. A.
PALMA DE MALLORCA

CONTRIBUCION AL DESARROLLO SOCIOECONOMICO ESPAÑOL

Manifestaciones de algunos de los ejecutivos del BANCO ATLANTICO en su Junta General



D. CASIMIRO MOLINS RIBOT

Presidente del Consejo

—Deseamos mantenernos preparados para prestar nuestros servicios donde y cuando nos sean solicitados por:

- nuestros clientes actuales y futuros.
- nuestras zonas de actuación, haciendo nuestros sus deseos de progreso.
- todo el país, porque nos sentimos implicados, como un instrumento responsable de la marcha de la economía nacional.

— Ayudar a ganar las pequeñas batallas en los problemas comunes de cada día supone ayudar eficazmente a vencer, en el empeño final, a nuestros clientes y a la economía del país.

— Esperemos que la coyuntura con que se inicia el año, de la que puede derivarse un cierto grado de contención crediticia, sea sobrepasada. Prestaremos la máxima colaboración posible en el desarrollo de las empresas sanas, activas y rentables, para superar tales tensiones circunstanciales.

D. ANTONIO GIL IGUACEL

Director general de Inversiones

— El mayor logro que el Banco ha obtenido en este ejercicio ha sido la incorporación de un año más de experiencia de su equipo joven.

— El Banco, como empresa, ha contribuido al incremento del producto nacional con 345 millones de valor añadido, 186 millones por rentas de trabajo, 48 millones por renta de capital, 91 por Impuestos y Seguridad Social y 20 millones por beneficios retenidos.

— Hemos recogido los siguientes fondos:

- de recursos propios, 520 millones.
- de recursos ajenos, 3.513 millones.

— Hemos facilitado los siguientes fondos a la economía:

- al sector privado, 3.020 millones.
- al sector público, 1.015 millones.

— El pasivo de clientes ha experimentado un incremento respecto al año anterior de un 38 por 100.

— Los fondos directos facilitados al sector privado y canalizados a través de las líneas de redescuento especiales ascienden a 1.594 millones de pesetas, con un incremento del 255 por 100 sobre el año anterior. Los sectores sobre los que hemos incidido han sido: construcción de buques para el mercado nacional e internacional, financiación de «stocks» a la exportación, bienes de equipo, libros, etc.

— Los beneficios obtenidos ascienden a 136 millones de pesetas con un incremento del 62 por 100 sobre los del ejercicio anterior.

— Los fondos propios pasaron de 538 millones a 1.057, con un incremento del 198 por 100.

— Los fondos públicos presentaban un saldo al 31-12-68 de 2.161 millones de pesetas, y en 31-12-69, de 3.176 millones, con un incremento del 47 por 100.

— Los servicios del Banco se vieron aumentados por la presencia durante este ejercicio del:

- Edificio social con 16.000 metros cuadrados de superficie.
- El talonario continuo.
- Los telex sobre cambios del mercado internacional.
- Es el sexto año que venimos facilitando a nuestros clientes el extracto diario de operaciones.

— Hemos establecido unas relaciones intensas con las Cajas de Ahorro, pues creemos que nuestros servicios son complementarios a los suyos.

— Con nuestros colegas mantenemos unos vínculos

estrechos, y representan una valiosa ayuda en el logro de las metas que nos hemos propuesto.

— Para el personal del Banco, el ejercicio 1969 fue de esfuerzo constante y de ilusión mantenida. La Dirección del Banco se siente orgullosa de todas y cada una de las personas que trabajamos en él.

D. J. M. RAMIREZ DE LA FUENTE

Consejero-secretario

— Para nosotros la empresa es, ante todo, un conjunto de hombres que se unen para lograr un fin. De ahí que sintamos la preocupación de que todos los hombres del Banco se formen continuamente, aumenten su calidad profesional y, con ello, su grado de responsabilización, promocionen, obtengan adecuada remuneración junto con ayudas complementarias y se integren como accionistas. Es decir, que realizando la empresa, se realicen ellos al máximo.

— Los aumentos de capital que, recientemente, nos ha autorizado el Ministerio de Hacienda, no modificarán la paridad casi total que se da entre las cuantías de capital y reservas del Banco. Dichas reservas han sido en su mayoría aportadas por los accionistas en concepto de primas de emisión.

— La nueva sucursal de Monzón fue inaugurada el 27 de febrero. Las de Alicante y Cádiz comenzarán sus operaciones dentro del próximo mes de abril. Con cargo al 6.º Plan de Expansión nos han sido adjudicadas oficinas en Sevilla y Játiva.

— La actuación del Banco de España, ampliando la exteriorización de sus políticas, ofreciendo una mayor información de datos estadísticos, junto con un diálogo abierto sobre cuantas materias le hemos solicitado su asesoramiento, ha constituido para nuestra entidad una ayuda eficaz. Creemos también que la integración del IEME en un Subgobierno del Banco de España, la simplificación de sistemas que supone la fijación del tipo de interés básico, el funcionamiento de las líneas especiales de redescuento y el diálogo establecido en la aplicación de las órdenes ministeriales de julio del pasado año, han constituido actuaciones muy positivas.

D. JOAQUIN SAURA BUIL

Director general de Extranjero

— La interdependencia entre los países que desean progresar se acentúa a diario. Banco Atlántico intenta también —como formando parte de su misión— estar presente en el campo financiero internacional para ofrecer a sus clientes servicios eficaces —en el amplio aspecto empresarial— más allá de nuestras fronteras.

— El volumen de negocio exterior del Banco, con especial dedicación a la financiación de exportaciones, se ha duplicado durante el transcurso del año 1969.

— Nuestra dinámica y actividad comercial han hecho posible que, en un mercado competitivo y libre como el internacional, los depósitos de clientes en moneda extranjera en Banco Atlántico se hayan incrementado en un 50 por 100 durante el ejercicio.

D. GUILLERMO BAÑARES MARTI

Consejero delegado

— Nos sentimos satisfechos de contarnos entre los diez primeros Bancos nacionales y ocupar el número once de la totalidad de la Banca comercial del país. Con ello creemos haber alcanzado un tamaño que nos permite prestar mejores y más cualificados servicios.

— Que cumplamos nuestros presupuestos de acción y, por tanto, alcancemos las metas y objetivos programados, son consecuencia de los esfuerzos de un equipo profesionalmente bien capacitado; de la dedicación de nuestros accionistas; de la calidad de los servicios prestados, y del grado de satisfacción de los clientes.

— El Banco Atlántico expresa su agradecimiento al equipo humano, a sus accionistas, clientes, colegas, e incluso a la sociedad misma, que al recibir nuestros esfuerzos, nos los ha devuelto incrementados. Porque

el servicio auténtico no sólo es obligación de justicia, sino que además resulta rentable.

— Cuando intervenimos en la promoción de nuevas empresas que cubren lagunas o complementan servicios (por ejemplo: Unión Industrial Bancaria, Banco de Asunción en Paraguay, Túneles y Autopistas del Tibidabo, GRAMCO), nos interesa la colaboración activa en su planificación y lanzamiento. Luego, confiados en la eficacia de los equipos que se han integrado en tales empresas, con un alto grado de autonomía, esperamos la previsible rentabilidad de la inversión.

D. JOSE FERRER BONSONS

Vicepresidente del Consejo

— El sistema financiero es un medio —importante, pero sólo un medio— para alcanzar unos objetivos de progreso socioeconómico. Y la valoración de un «medio» no tiene otro punto de referencia que los objetivos a alcanzar.

— Estas reflexiones nos llevan a proyectar la década de los setenta como un reto para perfeccionar los ins-

trumentos financieros y de técnica empresarial puestos ya en pie, y de modo especial, nuestra presencia en el exterior.

— El dinamismo actual exige, no sólo la movilización de todos los recursos, sino también su mejor aplicación. Las modalidades financieras capaces de transformar dinero en capital —a nivel del ahorrador individual o a nivel de la empresa, pequeña o grande— cuentan con nuestra presencia activa directa o indirectamente.

— Al considerar lo que ha aportado Banco Atlántico, por vía de promoción, asociación, o directamente al progreso socioeconómico del país, debemos contemplar, como en conjunto, entrelazados todos los instrumentos financieros y de técnica empresarial puestos en marcha.

La Junta general, a la que concurrió la casi totalidad de sus accionistas, en sesión ordinaria aprobó e hizo suya la Memoria de la actuación del Consejo y el Balance y Cuentas del Ejercicio 1969. En sesión extraordinaria, acordó facultar al Consejo para que éste, si así lo estimara conveniente, pueda aumentar el capital social del Banco por hasta los límites y condiciones máximos autorizados por la ley.

La señal de alerta ha funcionado, puesto que no ha habido un aumento mínimo del 1 por 100. Ello es debido a los altos ritmos de crecimiento de los meses anteriores, que se han dejado de producir durante este último período. Con ello se demuestra el resultado favorable de las medidas del Gobierno, tomadas para evitar aquel crecimiento excesivo. La señal de alerta pone de manifiesto la eficacia de aquellas medidas.

● **Relación entre el desempleo y la población activa.**—El porcentaje del paro, corregido de variaciones estacionales, sobre la ci-

Oferta monetaria e índice de producción industrial

Funcionan dos señales de alerta

Según los últimos datos disponibles a 2 de abril de 1970, la situación de las señales de alerta establecidas en el II Plan de Desarrollo Económico y Social es la siguiente:

● **Índice general del coste de la vida.**—El aumento de la media de los índices del último trimestre (diciembre de 1969 a febrero de 1970) respecto a la media de los índices del trimestre inmediatamente anterior (septiembre a noviembre de 1969) ha sido del 1,97 por 100 (la señal de alerta habría funcionado si hubiera habido un aumento superior al 2 por 100).

● **Índice general de precios al por mayor.**—La disminución de la media de los índices, corregidos de variación estacional, del último trimestre (diciembre de 1969 a febrero de 1970), respecto a la media de los índices del trimestre inmediatamente anterior (septiembre a noviembre de 1969) ha sido del 0,43 por 100. (La señal de alerta habría funcionado si hubiera habido un aumento superior al 0,75 por 100.)

● **Cobertura de las exportaciones sobre las importaciones.**—El porcentaje medio de cobertura de las exportaciones sobre las importaciones, corregidas de variación estacional, del

último trimestre (diciembre de 1969 a febrero de 1970) ha aumentado 11,28 puntos con respecto al porcentaje medio de cobertura del trimestre inmediatamente anterior (septiembre a noviembre de 1969). La señal de alerta habría funcionado si la cobertura hubiera descendido en más de un punto.

● **Reservas de divisas.**—La disminución de la media de las reservas corregidas de variación estacional, del último trimestre (diciembre de 1969 a febrero de 1970), respecto a la media del trimestre inmediatamente anterior ha sido del 2,38 por 100. (La señal de alerta habría funcionado si hubiera habido una disminución superior al 2,50 por 100.)

● **Oferta monetaria.**—El aumento de la media de la oferta monetaria, corregida de variación estacional, del último trimestre (noviembre de 1969 a enero de 1970), respecto a la media del trimestre inmediatamente anterior (agosto a octubre de 1969), ha sido del 3,85 por 100. (La señal de alerta ha funcionado puesto que ha habido un aumento superior al 3,30 por 100.)

● **Índice general de producción industrial.**—La disminución de la media de los índices, corregidos de variación estacional, del último trimestre (noviembre de 1969 a enero de 1970), respecto a la media de los índices del trimestre inmediatamente anterior (agosto a octubre de 1969), ha sido del 1,28 por 100.

fra de población activa ha sido durante los últimos tres meses el siguiente: año 1969, diciembre igual a 1,36 por 100; año 1970, enero igual a 1,40 por 100; febrero igual a 1,53 por 100. (La señal de alerta habría funcionado si el porcentaje se hubiera situado durante tres meses consecutivos por encima del 2 por 100.)

IBIZA Y FORMENTERA NO ESTAN DE ACUERDO CON UNA PRODUCCION TURISTICA DE NO-DO

Tras proyección en sesión privada, el Fomento del Turismo de Ibiza y Formentera han negado su visto bueno a la cinta cinematográfica en color, producida por No-Do y dirigida por José María Fons —destinada a exaltar el paisaje de las Baleares y sus rasgos característicos para la producción turística de estas islas—, alegando insuficiencia de metraje, escasa calidad de los motivos filmados e importantes omisiones de parajes de interés capital.

Dicha cinta tiene una duración de cincuenta y cinco minutos, de los que solamente ocho se dedican a la isla de Ibiza, siendo así que ha contri-

buido con más de 200.000 pesetas a la realización del documental, por lo que existe el propósito de excluirse de dicha cinta, si no se procede a una nueva filmación y montaje.



