

TEMA

Una modernitat autoritària

L'obra d'Anna Catharina Hoffman analitza el paper de figures clau com Laureano López Rodó i l'impacte del Pla d'Estabilització del 1959. Es vol mostrar una visió crítica a la historiografia tradicional, però amb un enfocament que només té en compte el centre i no les dinàmiques econòmiques perifèriques.

Dictadura i desenvolupisme econòmic

♦ Josep Maria Buades *



Quan vaig començar a treballar en la meua tesi doctoral, farà cosa de trenta anys, em vaig trobar amb una historiografia bastant consolidada per als primers anys del franquisme. En canvi, per als darrers vint anys de la dictadura la bibliografia era bastant més reduïda i es limitava a obres gene-

ral d'aquest període o a biografies del general Franco o d'altres figures preeminents del seu règim.

Veig amb satisfacció que la situació ha canviat bastant als últims anys i llegesc amb interès l'obra de la historiadora alemanya Anna Catharina Hofmann *Una modernidad autoritaria. El desarrollismo en la España de Franco (1956-1973)*, publicada per la Universitat de València. Seguint la vida de Laureano López Rodó, Hofmann fa una detallada exposició tant de les teories domi-



zació del 1959, l'èxit del qual i es va notar ben aviat, fent que a les celebracions dels «25 anys de pau» (1964) el desenvolupament econòmic i social del país fos el principal vector propagandístic.

nants a Occident als anys 1950 i 1960 com dels debats, a vegades amb humor, que es produïen en els fòrums econòmics espanyols. A la monografia es percep l'any de 1956 com un punt d'inflexió. Serà en aquesta data quan una crisi política desterrarà les tesis autàrquiques del falangisme i obrirà les portes a la liberalització dels mercats, seguint les tesis defensades pel Banc Mundial i el Fons Monetari Internacional. El nou equip econòmic elaborà el Pla d'Estabilit-

El punt feble del llibre és el mateix de bona part de la producció d'història d'Espanya, que se centra excessivament en el que passa a Madrid i els seus voltants. En aquest cas el biaix centralista és encara més greu, sobretot si tenim en compte que els pols de creixement econòmic durant el franquisme estaven situats preferentment a la perifèria. I d'això, les Balears en poden fer constància.

* Doctor en Història per la UIB

TEMA

Saber satisfacer necessitats

L'autor contraposa el que és un concepte modern de màrqueting on l'objectiu de l'empresa és satisfer els desitjos dels consumidors a través de productes creats a partir de la identificació de llurs necessitats, vers una orientació de vendes on l'empresa pretén aconseguir rendibilitat a través de la promoció intensa sobre el client.

Màrqueting vs. vendes

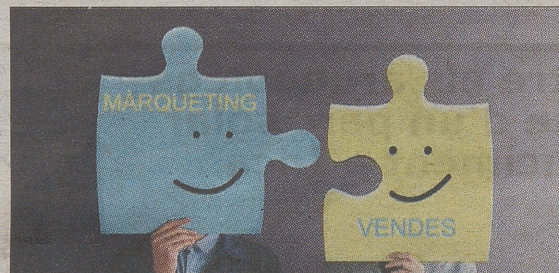
♦ Roger Gotarredona Fiol *



Fabriqueu allò que pugueu vendre, abans d'intentar vendre allò que pugueu fabricar». La frase és del gran teòric del Management Peter Drucker. L'il·lustre filòsof del pensament empresarial i pare dels conceptes clau com la «direcció per objectius» o la «societat del coneixement» pronuncia aquesta frase ja

l'any 1975. Estudiós de la relació entre empresa i mercat, establia aleshores una diferenciació de la funció comercial segons l'orientació de l'organització respecte a la manera de relacionar-se amb el client.

En una orientació comercial clàssica, fruit de l'economia industrial on l'oferta supera la demanda, el problema no és produir sinó trobar clients. Es pressuposa que amb una promoció intensa es persuadirà el consumidor per comprar el pro-



distribució, i també, d'elements promocionals.