VISITA AL POLIGONO

El pasado día 6 de Abril visitó el Polígono Industrial de «La Victoria» el Ilmo. Sr. Subsecretario del Ministerio de la Vivienda don Francisco Javier Traver, a quien acompañaba el Ilmo. Sr. Secretario General Técnico, don Antonio de Leyva y

las primeras autoridades civiles de la Provincia y locales; así como los Sres. Albertí, Esteban, y Simó-Orpí, en representación de A.S.I.M.A.

Visitaron los terrenos destinados a la construcción de las viviendas sociales y

del Complejo Polideportivo, y del Edificio representativo, en construcción.

Los distinguidos visitantes se mostraron gratamente satisfechos por las realizaciones que en breve serán inauguradas.

RUEDA DE PRENSA

El pasado día 15 de Abril, y en el Hotel Mirador de esta Ciudad se celebró una Rueda de Prensa, organizada por A.S.I.M.A. al objeto de informar de los resultados e impresiones obtenidas después de 8 días de viaje por diferentes capitales europeas que tuvo por finalidad conocer y estudiar sobre el terreno los diversos «Shopping-Center» y «Trade-Center» visitados, y la posibilidad de una futura instalación en Palma.

Fueron los viajeros el Delegado Provincial de la Vivienda D. Francisco Garí Mir, el Teniente de Alcalde de Urbanismo de nuestro Ayuntamiento, D. Juan M. Fiol Tur, el Jefe Provincial de Carreteras D. Miguel A. Llauger, el Presidente de A.S.I.M.A. D. Ramón Esteban Fabra, el Director General D. Javier Macías

En todas partes encontramos las mayores facilidades para conocer los centros que visitamos, y se nos dieron detalles verdaderamente íntimos. El estudio técnico que se nos facilitó, podríamos valorarlo en un millón de pesetas.

En Holanda y en Dinamarca visitamos a los Embajadores de España, a los que comunicamos la finalidad de nuestro viaje. Los dos Embajadores nos indicaron que eran los primeros españoles que les visitaban con tal objeto.

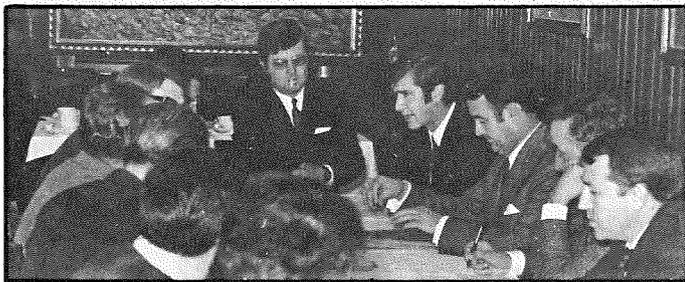
También las Cámaras de Comercio de las ciudades visitadas, entre ellas la impresionante de Amsterdam, con sus 220 empleados y 45.000 comerciantes inscritos. Las facilidades a la expedición mallorquina llegó al extremo de que hasta pudimos ver «las tripas» a la organización, con el aleccionamiento que ello representa. No en balde hemos sido los pioneros españoles en esos viajes de estudio y trabajo.

Hemos de ser honrados y por ello nos creemos obligados a explicar a los industriales y comerciantes en qué consisten los «Shopping-Center» y los «Trade-Center», para lo cual vamos a realizar un detallado estudio que daremos a conocer cuando lo tengamos ultimado para que ellos sepan a qué atenerse. De todos modos, y como adelanto, resumiremos en dos palabras su significado:

«Shopping-Center» y «Trade-Center». Los primeros son centros comerciales y de diversión, radicados fuera de las aglomeraciones urbanas. Disponen de toda clase de servicios e instalaciones. En uno de los visitados, además de guarderías infantiles, cines, aparcamientos, restaurantes, salones de baile, etc. también hay un templo cristiano ecuménico. Los «Trade-Center» son ya bloques de manifestación permanente industrial, en su doble vertiente de exposición y de registro de pedidos.

Terminada la explicación del Sr. Macías los restantes viajeros dieron a conocer datos y más detalles sobre tan interesante viaje.

Es curioso destacar que por cada metro cuadrado de espacio útil se dispone de 5,5 metros cuadrados de aparcamiento. Un cuarenta por ciento de los gastos de consumo de los clientes se realiza en los «Shopping-Center». La jornada característica es la del sábado festivo, combinando las compras con la diversión. En los EE. UU. funcionan ya más de 6.000 «Shopping-Center» y en Europa se van creando unos doce cada mes. Para

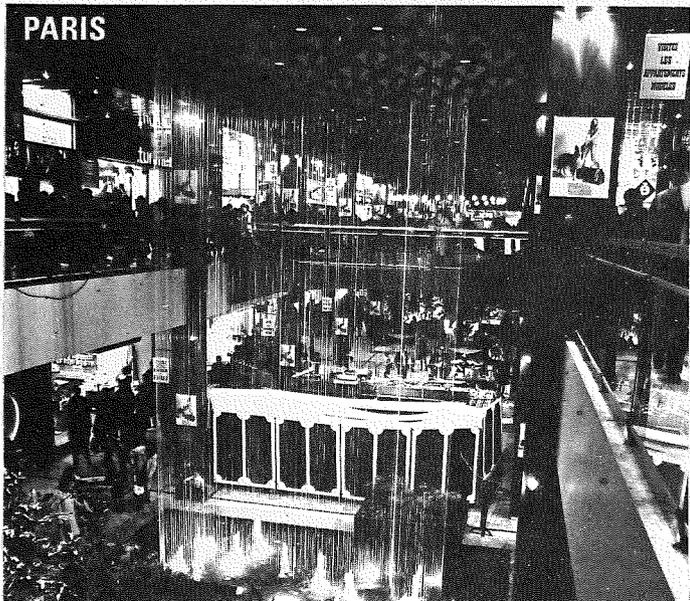


Rodríguez, el Director General Técnico D. Angel Palacios Vallejo, el Asesor Jurídico D. Damián Barceló Obrador, el Vocal de la Cámara de Comercio D. José Planas Montanya el economista D. Pedro Costa Porta y D. Jaime Pascual, repórter gráfico.

Las capitales visitadas fueron las siguientes: Niza, Zurich, Frankfurt, Amsterdam, Rotterdam, Copenhague y París.

D. Javier Macías Rodríguez, como Director General de la entidad organizadora dio a conocer los aspectos, características, modalidades y funcionamiento de los diversos centros visitados, diciendo entre otras cosas:

La impresión que nos causaron esta clase de instalaciones, fue inmejorable, tanto por su cuidado montaje como por su perfecto funcionamiento. En ellas no se ha descuidado detalle alguno, contando con una magnífica red de servicios complementarios que abarcan desde una iglesia hasta cines, restaurantes y guarderías infantiles.



ser en plenitud un «Shopping-Center» se tiene que tener a disposición de los clientes cuanto éstos puedan apetecer. Los más importantes almacenes de las ciudades visitadas tienen su puesto en los «Shopping-Center». Todos funcionan en régimen de sociedad anónima. Y no perjudican competitivamente a los comerciantes en régimen normal, sino todo lo contrario, como se ha demostrado en Versalles.

Tanto el Sr. Delegado de la Vivienda como el Sr. Jefe de Carreteras manifestaron sus puntos de vista sobre urbanismo y comunicación alegando que por su parte están dispuestos a colaborar en lo posible para que en caso de la instalación del «Trade-Center» en nuestra Ciudad resulte modélico bajo todos los aspectos.

Cerró el acto D. Jerónimo Albertí Picornell, en aquella fe-

cha futuro Presidente de la ya mencionada entidad, con una referencia al reciente parlamento del Ministro de Información y Turismo en la clausura de la Asamblea Provincial de Turismo, en el que el Sr. Sánchez Bella señaló como, en el mismo Capri, la industria artesana supera en rentabilidad al Turismo. Se va a elaborar un estudio serio sobre las conclusiones de ese viaje a Europa y va a ofrecerlo, como adelantado auténtico, al propio Gobierno de la Nación. En cuanto a Mallorca, la visión de futuro, incluso de creación de necesidades, es lo que le anima, como lo ha demostrado con la creación de sus Polígonos Industriales. Si del estudio resulta que «Shopping-Center» y «Trade-Center» convienen a Mallorca, A. S. I. M. A. arrimará otra vez el hombro...

Finalmente se sirvió una copa de vino español.

PRIMER ACTO DEL PATRONATO

Patrocinada por el patronato cívico docente «La Victoria», se presentó, en la Sala Augusta el pasado día 15 y en función de gala el preestreno de la película «Golpe de Mano» a la que asistió distinguido público, llenando por completo todo el vasto salón.

En primer lugar se proyectó el documental, realizado por Nodo, «El reto de nuestro tiempo» relativo a la enseñanza

pasada, presente y futura en nuestra Patria.

Seguidamente dirigió la palabra D. Damián Barceló, Secretario de dicho Patronato, quien en bellas y elocuentes frases explicó la constitución y las finalidades que persigue dicho Patronato.

Antes de la proyección de la mencionada película se presentó a los asistentes el Director de la misma José Antonio de la Loma, y los intérpretes de «Golpe

de Mano» nuestro paisano Simón Andreu y la actriz Patty Shepard.

Cuidó de la presentación y de las entrevistas nuestro buen amigo Sant-Duaso. La película gustó al numerosísimo público.

Felicitamos al Patronato Cívico Docente «La Victoria» por éste su primer acto y le auguramos muchos éxitos en el desenvolvimiento de sus actividades.

ASAMBLEA GENERAL

En el Teatro Sindical, el pasado día 17, se celebró la Asamblea General de la Asociación Sindical de Industriales de Mallorca, (A.S.I.M.A.)

Presidió el acto D. Alfonso Mayquez Noguera, Delegado Provincial de Sindicatos, a su derecha D. Ramón Esteban Fabra, Presidente saliente de la Comisión Coordinadora, y a su izquierda D. Javier Macías Rodríguez, Director General. Junto con esta presidencia ocuparon asientos miembros directivos de A.S.I.M.A.

Hicieron uso de la palabra el Secretario de la Comisión D. Joaquín Mezquida Aguiló para leer el acta anterior; D. Javier Macías para presentar el plan de cuentas para el año actual, D. Luis Pericás, tesorero que dio a conocer el último balance; D. Damián Barceló, Asesor Jurídico, comunicando las modificaciones de algunos artículos de los estatutos de A.S.I.M.A.; D. Ra-

món Esteban Fabra, que después de dar a conocer las realizaciones conseguidas últimamente, pasó a describir las de una futura consecución, para terminar su inte-



resante y emotivo parlamento, proponiendo el nombramiento de Miembro de Honor de A.S.I.M.A. y la Medalla de Oro de la Asociación para D. Alfonso Mayquez Noguera, en testimonio del agradecimiento especial por sus continuos desvelos y ayudas prestados a la Entidad, propuesta que fue rubricada por calurosos aplausos de los numerosos asistentes.

Se procedió seguidamente a la elección de las tres nuevas vocalías que recayeron en D. Juan Jaume Garau, D. José Luis Buades Fiol y D. Andrés Darder Ca-

ñellas.

El Sr. Delegado de Sindicatos habló seguidamente de las cualidades personales de D. Ramón Esteban Fabra, D. Francisco Garí Mir y D. Bartolomé Buades Fiol, miembros salientes de la Comisión. Después de unas cariñosas y elocuentes frases encomiásticas, centró todo su parlamento para referirse al Sr. Esteban, resaltando su dedicación a

A.S.I.M.A. Agradeció el nombramiento que se le había otorgado y presentó al nuevo Presidente D. Jerónimo Albertí Picornell. Al tomar la palabra el Sr. Albertí se autoanalizó, con modestia y sinceridad, sus méritos y capacidad para ocupar esta presidencia. Alegó que con el asesoramiento de su predecesor y la confianza de todos los industriales, confiaba en ser un digno sucesor del Sr. Esteban aunque era muy arriesgado sucederle, dada su extraordinaria valía y la dedicación que aquél ha dedicado a la entidad.

En el capítulo de ruegos y preguntas se expusieron algunos problemas que serán resueltos en fecha próxima. Entre estos destacamos: la prohibición de las prácticas y exámenes de conductores en los Polígonos; el transporte del personal que desde Palma se desplaza a aquella zona, deficiente, y escaso; los baches existen-

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

SERVICIO POR ABONO

EL BRILLO BALEAR

Sindicato, 36 - 1.º - 1.ª

JUAN MASSO

TELEF. 22 27 00

tes en las vías de comunicación y la solicitud de un nombramiento o de una especial distinción para D. Ramón Esteban Fabra. A éste último ruego contestó el Sr. Albertí prometiendo un homenaje sincero y entusiasta, que en breve se piensa dedicar al Presidente saliente.

No habiendo más asuntos que tratar se levantó la sesión.

A.S.I.M.A. EN NUEVA LINEA



«ECONOMIA BALEAR» se complace en presentar a D. Jerónimo Albertí Picornell, como Presidente de A.S.I.M.A., al mismo tiempo que se pone a su disposición para todo cuanto redunde en beneficio de la Entidad y repercuta en favorecer los intereses de los asociados.

MAS NOTICIAS

• • •

Alzamora, el Presidente de la Cámara de Comercio, don Juan Frau y el Secretario de la F.O.M.A.T. don Bartolomé Bosch fueron exponiendo consideraciones y noticia sobre la Feria 1970 y sobre sus perspectivas de futuro, con apostillas y ampliaciones del Gobernador.

La F.O.M.A.T. 1970, tendrá lugar en el recinto de siempre, Explanada de los Héroes del «Balears». En las manifestaciones de años anteriores, sólo se contaba con un Pabellón Cubierto, el central, el

suyo el no poder disponer de la zona verde en que podría convertirse «Sa Fainxina». En cuanto al gran edificio escolar «Jaime I», podría ser trasladado más arriba o desplazado en otros dispersos de menos aulas escolares.

En definitiva, afirmó el Gobernador, el Consorcio deberá decidir el próximo año si se queda con el actual emplazamiento con una previsión de futuro de por lo menos diez años, o si traslada la F.O.M.A.T. a otro lugar.

Lo cierto y sin lugar a dudas es que la F.O.M.A.T. va a seguir nuevos derroteros para la consecución de sus Ferias, caminos que deseamos sean sinceramente los mejores para conseguir lo que nuestras Islas se merecen.

«Economía Balear» se une al deseo de nuestra primera autoridad civil, de dignificar nuestra Feria, ofreciéndose, desinteresadamente, en todo cuanto pueda colaborar.

IX FERIA DE MUESTRAS



Atentamente invitados por el Excmo. Sr. Gobernador Civil de Baleares asistimos a la Rueda de Prensa que en el Gobierno Civil tuvo lugar el 17 de Abril, en torno a la Feria Oficial de Muestras, Artesanía y Turismo de Baleares que se celebrará en Palma del 20 de Junio al 5 de Julio próximo, en su IX edición.

Nuestra primera autoridad civil explicó el motivo de la reunión. Haberse llegado a un acuerdo para formar un Consorcio entre el Ayuntamiento de Palma, Diputación Provincial, la Delegación Provincial de Sindicatos, la C.I.T.E., de Baleares y la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Mallorca e Ibiza, para la dirección y orientación de la Feria.

Dijo, entre otras cosas, que la F.O.M.A.T. no debe suprimirse en manera alguna; pero que tal como estaba no tenía ni la categoría ni la repercusión que el prestigio de Mallorca y Baleares requiere. Esto representaba dar con una de las dos soluciones: o mejorarla radicalmente o suprimirla. Gracias al Consorcio que en breve será escriturado la Feria de Muestras se celebrará este año y tan pronto como se haya realizado se estudiará la orientación de la X edición. Rogó de los medios informativos una máxima colaboración para que sea una realidad la continuación de nuestra Feria de Muestras.

Seguidamente, el Alcalde de Palma Sr.

adosado al Colegio Nacional «Jaime I». Este año se le unirán cuatro Pabellones cubiertos más, uno monográfico de la Piel, otro dedicado a la Industria del Mueble (madera), otro a la Empresa Nacional de Artesanía y el cuarto a Industrias Varias. El Pabellón Cubierto Central será dedicado, como siempre, a manifestaciones Industriales mallorquinas. No faltarán los sectores de degustación ni los sectores dedicados a maquinaria pesada (coches, grúas, tractores y embarcaciones) y libros. Habrá, pues, 6 pabellones no cubiertos y 5 cubiertos.

Una de las cuestiones suscitadas en la reunión fue la del emplazamiento de la «nueva» Feria de Muestras. En el año 1968 se realizó por la Dirección de la F.O.M.A.T. una encuesta entre los expositores sobre sus preferencias y el resultado no pudo ser más revelador. Se barajaron emplazamientos tales como Pueblo Español, terrenos del futuro Parque del Mar, explanada de la actual Feria de Ramos y otros, pero todos ellos obtuvieron un muy escaso porcentaje de preferencias. El actual emplazamiento, sin ampliaciones, obtuvo un 34 por ciento de votos y con ampliaciones un 38 por ciento. En ese sentido, pues, no cabe la discusión.

El Alcalde expuso pros y contras del actual emplazamiento. Para él, cuenta lo



NOMBRAMIENTO

El pasado día 16, en la Jefatura del Movimiento, el Excmo. Sr. Gobernador Civil de Baleares D. Víctor Hellín Sol dio posesión al cargo de Delegado provincial de Educación Física y Deportes a D. Bartolomé Tous Amorós, distinguido amigo y colaborador de ECONOMIA BALEAR.

Al felicitarle por el cargo que le ha sido conferido le deseamos muchos aciertos en su cometido.



L'assicuratrice Italiana

(DEL GRUPO R. A. S. - RIUNIONE ADRIATICA DI SICURTA)

Sociedad Anónima de Seguros y Reaseguros

CAPITAL SOCIAL 1.600.000.000 liras

ENTERAMENTE DESEMBOLSADO

FUNDADA EN 1898

DIRECCION PARA ESPAÑA:

BARCELONA - 8

Avda. Generalísimo Franco, 440

Tel. 2277470

DELEGACION PARA BALEARES:

PALMA DE MALLORCA

Velazquez, 28 - Tel. 21 38 80

RESPONSABILIDAD CIVIL de Automóviles y otros vehículos.

RESPONSABILIDAD CIVIL de Industrias, Comercios, otras Empresas y Riesgos Especiales.

ACCIDENTES INDIVIDUALES, Acumulativos. Personas transportadas en automóviles particulares y de Doble Capital.

INCENDIO, ROBO, CRISTALES Y TRANSPORTES

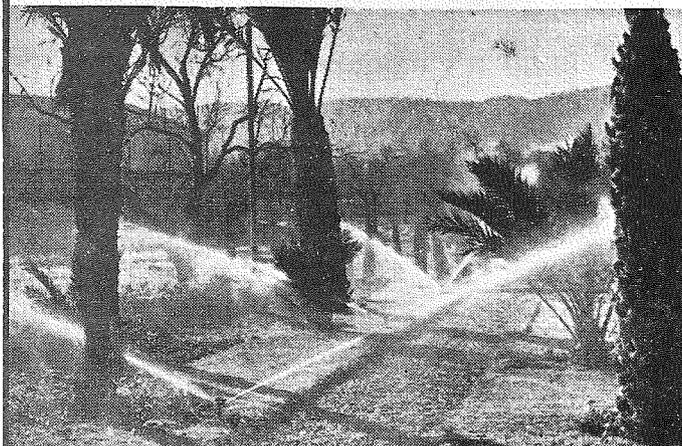
VIDA

Previsión y ahorro. Rentas Vitalicias



MAQUINARIAS y RODAMIENTOS, S. A.
Avda. Conde Sallent, 19 - Telf. 223159
PALMA

- **Correas Trapezoidales**
- **Planchas Perforadas**
- **Rodamientos**
- **Cadenas**
- **Muelas**



DISTRIBUIDORES DE EQUIPOS DE RIEGO POR ASPERSION



¿ Quiere Ud exportar ?

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

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

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

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

ESTADOS UNIDOS

Castle Sporting Goods Inc. 498 Nepperhan Avenue Yonkers. Nueva York. 10701.

Fundas y cañas de cuero para escopetas y pistolas.

Lucien L. Stern Inc. 220 Fifth Avenue. Nueva York. N. Y. 10001.

Joyería (Fetiches de azabache especialmente manos de miniatura.

Border Distributing Co., Inc. East Main Street Road. Malone. Nueva York. 12953.

Toda clase de artículos deportivos.

Wall Trading Corp. 182 Sweet Hollow Road. Old Bethpage. Nueva York 11804.

Morteros de madera artísticos.

Mens Fashion Guild Inc. 353 Fifth Avenue. New-York. N. Y. 10016.

Confecciones en cuero y antilope para caballero.

Kuhn's Crafts. Co. Inc. Rfd. L., Box 38 Kennebunkport, Maine. 04046.

Toda clase de artesanía y regalos.

King Products Co. Inc., 39 Wets 32nd Street. New York. N. Y. 10001.

Pitilleras y cinturones de cuero para caballero y muchacho.

Harriet Osheowitz Interiors. 242 Harvard Avenue. Rockville Centre. N. Y. 11570.

Artículos decoración, boutique y regalo, muebles, reproducciones y antigüedades.

Interestate Departmen Stores Inc. 111 8th Avenue. New York. N. Y.

Carteras y bolsos de cuero para señora.

Budd Looms Inc. 306 Eats 61st Street. New York. N. Y. 10021.

Alfombras y esteras de esparto.

Art. Treasures of the World. 745. North Pasporja Sunnyvale. California. 94086.

Pinturas al óleo y antigüedades.

Mr. Joseph Rocha. 18009 San Fernando Mission Blvd. Granada Hills. California. 91344.

Bisutería.

Global Shoe Co. Inc. 122 E. Washington Blvd. Los Angeles. California. 90015.

Calzado.

Laburts-Mens. Wear. 1533 Webster. St. Alameda. California. 94502.

Trajes deportivos, sweters, pijamas, corbatas, calcetines, sombreros, zapatos, bolsos, billeteros, relojes, maletas, artículos joyería, pintadas al óleo, lámparas, vajilla y cristalería.

Sherpherd's Fashions 1555 E. 14th. St. San Leandro. California. 94577.

Confección de prendas en ante y piel para señora y bolsos.

Xcel Products. 70004 McKingley Ave. Los Angeles. California. 90001.

Hierro forjado.

Lou Haiman Enterprises Inc. 409 N. Foothill Rd. Beverly Hills. California. 90210.

Calzado para niños.

Harry & David 215 Riverside Ave Newport Beach. California. 92660.

Artículos de cuero.

W. Rosen Co. Imports from Europe. 5511 Corteen Pl. North Hollywood. California. 91607.

Calzado.

Mr. David Brice 3329 Lawry Rd. Los Angeles. California. 90027.

Artículos bisutería y regalo.

White Front Stores. 5555 E. Olympic Blvd. Los Angeles California. 90022.

Artículos de madera y regalo, hierro forjado.

Mr. Walter Alve 14546. Nordhoff. Panorama City. California. 91402.

Pelucas.

GRAN BRETAÑA

Blagdon Supply Co. Brook House. Rickford. Burrington. Nr. Bristol.

Toda clase de productos españoles.

MEJICO

D.ª María Carretero de Celorio. Almagro, S. A. Sierra Paracaima, 365. Méjico. 10. D. F.

Cerámica artística, figuras y tallas de madera u otros materiales, reproducciones de cuadros artísticos y confecciones infantiles.

PANAMA

Margarita de López. Apartado, 7024. Panamá 5 R. de Panamá.

Ropa de niños y niñas en general, bolsos y calzados de señora.

Kardonsky Hnos., S. A. Apartado 1904. Panamá, 1. R. de Panamá. Camisetas, medias y zapatos de niñas y niños.

SUECIA

Kroinport, Box 62.370.20 Lyckeby.

Cerámicas y toda clase de artículos de artesanía.

Fabiola. Arkivgatan 6. Göterborg.

Artículos de artesanía.

A. B. Bröderna Börjesson. Bjästa.

Guantes.

Exportaciones

INCREIBLE, PERO CIERTO

"Información Comercial Española", boletín del Ministerio de Comercio, publica en su último número el registro de licencias de exportación en la semana del 9 al 15 de marzo. Entre estas figuran algunas partidas curiosas, de las que sobresalen las siguientes:

A Alemania, 80.000 kilos de tierra y 14 de castañuelas.
A Dinamarca, 23 kilos de guitarras.
A Suecia, 5.850 kilos de

flores.

A Checoslovaquia 15.000 kilos de carne de ciervo.

A Congo Kinsasa, 1.727 kilos de chupa-chups.

A L(bano), 769 kilos de bañadores.

A Marruecos, 450 kilos de whisky.