Mentre en una orientació vendes el punt de partida és la producció cercant els beneficis amb el volum d'aquestes, ans al contrari en

ducte. És així que molta gent identifica màrqueting en vendes i queden sorpresos quan se'ls hi explica que la part més important del màrqueting no són les vendes, aquestes són just la punta d'un iceberg.

La finalitat del màrqueting és fer les tècniques de venda superflues. L'objectiu d'aquest és conèixer i entendre tan bé al client que el producte pràcticament es vengui sol. Les vendes seran efectives quan vagin precedides d'activitats tals com la identificació de les necessitats dels consumidors, la investigació de mercats, estratègia de preus,

una orientació de màrqueting el procés s'inicia en l'estudi de les necessitats dels clients i es pretén aconseguir la rendibilitat de l'empresa a través de la satisfacció del consumidor. En aquest nou paradigma l'element clau és identificar les necessitats dels clients, determinar els seus desitjos i aconseguir satisfer-los a través dels productes o serveis que l'empresa li pot oferir.

* Professor del Dpt. d'Economia de l'Empresa UIB i CEO Tandem Comunicació i Màrqueting

TEMA

De la resistència a la restauració

El Castell d'Alaró, símbol de resistència i patrimoni mallorquí, inicia la seva rehabilitació. Un conveni entre l'Ajuntament i el Consell de Mallorca impulsa les obres per preservar aquest monument històric. Les excavacions arqueològiques revelaran nous secrets d'aquesta fortalesa emblemàtica.

El Castell d'Alaró, un monumento a la resistència

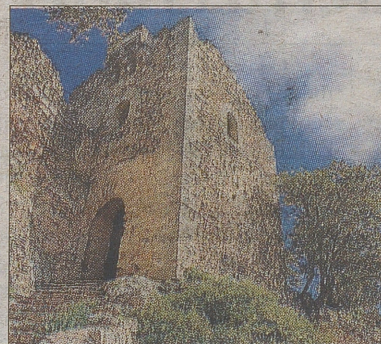
♦ Juan Ramón Pons *



Mallorca es una isla que cuenta con lugares que son espectaculares y los hay que despiertan un cariño especial en la sociedad e intrínsecamente forman parte de la entidad del pueblo.

El castillo de Alaró ha estado de actualidad en esta última semana,

ya que se ha firmado un convenio entre el Ajuntament d'Alaró y el Consell de Mallorca por el cual se emprenderán las obras de rehabilitación de la fortificación ante el deterioro constante que sufre y se llevarán a cabo una inversión inicial de 138.000 euros. Una noticia que llega en un buen momento y a la gente que nos gusta divulgar la Historia de Mallorca, nos hace felices, ya que hablamos de uno de los lugares más bonitos que tiene la



isla. En este sentido, es una buena noticia que el consistorio alaroner quiera realizar una excavación arqueológica en la zona de la entrada, así como también en algunos puntos de la fortaleza como la Torre del Homenaje, el aljibe y nos ayudarán a conocer más cosas del castillo.

Recordemos que la fortaleza está considerada como un símbolo para Mallorca. La Historia a través de los documentos nos indica que allí

resistieron los llamados 'rum' frente a los musulmanes en el año 902, precisamente, los árabes resistieron allí los envites de las tropas del Rey Jaime I tal como lo narra el propio Monarca de la Corona de Aragón en su Crónica. Además, la fortificación ha sido escenario de la resistencia de los dos caudillos mallorquines que resistieron a las tropas de Alfonso III de Aragón cuando atacó a su tío, el rey Jaime II de Mallorca, nos referimos a Guillem Cabrit y Guillem Bassa. Allí, también, se encuentra la Ermita donde podemos ver exvotos de la gente que pide 'ayuda divina' a la Mare de Deu del Refugi.

Por último, el Castillo se eleva sobre 902 m de altura. ¿Vamos a dejar que se pierda el Castell d'Alaró por culpa de la inacción de las autoridades competentes?

* Graduat en Història per la UIB