A República de Sudáfrica, 110 kilos de balones.

A Estados Unidos, 2.160 kilos de sangría y 1.512 de mariscada.

A Méjico, 29 kilos de abanicos.

1969: AÑO INFLACIONARIO EN ESTADOS UNIDOS

El año 1969 ha sido considerado por los economistas norteamericanos como el peor en lo que a inflación económica se refiere desde 1951 en los Estados Unidos.

Según las cifras publicadas por el Instituto de Estadística del Ministerio de Trabajo, el precio índice del consumidor se coloca en 1969 en un 30 por 100 por encima de la base existente en 1957.

CONSUMO DE ACERO EN EL MUNDO

El consumo y la producción de acero en el mundo, equivalentes a 530 millones de toneladas en 1968, aumentará a 700 millones de toneladas en 1975, a mil millones de toneladas en 1980 y a 2.000 millones en el año 2000.

DATOS TURISTICOS DE 1969

Las estadísticas correspondientes a los diez primeros meses de 1969 dan 19.635.856 como número de visitantes de nuestro país, lo que supone un aumento de un 12,7 por ciento sobre el mismo período del año anterior y una superación previsible de las metas del segundo Plan de Desarrollo de un 8 por ciento.

LAS COMUNICACIONES POR SATELITE

España es la tercera nación del mundo, precedida tan sólo por Estados Unidos e Inglaterra en la explotación de los servicios de comunicaciones por satélites, seguida de Italia, Francia, Canadá y Alemania, entre otras.

DAMERO ECONOMICO

UN MILLON DE DOLARES PARA UN CENTRO OLEICOLA

Gracias a la financiación del desarrollo del centro de mejoras y demostración de las técnicas de la producción olivarera por parte del programa de las Naciones Unidas, el Centro Oleícola de Córdoba recibirá una subvención de un millón de dólares —70 millones de pesetas— y reunirá todo lo que pueda favorecer el conocimiento y promoción del olivo y su aceite.

OTRO PRESTAMO DEL BANCO MUNDIAL A YUGOESLAVIA

El pasado 30 de Enero, el Banco Mundial y el Gobierno yugoeslavo han firmado un acuerdo por el cual aquella organización internacional concedía a Yugoslavia un préstamo por valor de 18,7 millones de dólares.

EL CREDIT LYONNAIS FORMA UNA NUEVA FILIAL

El Credit Lyonnais ha creado una nueva entidad filial, denominada, Société Lyonnaise d'Informatique, capitalizada en su salida inicial con un millón de francos.

EL VIZCAYA EN NUEVA YORK

El Banco de Vizcaya inauguró su oficina de representación en Nueva York, con asistencia de D. Luis María de Ibarra, vicepresidente del Banco, y D. Julio Arce, director en Madrid.

BUENA MARCHA EN EL RITMO DE LAS EXPORTACIONES

Las exportaciones españolas alcanzaron el Diciembre de 1969 un nivel récord de 245,6 millones de dólares lo que representa un incremento del 27,7 por ciento sobre la cuota de 192,3 de Diciembre de 1968, máxima hasta ahora.

AMPLIACIONES DEL CAPITAL PARA FECHA PROXIMA

El Banco Atlántico, el Banco Guipuzcoano, el Banco de San Sebastián y el Banco del Noroeste tienen pendientes ampliaciones de capital, estando actualmente a la espera de las autorizaciones preceptivas.

EXPORTACION DE UVA

La exportación de uva a Gran Bretaña en el año 1969 fue de 37.000 toneladas, con un valor de 4.300.000 libras esterlinas. El volumen de uva exportada el pasado año a Inglaterra descendió en relación con campañas anteriores. La uva procedente de Sudáfrica crea creciente competencia a la uva española.

MONOCULTIVOS

con Rafael ALCOVER

Tratamos el mes pasado del turismo en sí y del monocultivo turístico balear. Entremos hoy en los otros dos aspectos ya enunciados: los otros cultivos existentes y los otros cultivos posibles.

C.- Los otros cultivos existentes.

Naturalmente no todos en Baleares viven del turismo. Pero su influencia económica en pro o en contra es muy fuerte en los otros sectores de la economía, ya sea derivando necesidades hacia ellos, ya sea restándoles capital, ya sea encareciendo solares y jornales.

La primera fórmula es sumamente importante, no solamente por ser la más extendida, sino también porque puede producir espejismos.

La construcción y sus industrias proveedoras y complementarias viven siempre a remolque de los demás sectores económicos. Si no hay necesidad de dar cobijo a industrias o mercancías, oficinas o empresas de servicios, (hoteles, por ejemplo), si no hay crecimiento demográfico porque la pobreza empuja a la emigración, no se construye.

Hoy en día, una gran proporción de la construcción en nuestras Islas es directamente para el turismo en hoteles, apartamentos, tiendas, etc.; o son viviendas para la población en aumento, no sólo vegetativo, sino producido por la inmigración.

Sería muy bueno que el crecimiento de otros sectores, al margen totalmente del turismo, ayuda-

sen a hinchar las velas de las naves de la construcción; la contribución, en este sentido, de los polígonos industriales es la más destacada.

En otros aspectos el turismo mueve empresas que, a primera vista, podrían parecer alejadas, mientras que su impulso es sólo parcial en otras, que podrían parecer cercanas.

Entre las primeras podemos citar la venta de automóviles y de electrodomésticos, conquistas sociales, de la gran mayoría de la actual población balear. Aún cuando ni un sólo turista compre un coche o una nevera, estas compras están fuertemente influenciadas por el turismo.

En el campo contrario podemos encontrar la fabricación del calzado. El número de tiendas de zapatos existentes en las Islas es muy superior a las necesidades de sus habitantes, lo que demuestra que, en parte, viven de las ventas a turistas; pero la mercancía que tienen es sólo en parte procedente de fábricas de nuestra Provincia. Los fabricantes de Baleares venden a toda España y exportan muchos cientos de millones de pesetas al extranjero. Sus ventas a turistas y a la población insular representan un bajo porcentaje de su producción.

Por contra, han sido muchas las fábricas de calzado que han sufrido las consecuencias del turismo en el segundo punto que anunciábamos, o sea en la evasión de capitales de su sector al otro. Este fenómeno, que han padecido también las otras industrias tradicionales, es sumamente lógico, pues el negocio turístico se presentaba tentador y ubérrimo, mientras el negocio del calzado, además de sus cíclicas crisis, encontraba dificultades para colocar sus productos. España tenía un índice de consumo bajísimo y la exportación, hoy en auge, era una pura utopía en la cabeza de algún pionero visionario, bien conocido y sinceramente admirado, que sólo conseguía endurcerse en la lucha sin grandes resultados positivos.

En el tercer aspecto, o sea el encarecimiento de solares y jornales, todos se han visto afectados. Hasta la extracción de sal del agua del mar, quizá lo más alejado, en sí, del turismo, ha notado el influjo de estos dos factores.

En conjunto, la industria y el comercio que hoy en día existe en nuestras Islas, en mayor o menor proporción, más o menos directamente, viene influenciada por el impulso económico del turismo, y es por

ello que el aspecto exterior y el primer golpe de vista, crean la impresión destacada del monocultivo del turismo. Consecuentemente los peligros interiores y los posibles peligros exteriores que acechan al turismo, adquieren interés general. No serían los hoteles, las agencias de viajes y las tiendas de souvenirs los únicos que colapsasen; se verían afectados la casi totalidad de la actual industria y del comercio balear, en mal o en bien.

D.- Los otros cultivos posibles.

De todo lo dicho, y a pesar de que la visión de la estabilidad del turismo pudiera dar a entender algo diferente, se hace indispensable, mientras se mantiene y se acrecienta el sector del turismo y todos sus tributarios, acrecentar aún más otros sectores, de forma que en el cómputo total de la economía balear aquél vaya perdiendo mientras más rápidamente mejor, su posición relativa predominante.

El turismo puede ayudar a este saneamiento económico con los capitales que ha producido. En Baleares hay dinero para hacer muchas cosas, pero hay que saber qué hacer y cómo.

En primer lugar reactivar y robustecer lo tradicional e independiente del turismo. En este punto nos fijaremos en dos aspectos a modo de ejemplo, la almendra y el calzado.

En cuanto a la parte agrícola baste indicar los estudios que se han hecho para la elaboración de un plan de mejora del cultivo del almendro, de forma que permita una mejor comercialización del fruto, por haberse mejorado y uniformado las calidades. La exportación de almendras es ya tradicional en nuestras Islas y la influencia del turismo se limita al encarecimiento de la mano de obra.

En cuanto al calzado, su larga tradición, la perfección alcanzada y el empeño de algunos empresarios, han hecho que por fin se exporte en cantidades sumamente

apreciables. Hoy en día son muchas las fábricas que han podido ya renovar su maquinaria y muchos los empresarios que, conscientes de la importancia de su industria y de las necesidades futuras, ya dan seria formación empresarial a las nuevas generaciones. En este campo, si se unieran esfuerzos, unión de esfuerzos en fases de producción similares, en comercialización y en exportación, podría adelantarse extraordinariamente en el camino que propugnamos. El minifundio mata el empuje necesario pero las uniones se ven imposibles por el grave problema del «paro empresarial»; un punto donde la vanidad puede más que la economía, el punto siempre más difícil en todo proceso de unión de empresas.

Y entramos ya en el campo de las posibilidades no explotadas hasta el presente: Deben ser independientes de la influencia del turismo, o lo que es lo mismo, tener asegurada su normal pervivencia en caso de colapso total de aquél.

Deben tener en cuenta las circunstancias de lugar y las comunicaciones, tan importantes en unas Islas. Los fletes de materias primas importadas y de productos acabados exportados han de incidir en el costo total en un porcentaje mínimo, para no debilitar a las empresas frente a la competencia exterior.

Deben tener su mercado en el exterior de las Islas en su totalidad o en un alto porcentaje.

Reuniendo estas condiciones, la industria que así se crease tendría su viabilidad basada en conceptos económicos generales, y en mercados amplios, y gozaría por tanto de la máxima independencia posible con referencia a los otros sectores.

Un punto conviene remarcar, por su singular importancia, aún cuando se halla implícito en lo antes dicho. Es un gravísimo error imaginarse que la exportación es un problema de colocación de excedentes. El mercado de exportación es completo en sí, difícil y requiere una gran capacidad empresarial; se le ha de dedicar un esfuerzo independiente, propio y con unas características totalmente suyas.

No sería completa la reforma a otros posibles cultivos, sin tratar, una vez más, un aspecto comercial de extraordinario interés; Repitiendo lo que ya fué la base de una riqueza de Mallorca en otros tiempos, hacerla centro mundial de reparto de mercancías por el tráfico aéreo. Por su situación, por las posibilidades de aeropuerto, por la serenidad de su atmósfera, Mallorca puede ser lugar donde se almacenen mercancías americanas para su distribución en Europa, Asia y mercancías Europeas para su distribución en Africa y cercano Oriente.

Calleres SURUTO

SEAT
RENAULT
SIMCA
CITROEN

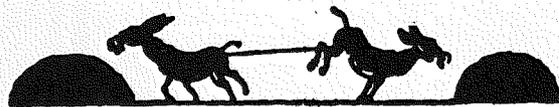
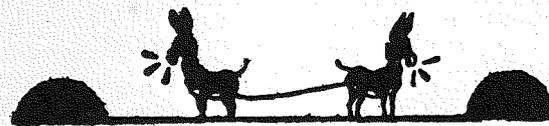
MECANICA
ELECTRICIDAD
CARROCERIA
PINTURA

CALLE BLANQUERNA, 67 - 69
CALLE PEDRO MARTEL, 63 - 75
CALLE A. M. MARQUES, 56 - 60

TELEFONOS: 250981
252402
PALMA DE MALLORCA

LEE EL N.º 8 DE

economía balear





El hombre imita la naturaleza. Sólo gracias al pensamiento se distingue de ella y, también, por las situaciones que se plantea a sí mismo, irresolutamente. No se puede hablar del Destino como de una cadena de acontecimientos que aten irremediablemente al hombre a su felicidad o a su infortunio, sólo a una u otra cosa, como el asno a la noria, para siempre. En realidad el Destino, como todo lo que tiene que ver con el hombre, y a través de él con la naturaleza, no es lo que se teme encontrar al final de la cadena de acontecimientos, sino lo que se suma en cada eslabón de ella y en cualquier átomo de su composición. No se puede hablar del Destino, sino de una infinidad de Destinos de repetición, tantos como gestos, impulsiones, reflexiones, decisiones y actos adopta el hombre a cada instante por capricho, necesidad o por reflejo instintivo de auto-defensa. El Destino es, supongo, lo que Ortega llama «el hombre y su circunstancia». Como el ritmo vaivén del oleaje, como la transición permanente del día y de la noche o del frío y el calor, el destino del hombre adopta actitudes que se repiten e imitan a sí mismas constantemente, con flujo y reflujo de igual medida.

La idea dimensional de una felicidad o de un infortunio puede ser grande o pequeña, como grandes o pequeñas pueden ser las olas que barren la playa. No sucede, en la naturaleza, que una ola grande se convierta en pequeña al retirarse, por lo que la medida de una alegría al suceder a una tristeza es siempre de idéntica proporción. Un grande y rápido miedo es recompensado sucesivamente con un fuerte e instantáneo

sentimiento de seguridad que iguala y neutraliza la anterior experiencia.

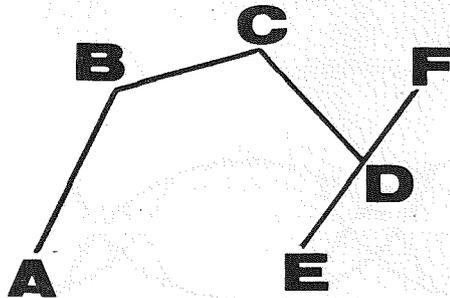
La mutación súbita del estado de ánimo es un fenómeno inevitable inherente al hombre preso en su circunstancia. Nadie puede evitar la oscilación de los acontecimientos fraguados o inesperados que han de provocar nuestra psicosis; ni siquiera la ocasional enajenación del espíritu suscitada por fenómenos fisiológicos, tales como simples resfriados o estados febriles.

Conocerse no es tampoco astucia circunscrita a la observación de nuestro comportamiento fisiológico o a la comprensión de nuestras tendencias mentales o sexuales, pues estas costumbres o vicios de la personalidad pueden modificarse o ser distintas a las supuestas, a tenor de las nuevas circunstancias que se arrostran.

El destino es, sin embargo, muy moldeable para quien intuye el ritmo general de su gigantesca «respiración». Al examinar la cadena de acontecimientos de nuestra vida, podemos comprobar el periódico centelleo de unas constantes que se repiten en lapsos de tiempo regularmente espaciados. Igual sucede cuando hojeamos la historia de una nación: despotismos y débiles tiranzuelos se sucedieron iguales a sí mismos; los períodos de paz acumularon riqueza demográfica, que los de la guerra diezmaron; los imperios se forjaron, poderosos, para mejor sumergirse en el lodo de las oscuras decadencias. Pero el ritmo de las constantes es siempre claramente apreciable: escalonados a lo largo de los siglos en los hitos de las naciones, he aquí los hombres providenciales de este país que cada treinta años surgieron para salvarle de nuevo; quienes, sucediendo a éstos le asolaron otra vez en un plazo de tiempo todavía menor... He aquí las invasiones periódicas que dieron al traste con la civilización existente o que llegaron a tiempo para enriquecerla con una savia más fecunda.

El Destino, al igual que los fenómenos naturales, es un eterno «vuelta a empezar» periódico de las mismas situaciones y dilemas, tanto en la historia de los grandes pueblos como en la propia existencia individual de sus más sencillos moradores.

La figuración gráfica de las constantes del destino es, a nuestro modo de ver, la siguiente.



Situado el hombre frente a su circunstancia, en el punto A, el motor de su entusiasmo imaginativo le hace ascender en volandas hasta el punto B, o cénit de la ilusión, que, como tal, no consiste a menudo más que en un puro espejismo.

Para ilustrar con un ejemplo esta primera y vertiginosa ascensión, véase la experiencia del hombre enamorado, o que cree estarlo. Siendo a menudo el amor la interpretación particular o subjetiva que de este sentimiento uno se hace y el resultado de sobreestimar a la mujer amada al juzgarla al nivel intelectual propio, se la ama a ella con la ciega idolatría con que se adora uno a sí mismo, negándose a admitir diferencias que pondrían en peligro la tan anhelada integración espiritual.

CONSTANTES

DEL

DESTINO

La persuasiva imaginación evoca entonces las delicias del paraíso. Mucho peor, luego, entre otras eventualidades si la sensualidad domina a los impulsos castos, pues nada tan demolidor, para el amor, como el hastío de los deseos. Por el momento y llegando al punto C, en que se redondeó el ciclo de la experiencia amorosa, las ardorosas mentes suelen enfriarse y el arrinconado espíritu analítico vuelve otra vez por sus fueros.

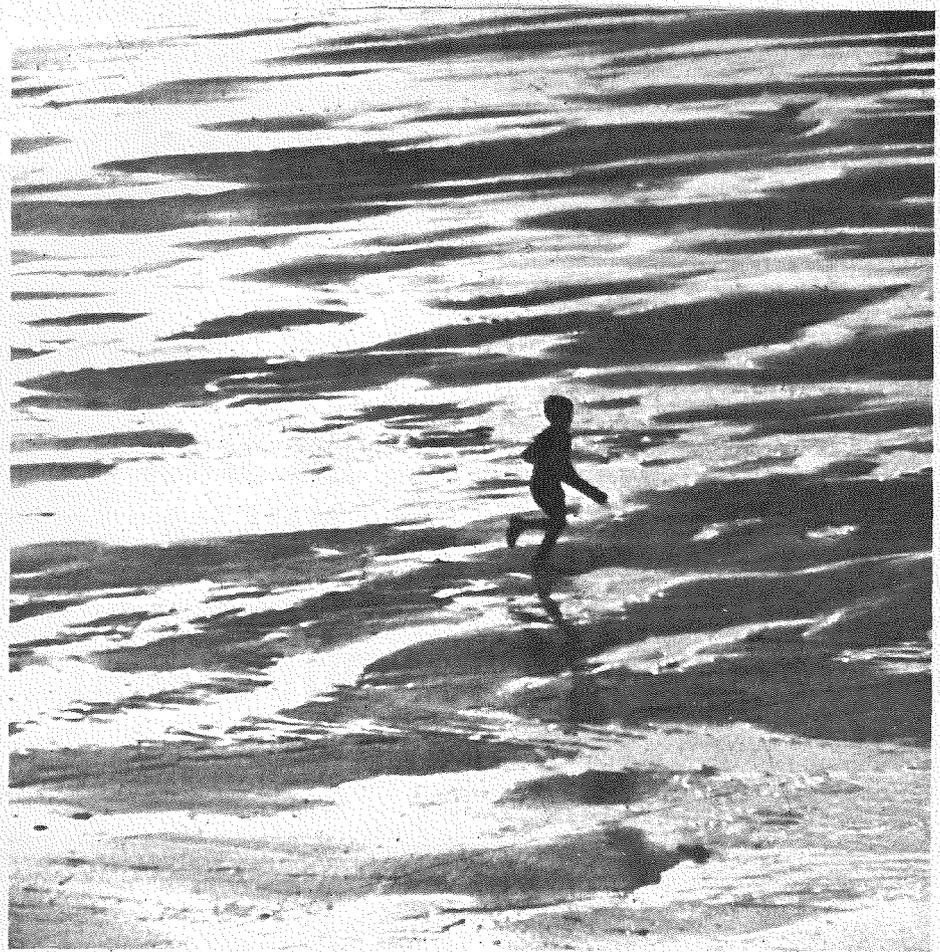
La visión es entonces muy aguda y casi infalible. Si el inteligente comprobó que su compañera no lo es tanto como lo había él erróneamente supuesto, el sensual se ve frustrado de la perfección de una pierna por la

traicionera comprobación de unas varices antes bien disimuladas bajo el nylon. Sean éstas u otras causas, a menudo bastante más significativas, el punto C señala el declive de la caída, donde muy tristes e imprevistas desilusiones hacen rodar la experiencia hacia el punto D, en pleno abismo de la «zona del miedo».

De D a E se produce, a menudo, la ruptura, el abandono, consumando el hundimiento en que postran las almas débiles. Por lo contrario, D. a F muestra el afán de recuperar la ilusión perdida, mas, esta vez, en el terreno de la verdad, que es el de la comprensión, de la certidumbre, del conocimiento de los propios errores y defectos, del perdón por las faltas de los demás y de la lucha tenaz con-

**en la vida
de los
humanos ...
y en la
de los
productos**

tra la barrera de todos los imponderables nuestros y ajenos. Es el punto culminante de la experiencia; aquel en que todo depende del metal en que está formado nuestro carácter. de nuestra facultad de saber renunciar, de nuestro idealismo y, al mismo tiempo, de la lucidez con que se manifiesta nuestro sentido práctico ante los fenómenos de la vida. Volveremos entonces la mirada hacia nuestra desafiada compañera y trataremos entonces de «hermosearla» con tanta mejor suerte cuanto mayor empeño pongamos en tratar de comprenderla. Y entonces, el clima de confianza establecido hará brotar la chispa del verdadero amor, que sólo es eso: la confianza y la armonía entre dos se-



res que unen sus dos debilidades.

La curva gráfica de las constantes del Destino es valedera para todos los problemas que de cerca o de lejos atañen al hombre. Muchas fortunas rápidas son seguidas por más rápidos declives, y sólo tiene permanencia lo que fue conseguido con mucho esfuerzo y perseverancia, a veces muy lentamente, en el segundo o tercer ciclo del movimiento del péndulo en la misma y repetida dirección hacia lo que de positivo anhelamos para nuestras vidas (D a F).

Los objetos mismos, los productos de que se ocupa la publicidad, están sujetos a las mismas leyes de las «constantes del Destino», pues no consisten en nada por sí mismos y lo son todo en tanto representan los deseos humanos y, a través de éstos, el fluctuante capricho de la naturaleza.

El lanzamiento de un producto que cree una nueva necesidad en el mercado conoce —si está lanzado con publicidad— el rápido éxito, que le conduce del punto inicial A al cénit B de la máxima venta y notoriedad. Por el plano hasta C en la eufórica embriaguez de los engañosos triunfos fáciles. Luego, con la primera saturación del mercado (cansancio del consumidor veleidoso, aparición de la imitadora competencia, relajación de la acción publicitaria o impericia comercial de la distribución) se inicia el des-

censo hasta D, donde en E, puede consumarse el abandono (bancarrota por mala administración o exceso de gastos generales, pésimos sistemas de producción, escasa vigilancia del mercado, etc.).

La experiencia negativa sirve en cambio, de estímulo para las almas fuertes. El conocimiento de las dificultades que ya se han arrostrado ilustra sobre las formas de vencerlas cuando se presenten una nueva vez. La recuperación es lenta, trabajosa, desesperante... La pendiente es dura y la caravana se enfrenta con la noche entre un concierto de ladridos feroces. Pero al instar del viejo proverbio árabe, la caravana pasa.

No pretendemos agotar el tema, y si sólo sugerir una directriz apuntando hacia otras muy provechosas enseñanzas todavía por descubrir en beneficio de la humana felicidad.

En suma, como dijo Luis Bromfield, «el Destino del hombre es realizar siempre ciertos gestos, por tanto tiempo como el corazón esté en vida y que los pulmones respiren, gestos que representan otros tantos desafíos al Destino.»

Pongámonos ante un espejo y analicemos estos gestos. Podemos perfeccionarlos y redondear su eficacia: el Destino se nos rendirá.

S. I. G.

**MUY PRONTO, EN SUS MANOS,
NUEVOS
SISTEMAS DE COMUNICACION
Y PUBLICIDAD**

LA TV. EN CASSETTE

**ENTRAMOS
EN UNA
NUEVA
ERA
AUDIOVISUAL**

LA ERA ELECTRONICA ACABA DE EMPEZAR

El video cassette determinará nuestro ambiente de vida en el futuro como lo hace hoy el disco, la cinta magnetofónica, el periodismo y la televisión convencional.

El potencial de venta de la video cassette en los EE. UU. se estima en ochenta mil millones de pesetas anuales. Los productores japoneses de «software» cuentan con un potencial de mercado de cuatro mil millones de pesetas en cinco años y de diez mil millones de pesetas en diez años.

Grupos industriales que sepan establecerse en los próximos años tienen el mercado futuro en su mano. Tendrán la gran posibilidad de influenciar el presupuesto futuro de información, opinión, distracción y formación, y hacerse ricos.

En cuanto al tiempo, los especialistas ya están conformes: en el plazo de un año ya habrán avanzado diferentes sistemas técnicos como para ser producidos en serie. En los próximos dos o tres años, habrá algunos otros sistemas más; será cuestión de aclarar y encontrar el denominador común de estos sistemas: algunos desaparecerán porque no pueden aguantar la competencia en cuanto a calidad y precios. Uno, dos, quizá tres, sobrevivirán. En esta fase de investigación la video-casete se empleará principalmente en campos particulares, por ejemplo, para entrenos profesionales, programas de formación pública e industrial, etc. A mediados

de esta década la video-casete avanzará hacia los hogares; la casa Philips cuenta haber vendido en el año 74 cien mil, y en el año 1978 medio millón de sus aparatos a interesados privados. Al final de los años setenta será un objeto de uso tan normal como hoy es la televisión o el tocadiscos y más porque hasta entonces habrá aumentado tanto la necesidad de progreso, de formación permanente como la medida de tiempo libre del que dispondrá el individuo. Dos factores que fomentan enormemente a la video-casete.

Nadie excluye que todo podría ir más rápido todavía si la técnica avanzara imprevistamente más perfecta en estos sistemas. En este caso al encontrar el denominador común para los sistemas será más complicado que en la cassette de cintas magnetofónicas que ha conquistado el mercado desde 1963. En aquel tiempo se trataba solamente de poner norma a un único sistema, a saber, el de la cinta magnetofónica, más o menos una cuestión de formato. En Europa sobrevivió uno y en América dos.

En cambio lo que se refiere a la video-casete están en vista cuatro sistemas completamente diferentes, además con muchos formatos distintos; todos estos sistemas están respaldados por potentes industrias y de ningún modo pueden compararse entre sí. Esta complejidad podría sensiblemente atrasar la difusión de este medio, porque los sistemas se estorbarían el uno al otro y los interesados

por **Harry M CUEHN**

El teléfono desde su desarrollo hasta su perfecta aplicación duró 65 años; la radio, 35, y la televisión, 14. Cada vez más se reduce el tiempo entre el descubrimiento de las bases técnicas hasta su aplicación práctica.

Todavía no existe lo que se llama la televisión de cassette, porque en el fondo no se trata de televisión sino de hacer independiente al tele-espectador de programas que le mandan las emisoras a casa. Independiente, porque cada individuo puede comprometerse su propio programa con conservas de tono e imagen que proyecta en su televisor según le apetezca. En todas las industrias electrónicas y químicas los departamentos científicos trabajan en su realización. Se forjan planes para ofrecer al lado de los futuros televisores (hardware) una oferta de programas, a saber de cassettes ya grabados (software).

privados harían mejor de quedarse un poco a la reserva para esperar al sistema que gane. Esta reserva a la fuerza también frenará la búsqueda del denominador común: donde los clientes se reservan la industria no se puede efectuar la batalla comercial decisiva.

La inseguridad será más grande porque ninguno de los sistemas conocidos es perfecto. El sistema perfecto

debería tener las características principales siguientes: calidad óptima en blanco-negro y color, un precio aceptable para el aparato: se recomienda que el televisor especial no valga más de cuarenta mil pesetas, cómodo y seguro en el manejo, la posibilidad de poder proyectar propias grabaciones y grabar las emisiones de televisión para poderlas ver más tarde en el momento oportuno. Además será ne-

cesario un precio de cassette que no sea mayor que el de un libro o de un disco de larga duración. Finalmente se debería ofrecer la posibilidad de parar la película para ver imágenes individuales en medio de la filmación y combinar la película con los textos correspondiente. Los sistemas hasta ahora desarrollados solamente tienen algunas de estas calidades, pero nunca todas a la vez. ¿De cuáles sistemas se trata?

Primero.—El sistema magnético:

Procedimiento: Magnetización de impulsos de imagen y tono en cinta.

Producción en serie: Para los hogares y en color a principios del año 1971.

Precios del televisor adaptador: Philips, 40.000 pesetas. Sony, menos de 36.000 pesetas, para los aparatos de proyección y grabación.

Precios cassette: Sin grabar 60 minutos, cuatro mil pesetas. Sony, mil pesetas.

Industrias: Philips, Sony, AEG-Telefunken, National Nippon, Victor, Grundig, Blaupunkt.

Calidades: Grabación de emisiones de televisión y propias grabaciones con minicámara de TV.

Segundo.—Sistema E V R.

Procedimiento: Grabación por medio de rayos electrónicos en películas especiales de ocho mm. con doble pis-

ta.

Producción en serie: Blanco y negro en USA y Gran Bretaña en 1970. En Alemania, 1971. Aparatos en color, todavía en desarrollo.

Precios del televisor adaptador: 40.000 pesetas.

Precio cassette: Grabado 60 minutos en blanco-negro de 1.200 a 4.000 pesetas según cantidad.

Industrias: EVR-Partnership, una cooperación de CBS, ICI y CIBA, EE. UU.

Calidades: Grabación de emisiones de TV y propios grabados no son posibles. Se puede parar la filmación.

Tercero.—El Super 8.

Procedimiento: Proyección de películas de 8 mm. por tacto electrónico.

Producción en serie: Fines del año 1970.

Precios del televisor adaptador: Es-

te televisor incluyendo color costará 94.000 pesetas.

Precios de cassette: 60 minutos material normal de Super-8 sin programa grabado, en blanco-negro a 2.000 pesetas. En color 4.000 pesetas.

Industrias: La casa alemana Nordme.

Calidades: No se pueden grabar emisiones de TV, sin embargo sí propias grabaciones con una cámara usual de Super 8. Es posible parar la filmación.

Cuarto.—La selecta-visión.

Procedimiento: Grabación holográfica y proyección con rayo Laser.

Producción en serie: No antes del 1972.

Precio del televisor adaptador: Blanco-negro y color, 60.000 pesetas.

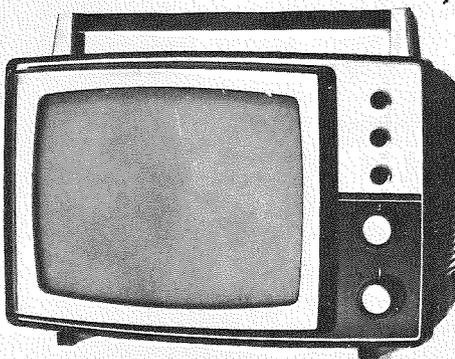
Precios de cassette: Con programa grabado 60 minutos, 160 a 240 pesetas.

Industrias: RCA (EE. UU.).

Calidades: Igual que el anterior.

Por lo visto, el gran negocio está ante las puertas. Ya se mueven editoriales internacionales para producir ciertos programas de formación como por ejemplo Márketing, Programas electrónicos, etc., exclusivamente para la video-cassette. Los programas de entretenimiento vendrán más tarde. En lo demás las editoras o productoras están pensando si pueden vender todos sus productos algún día en forma de cassette y ya se están asegurando este negocio. A estas horas se hallan contratados periodistas y artistas para la producción de cassettes y en las compañías de televisión crece el temor de que podría haber una pérdida del potencial colaborador ya que los productores de cassette ofrecen mejores honorarios. No hablemos de que con ello podrían disminuir el número de los espectadores y, por lo tanto, los ingresos por publicidad. Los productores de cassettes no encuentran justificados estos temores: «Como hoy en la industria de discos, así mañana estaremos de rodillas ante las compañías de televisión, para que nuestros artistas puedan aparecer en los programas de TV, quedando altamente cotizados en el público».

Teniendo en cuenta el precio de todos estos sistemas, excepto Selecta-visión, no se puede pensar en una venta de cassettes en gran escala al público, aunque fueran de ediciones muy altas y se grabara lo que se planea; los «spots» de propaganda más



bien su difusión, se realizarían por medio de una agencia. El cliente puede abonar temporalmente los cassettes grabados provistos de un contador. Cuando bajen los precios de cassettes se puede contar con la venta de este medio en librerías, almacenes, supermercados, tiendas especializadas de fotografía y fototecnia.

La cantidad de posibilidades que puede ofrecer la video-cassette todavía es parte del campo utópico, pero ya es una utopía bastante concreta y cuando los planificadores sueñan, no suelen soñar en realidades. El aprovechamiento del video-cassette para toda clase de programas de formación está a la vuelta de la esquina. Las indus-

trias formarán sus aprendices y sus directores, cursos de lenguas, también para interesados privados, serán más prácticos que por medio de libros y discos. El consumidor se podrá informar más eficientemente sobre «yoga y yogurth»... Existirá la televisión escolar y universitaria. A cada alumno se le mandará el curso en forma de cassette a casa, como si se le mandara un profesor, con la posibilidad de poder proyectar las 'ecciones cuando le de la gana y ya que a vista de la falta de profesores y del enorme aumento de escolares los medios audiovisuales se necesitarán cada vez más, los Fondos Públicos verterán el manantial monetario en la producción de programas. Tal vez será la Administración la que más fomentará alguno de estos sistemas antes de tiempo.

Y luego se ven allí las perspectivas para el suministro del consumidor. Algún día, cuando esté mejorado y estereofonizado el tono de la TV, será moda de comprarse en forma de cassettes una ópera de Verdi, una pieza de teatro de Shaw, revistas musicales, etc. El que se pierda una serie policiaca no tendrá que disgustarse con su mujer porque no le había despertado a tiempo, sino que se puede hacer mandar la cassette por correo.

El libro perderá muchos de sus campos, y la industria cinematográfica está ante una nueva situación. Los libros de arte se ofrecerán en formas

de cassettes quedando suprimidos los altos costes de las reproducciones en color, obras de literatura y de música estarán previstas con ejemplos audiovisuales.

Gacetas ilustradas serán vendidas como «magazines» de cassette, así como los periódicos actuales algún día ya no se imprimirán complicadamente, sino que se mandarán a los televisores de los hogares directamente por un sistema de cables. Las bibliotecas particulares ya no se llenarán de libros porque en una sola cassette de la EVR se puede grabar toda la Enciclopedia Británica.

O sea, el futuro empieza en los próximos meses.

En 1932, Brecht dijo sobre la radio-difusión como el aparato de comunicación: «Nuestra sociedad que es un desorden mecánico e irrelativo de complejos categorizados en la vida pública posibilita que se hagan inventos y se desarrollen los mismos para que luego conquisten su mercado, justificando así su necesidad de existencia, en una palabra, inventos que no han sido encargados... la materia prima no ha esperado la justificación de una necesidad pública en métodos de la producción, sino los métodos de la producción están mirando cuidadosamente en búsqueda de la materia prima...»

Esta misma es hoy la situación del medio video-cassette. Sin estar encargado, busca su materia prima. Materia prima será todo lo que se pueda vender al público, desde la información social hasta las teorías críticas filosóficas, el medio mismo es neutral. El Estado tendrá que hablar una buena palabra en cuanto a los programas escolares. El mercado de información y de entretenimiento se realizará en competencia libre. Lo que el Estado ante todo debería hacer es nombrar una Comisión que, vista la importancia político-social de este medio, informase sobre el «futuro electrónico» y pueda impedir por lo menos las monopolizaciones de poder y, con ello, los abusos.

El neumático de vidrio.

Hasta ahora sabíamos que se fabricaban en cristal o fibra de vidrio los productos más heterogéneos: lanchas, bólidos, relojes cápsulas espaciales y la más extensa gama de curiosidades. Pero lo verdaderamente sorprendente es que ahora vamos a rodar sobre neumáticos de fibra de vidrio.

Una de las principales características del neumático en cuestión es su sinturón de dos capas de fibra de vidrio, capaz de duplicar la duración de los neumáticos normales.

SUS BASURAS:

Todas las autoridades municipales de cualquier parte del mundo se encuentran ante el problema de la acumulación de basuras.

Un investigador inglés ha manifestado recientemente que creía haber encontrado la solución: su transformación en alcohol metílico.

Según las estadísticas, la familia media inglesa que habita en las ciudades produce hasta dos toneladas anuales, parte de la cual se lleva a vertederos; pero como éstos también se están llenando, parte se incinera por un costo que representa una carga gravosa para el contribuyente por un proceso improductivo.

En consecuencia, los investigadores están tratando de encontrar medios más productivos, y así el doctor Andrew Porteous, profesor de la Universidad de Glasgow, cree que transformando las basuras en alcohol, las autoridades pueden reducir los gastos y lograr una destrucción eficaz.

Su sistema trabaja por hidrólisis de la celulosa, el principal componente de las basuras domésticas, que, mediante tratamientos adicionales, puede dar lugar a la obtención de alcohol metílico. En la industria, el alcohol metílico tiene muchas aplicaciones tanto en

FUTURO ALCOHOL

procesos de fabricación como con sus productos finales. El proceso de extracción se denomina hidrólisis.

El doctor Porteous dice que con su sistema puede duplicarse la actual producción de alcohol y reducir el tiempo de la hidrólisis de tres horas a algo más de un minuto.

Sus proposiciones están siendo estudiadas con cargo a un programa patrocinado por los Servicios de Sanidad Pública de Estados Unidos, así como también por las autoridades municipales inglesas.

Partiendo de 250 toneladas de basuras el plan prevé la eliminación de metales, cristales y otros materiales similares para dejar 120 toneladas en condiciones de ser sometidas a tratamiento. En conjunto, se separarán unas 75 toneladas de celulosa que se pone en ebullición con ácido clorhídrico para producir azúcar que, cuando fermenta, produce una 24 toneladas de alcohol.

El alcohol obtenido de esta manera podría ser utilizado por la industria como disolvente para la preparación de productos químicos puros, como componente para barnices y pinturas y para experimentos científicos.

TriNaranjus

BEBA

REFRESCO DE NARANJA
O LIMON
" SIN BURBUJAS "

D. Miguel Frau Amengual
60 años
casado

De dependiente de Comercio a

CAPITAN DE EMPRESA

Se inició en el negocio en el año 1942 después de probar fortuna en otros menesteres. Don Miguel Frau recuerda su pasado como algo lejano que se pierde en el tiempo. Y sin embargo no hace tantos años. A lo sumo cuarenta que trabajaba de dependiente en «La Primavera», de donde salió porque se creía preparado para aspirar más alto. Luego probó fortuna como representante de productos alimenticios, hasta que abrió su tienda de la calle Sindicato en sociedad con un amigo. La sociedad duró poco y a los dos años don Miguel lograba «independizarse»...

Aquí comienza la historia de un hombre que ha escalado peldaños hasta situarse donde hoy se encuentra, al frente de una empresa que cuenta con ciento ochenta empleados y que él dirige desde su espacioso despacho, decorado con buen gusto, donde conviven miniaturas con una variada colección de mecheros y otras mil minúsculas creaciones decorativas.

—Don Miguel...

Don Miguel Frau Amengual tiene sesenta años. Está casado. Y tiene una hija. Y un negocio ya encauzado, hasta el punto de permitirse el lujo de no aparecer por su despacho más que por las mañanas y alguna que otra tarde...

—Usted, don Miguel, hizo famoso el IF 21-23...

—¿Recuerda? Fue una buena idea. IF correspondía a las iniciales de Instalaciones Frigoríficas y el 21-23 era nuestro número de teléfono de entonces.

—¿Qué vendía, además de aquellas monstruosas máquinas para hacer frío, en la tienda de la calle

Sindicato?

—Balanzas automáticas y cafeteras «express». Después vino lo del frío. Yo era de los que confiaban ciegamente en la propaganda y me puse a hacer popular por medio de carteles, anuncios en la prensa y cuñas en la radio el IF 21-23. La gente todavía desconocía lo que eran los grandes frigoríficos y había que dárselo a conocer.

—Y lo hizo.

—Sí. Nosotros construíamos las cajas, la estructura exterior, y adaptábamos la maquinaria. También



ideamos una nevera que conservaba el frío aún cuando carecía de puer-ta. Tuvo bastante éxito.

—En aquel entonces, el punto fuerte de su negocio lo constituía el frío. ¿Y ahora?

—En la actualidad el frío, los equipos frigoríficos en general, sólo representan el 25 por ciento de nuestras ventas. Los tiempos han evolucionado y ahora ofrecemos una variedad tal de aparatos que ya no puede hablarse exclusivamente de frigoríficos.

Cree uno que la base del éxito logrado por don Miguel Frau como capitán de empresa, radica en su decisión. Hombre es, en efecto, de decisiones. Hombre con un espíritu comercial que todavía, cuando ya no necesita de ello, dedica tiempo, en plan de «hobby», a vender sus

—Pero incapaz de engañar a un cliente. Palabra, amigo. No le veo la gracia a endosarle a uno un frigorífico con pocas garantías de que funcione con pleno éxito. Me gusta ser vendedor y ganar; pero ganar la partida respetando siempre las reglas.

—Como hombre de empresa usted ha tenido su talismán. ¿Dónde radica el secreto de su éxito personal como empresario?

—Sé que algo me ha ayudado... pero en concreto no sabría decirle el qué. ¿Fue suerte? ¿Es que supe

productos... Se considera un vendedor nato.

—¿Rodearme y sigo rodeándome de excelentes colaboradores? No sé...

—¿Cuántas son, en la actualidad, sus «manos derechas»?

—Cuatro.

—¿Horas que dedica al día al negocio?

—Oscila. Sin embargo nunca son más de seis por día. He trabajado mucho en la vida y ahora debo empezar a pensar un poco en mí...

—¿Ha alcanzado, en definitiva, lo que en su juventud soñó?

—Ambicionaba, sí, tener un gran negocio y creo haberlo logrado. Pero lo que nunca me tentó fue «forrarme» de dinero. Lo importante para mí era hacer algo, desarrollar mis aptitudes, no estarme nunca quieto...

—Con todo lo cual hizo, en definitiva, dinero...

Se sonríe. La charla podría no tener fin. Dispone de toda la tarde libre. Un lujo, sí. Alterna en la barra del bar con sus empleados y atiende a las llamadas telefónicas...

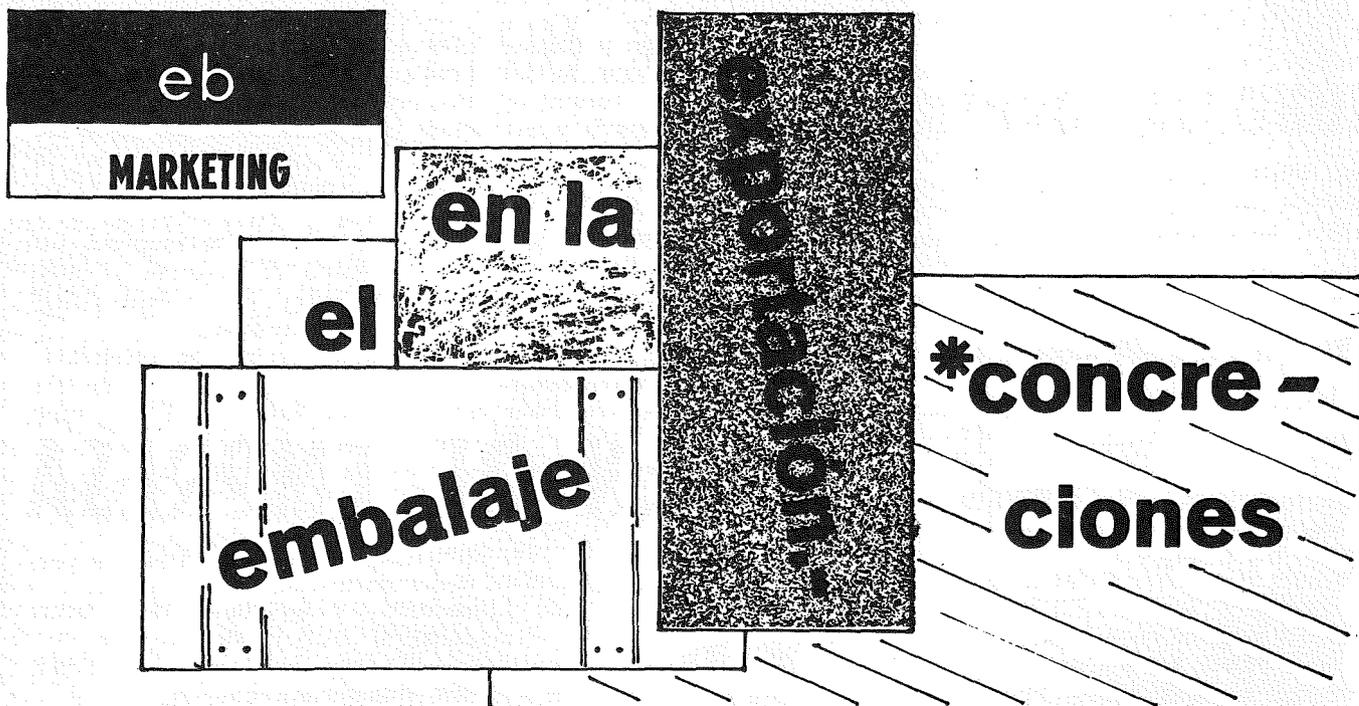
—Don Miguel...

—¿Sí?

—Usted introdujo el frío industrial en Mallorca y arruinó a quienes tenían en la industria del hielo su «modus vivendi»...

—Efectivamente, el hielo fue barrido por el frío industrial. Pero yo no provoqué la ruina a nadie. Al contrario, hoy más que nunca se consume hielo pero en otros sectores.

Razón tiene este hombre que a los diecinueve años empezó a subir muy arriba, escalón tras escalón... exactamente hasta donde está ahora: en la misma cima.



por Bartolomé CARDONA, miembro del Comité de Exportación del CDV de Barcelona y Director Gerente de "La Eléctrica Embaladora"

Convenamos que para expedir una mercancía es necesario embalarla, pero... qué es embalar?

— Embalar es proteger una mercancía contra cualquier riesgo durante el acto del transporte, almacenamiento manipulación actos de carga y descarga esperas en muelles y estaciones, transbordos, estancias a la intemperie, etc.

¿Qué se pretende al realizar un embalaje?

— Que la mercancía llegue a su destino en las mismas condiciones que estaba antes de embalar.

¿Qué debemos hacer para realizar un buen embalaje?

Ante todo debemos conocer unos puntos básicos, a saber:

- 1) País de destino.
- 2) Medios que se van a utilizar para el transporte: Ferrocarril, camión, barco o avión.
- 3) Duración del viaje.
- 4) Condiciones climatológicas que posiblemente tendrá que soportar la mercancía durante el viaje.
- 5) Elementos que tendrán que utilizar los transportistas para la manipulación de los bultos.

Análisis de los puntos citados

1) Al conocer el país de destino, sabremos, entre otras cosas, en qué idioma hay que rotular las cajas, particularmente cómo hay que expresar las indicaciones de atención. No basta poner un «CUIDADO, NO VOLCAR» o «SIEMPRE DE CANTO» en español. Poco entenderán lo escrito cuando la expedición pase los Pirineos o cruce las aguas jurisdiccionales.

2) Conociendo los medios de transporte sabremos si el embalaje puede ser ligero o ha de ser reforzado.

Reforzado si es por vía marítima.

Sencillo si se expide por camión o ferrocarril.

Ligero, pero resistente, si el envío se efectúa por avión, a fin de reducir al máximo el peso tara.

3) Es necesario conocer este dato para preparar la mercancía con las debidas protecciones de acuerdo con la duración del mismo:

4) Ciertos países son más húmedos o calurosos que otros. Todo esto se puede prever resguardando las mercancías con materiales de protección adecuados.

5) Según el peso y volumen del

bulto será necesario dotarlo de aditamentos que faciliten la utilización de elementos mecánicos, tales como grúas o elevadores.

a) Anillas o ganchos donde se puedan sujetar los cables de las grúas.

b) Aízas y separaciones en la base de los embalajes que faciliten la colocación de las palas de los elevadores.

Hemos planteado unos puntos que podemos conocer de antemano, pero primordialmente hemos de «conocer» la mercancía o producto que vamos a expedir. Es necesario «conocerla» para, además, protegerla de las incidencias a que puede estar expuesta: lluvia, sol excesivo, calor, humedad, golpes y de las caídas fortuitas, en lo posible.

Interiormente se tiene que acondicionar al máximo con los materiales antichoc adecuados a cada producto, para evitar roces y roturas.

No se acondicionan igual una máquina que unos muebles, que los objetos voluminosos o los aparatos de precisión.

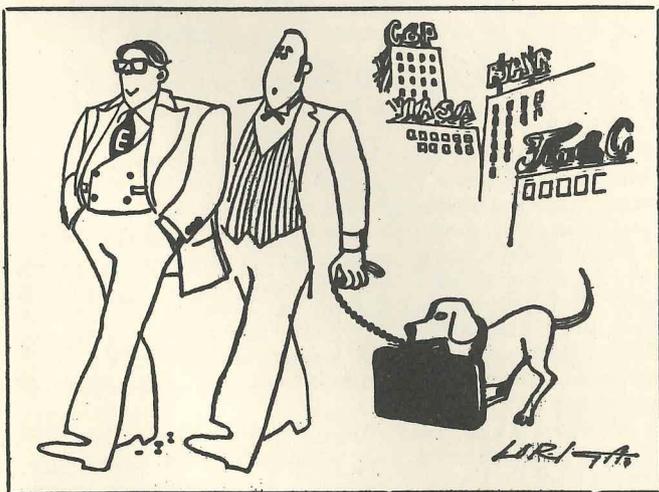
Mención aparte merece el rotulado exterior de los bultos, que ha de ser claro y legible. Rotular bien es

dar facilidades en la indentificación, particularmente en los trámites aduaneros. Es recomendable usar marquillas de estarcir a fin de lograr uniformidad en el texto. Si no se poseen y hay que rotular a mano, hágase con letras mayúsculas, tipo palo seco; son muy claras y sencillas de realizar. El color más adecuado es el negro.

Todo lo expuesto es fruto de la experiencia y del estudio y no hay duda que el producto de un buen estudio es un buen resultado.

Y esto es lo que pretendemos al realizar un embalaje.

REGLAS DE ORO



Cuatro «reglas de oro» para que los ejecutivos no contraigan enfermedades del corazón fueron dadas por sir Paul Chambers, ex presidente del imperio textil I. C. I. y ahora presidente de una gran compañía de seguros. Estas son:

- 1** No consumir excesiva comida o bebida. «Un almuerzo de trabajo seguido de una cena de negocios, comiendo y bebiendo todo lo que nos ofrecen, es estúpido» dijo.
- 2** Andar de vez en cuando en lugar de acudir a todas partes en coche.
- 3** Una vez adoptada una decisión, quitarla de la cabeza por completo.
- 4** Delegar todas las decisiones que puedan ser tomadas a un nivel más bajo.

Sir Paul, durante un discurso en el congreso de miembros de la Asociación de Corazón y Pecho dijo que su regla más simple para conservarse bien era textualmente: «Nunca hacer nada que pueda hacer otro por mí».

C. D. M. BALEARES

¿Ya ha solicitado Vd. el ingreso como socio en el Club de Dirigentes de Marketing-Baleares?

¿¡No?!

¿Se ha dado cuenta usted que está perdiendo el tren? El tren de la nueva generación de Baleares. También usted necesita enterarse rápida y eficazmente de las nuevas técnicas de Marketing, conocer el diálogo entre sus colegas profesionales, participar en el intercambio de experiencias, es decir formar parte en la creación de un nuevo ambiente progresivo, abierto, que prepara la entrada en el siglo XXI. ¡Se inscriba usted con sus colaboradores! ¡No pierda la oportunidad de su progreso profesional en un ambiente cada día más agresivo! Todavía puede ser Socio Fundador si se inscribe antes del día 24 de mayo.

El Sr. Harry M. Cuehn, Secretario General del Club de Dirigentes de Marketing-Baleares, teléfono 22 78 51, está a su disposición para facilitarle la información complementaria que necesite.

ASAMBLEA CONSTITUTIVA

En la sala Luis de Molina del Palacio de Congresos del Pueblo Español, el pasado día 24 se celebró la Asamblea Constitutiva del Club de Dirigentes de Márketing de Baleares, a la que asistió numerosísimas personas, llenando, por completo el amplio local.

Ocuparon lugar en la presidencia D. Rafael Camps Ubach, presidente de la Federación Española de Clubs de Dirigentes de Ventas y Marketing, D. Rafael Villalonga, presidente de la Diputación Provincial, D. Juan Frau, Presidente de la Cámara de Comercio, el cual al tener que abandonar la sala por motivos imperiosos de su cargo, le reemplazó D. Rafael Alcover González que por aprobación general fue nombrado Presidente de este Club de Marketing de Baleares, D. Juan Vidal Miralles Teniente de Alcalde, D. Jerónimo Albertí Picornell Presidente de A.S.I.M.A. y D. Juan Estévez, Delegado especial de la Dirección General de Seguridad.

La conferencia Magistral, estuvo a cargo de D. Pedro Carbonell Fita, Director Comercial de Productos «Búfalo, S.A.», socio fundador del CDM Barcelona, parlamento que resultó interesantísimo desde todos los puntos de vista.

A fin de no retrasar la salida de este número de «ECONOMIA BALEAR» puesto que al celebrarse esta Asamblea, ya se hallaba imprimiéndose, dejamos para mejor ocasión una amplia información de este acto.

IGNIS - IBERICA

Sociedad Anónima

**FRIGORIFICOS
LAVADORAS**

LAVAVAJILLAS ETC.

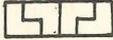
DELEGACION EN BALEARES:

Gral. Ricardo Ortega, 7 - Palma de Mallorca

sonría y piense

AQUI, SOLUCIONES:

Al rectángulo



A la balanza: **Hacia A**

A los problemas:

- 1 —Seis horas; las 49 colillas hacen siete cigarrillos, pero de cada uno de los mismos queda una colilla. De manera que tiene siete colillas adicionales y por lo tanto ocho cigarrillos.
- 2 —Habrás perdido 92'50 ptas. No importa cuantas veces pierda o gane, con tal que sea un mismo número de veces.
- 3 —El libro 110 pts. y el estuche 10 pts.

A las monedas:

NOMBRE
MONEDAS

	PAISES
Afganí	Afganistan
Balboa	Panamá
Baht	Tailandia
Bolívar	Venezuela
Chelín	Austria, Kenia, Somalia, Tanzania, Uganda
Colón	Costa Rica
Corona	Dinamarca
Cedi	Ghana
Córdoba	Nicaragua
Dólar	Australia, Barbados, Canadá, EE.UU., Etiopía, Guayana, Liberia, Malasia, Nueva Zelanda, Singapur, Trinidad y Tobago
Dinar	Irak, Argelia, Jordania, Túnez, Yugoslavia
Dracma	Grecia
Dirham	Marruecos
Escudo	Chile
Franco	Bélgica, Burundi, Camerún, Rep. Centroafricana, Rep. del Congo, Costa de Marfil, Chad, Dahomey, Francia, Gabón, Guinea, Luxemburgo, Madagascar, Malí, Mauritania, Niger, Ruanda, Senegal, Suiza y Togo.
Florín	Holanda
Gourde	Haití
Guaraní	Paraguay
Kyat	Birmania
Kip	Laos
Lek	Albania
Libra	Chipre, Gambia, Irlanda, Israel, Jamaica, Líbano, Libia, Malawi, Malta, Nigeria
Lempira	Reino Unido, Rep. Arabe Unida, Siria, Sudán, Turquía, Zambia.
Lira	Honduras
Leone	Italia
Marco	Sierra Leona
Nuevo Cruz	Alemania Occidental, Finlandia
Nueva Rupia	Brasil
Peso	Indonesia
Peseta	Rep. Dominicana, Argentina, Bolivia, Colombia, Filipinas, México, Uruguay
Piastra	España
Quetzal	Vietnam del Sur
Riyal	Guatemala
Rand	Arabia Saudita
Riel	Botswana, Sudafrica Rep.
Rupia	Camboya
Sucre	India
Sol	Ecuador
Won	Perú
Yen	Corea del Sur
Zaire	Japón
	Rep. Dem. del Congo



TIEMPOS PORNOGRAFICOS

ALGUNAS de las casas editoras de libros en rústica han estado convirtiendo obras completamente inocentes en libros pornográficos con la única intención de poner en las portadas láminas de mujeres semidesnudas y extrañas descripciones del contenido. Si sigue adelante esta tendencia, llegará el día en que ciertas obras de todos conocidas nos las describan los editores así:

Blanca Nieves y los siete enanitos. La novela de una arrebatadora virgen rubia, retenida en cautiverio por siete hombres deformes, dominados por diferentes apetitos.

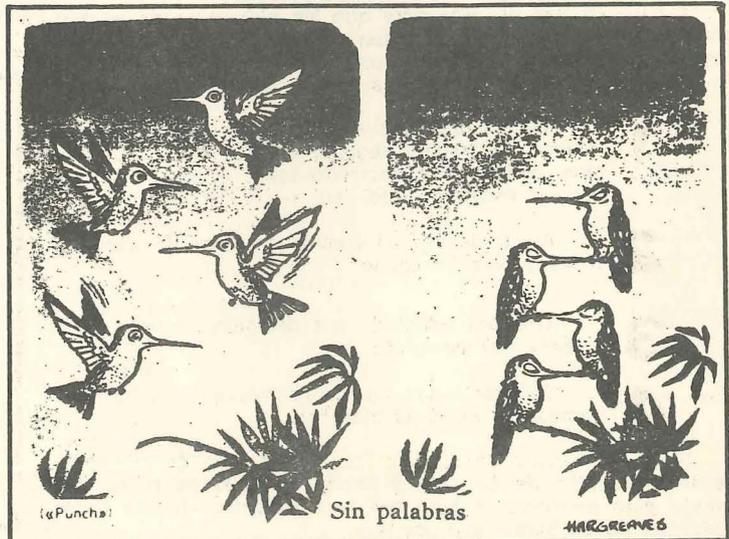
La Cenicienta. Una bella y apasionada mujer se descalza ante el hombre que ama, mientras su madrastra y hermanastras se confabulan para despojarle de la única noche memorable que ha tenido en su vida.

Alicia en el país de las maravillas. Una joven busca la felicidad en un depravado mundo de extraños apetitos animales. ¿Podrá volver a la vida normal y ser feliz después de haber caído en tal abismo?

Mujercitas. Cuatro jovencitas, que saben más de lo que corresponde a su corta edad, se ven envueltas en el palpitante tumulto de la guerra de Secesión. Lea lo que les sucede cuando un anciano y rico caballero y su codicioso nieto vienen a hospedarse como pensionistas en una casa donde no hay más que mujeres.

La isla del tesoro. La tripulación de un barco, resuelta a entregarse a la violencia y al pillaje, desembarca en una isla poblada por antropófagos enloquecidos por la lujuria. Un niño inocente encuentra el secreto de hacerse hombre.

Tom Sawyer. Una pandilla de pequeños tunantes salva las cercas del pueblo y comete horribles crímenes por satisfacer sus deseos.



AIRE RECONDICIONADO



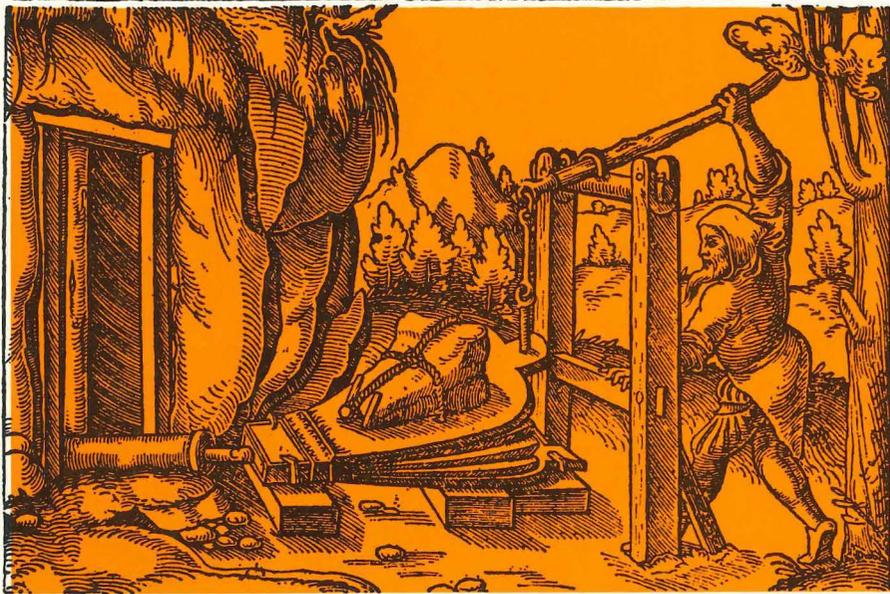
DPTO. PROPIO

UNA TECNICA QUE DOMINAMOS

c/. EUSEBIO ESTADA, 267

 25.41.41





←
**ESTO
ERA
AYER**

○ ○ ○ **HOY** ○ ○ ○
en
AIRE ACONDICIONADO
NOSOTROS
TENEMOS LA PALABRA

¡CONSULTENOS!

LAS MEJORES MARCAS
DE AIRE ACONDICIONA-
DO NOS HAN CONFIA-
DO SU DISTRIBUCION



**comercial
ANTONIO
BUADES
FERRER, S.A.**

PALMA

**Av. A. ROSSELLO, 84 TEL. 227443
Av. JAIME III - P. PIO XII TEL. 221427**

68
**AÑOS DE
EXPERIEN-
CIA**
**EN
INSTALACIONES**