



## “La Corregulación es buena para todos”

ENTREVISTA  
**CONXA OBRADOR,**  
Directora General de Consumo

NÚM:

# 35

OCTUBRE 2010

# Què t'enduries a una illa deserta?

El gust i l'aroma dels productes de les nostres illes



## » SUMARIO



» TARJETA COMPRA FÁCIL VISA



» ENTREVISTA CONXA OBRADOR



» LUCHA CONTRA LA MOROSIDAD



» ASOCIACIÓN DE FOTÓGRAFOS PROFESIONALES DE BALEARES



» DIVISIÓ ACTIVIDADES DE SERVICIOS



» AFEDECO NOTICIAS

EDITORIAL	5
GERENCIA AFEDECO	7
AFEDECO, TARJETA COMPRA FÁCIL VISA DEL COMERCIO	8
CONXA OBRADOR, DIRECTORA GENERAL DE SALUD	12
REPORTAJE LUCHA CONTRA LA MOROSIDAD	16
EMPRESAS AFEDECO, AFPB	19
EMPRESAS, DIVISIÓ ACTIVIDADES DE SERVICIOS	20
AFEDECO, FORMACIÓ BONIFICADA	23
AFEDECO, NOTICIAS	24
AFEDECO EMPRESAS, HERBOLARIO NAVARRO	29
ENTREVISTA NICOLÁS OSTROVSKY-PEREIRA	31



# EDITORIAL

## Confianza y Fidelización

Nos encontramos en el último trimestre del año donde es necesario hacer balance de todo lo acontecido en el 2010. Cuenta de resultados y asumir la realidad palpable que cada uno vive en sus negocios, nos conducen a realizar un buen estudio de lo que tenemos, lo que queremos y lo que podemos tener a nuestro alcance. Plantearse nuevos objetivos para afrontar un año nuevo con mucha ilusión y con las energías puestas para obtener unos excelentes resultados en todo lo que cada uno se proponga.

Tras presentar el 'Informe 2010 sobre la valoración de la temporada turística comercial', que recoge que el 60,53 por ciento de los comerciantes de Baleares considera que los resultados económicos obtenidos en esta temporada alta han sido peores respecto al mismo periodo de 2009. Desde Afedeco se puede decir que cerca del 74% de los consultados no ha notado ningún signo "tangible o importante" de recuperación económica. Estos datos sumados al análisis realizado de los resultados obtenidos en la temporada de rebajas de este verano, nos llevan a determinar que seguimos inmersos en una crisis económica pero con valoraciones positivas por parte de algunos comerciantes, así como con cierto optimismo que debemos potenciar y mantener vivo.

Sirva de ejemplo el análisis que realiza el gerente de esta patronal en la presente edición, en que destaca las ventajas e importancia de la Tarjeta Compra Fácil, "un instrumento eficaz de fidelización al servicio de nuestros comercios". La Compra Fácil Visa es la tarjeta por excelencia de los comercios de nuestra Comunidad Autónoma.

Continuando con esta línea de generar confianza y fidelización, en este número hemos entrevistado a la directora general de Consumo de la Conselleria de Salud y Consumo del Govern balear quien nos explica en qué consiste el mecanismo de correulación, puesto en marcha hace dos años, con el objetivo de que las asociaciones empresariales dictasen sus propias normas para regular sus relaciones con los consumidores.

Apostemos por esa confianza y fidelización.



#### » EDITA:

Afedeco  
Valldargent, 35  
07013 Palma de Mallorca  
Tel. 971 45 76 66  
Fax: 971 28 97 30  
E-mail: [afedeco@afedeco.com](mailto:afedeco@afedeco.com)  
[www.afedeco.com](http://www.afedeco.com)

» DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN:  
Paula G. Medrano, Antonio Vilella

» COLABORADORES:  
Guillermo Llofriu, Gabriel Nicolau,  
Alejo Cabeza

» IMAGEN PORTADA:  
Joana Pérez

» FOTOGRAFÍA:  
AFPB, Joana Pérez y archivo Afedeco

» DISEÑO E IMPRESIÓN:  
Impremta Leo - Manacor  
[www.leoweb.net](http://www.leoweb.net)

» DEPÓSITO LEGAL:  
PM-2111-2008

El Govern  
de les Illes  
Balears troba  
els millors  
professionals  
per a les  
millors  
empreses.

El SOIB és  
l'organisme que  
ho fa possible.

Telefona'ns

971 784 800

[www.soib.es](http://www.soib.es)

GOVERN  
de les ILLES  
BALEARS  
[www.ilsibalears.cat](http://www.ilsibalears.cat)  
Conselleria de  
Turisme i Treball

SOIB

# La Tarjeta Compra Fácil, un instrumento eficaz de fidelización al servicio de nuestros comercios

El número de operaciones supera ya las 12.000



En julio del 2008 se iniciaba la segunda etapa de la Tarjeta Compra Fácil. Como recordareis suponía incorporar la Visa. La Tarjeta llevaba ya una larga andadura y se había posicionado de manera estratégica y táctica en nuestro sector. Pero no estábamos del todo conformes, necesitábamos dar un paso adelante y mejorarla. No era tarea fácil, pero después de no pocas conversaciones y múltiples reuniones de trabajo, entre las patronales de comercio, con los gestores de la misma, la entidad Sa Nostra, se consiguió nuestro propósito inicial. Cuando sólo han transcurrido dos años desde esa decisión, y después de una intensa labor por parte de Sa Nostra, por lo que ha supuesto este nuevo cambio, hoy ya podemos decir que nuestra tarjeta La Compra Fácil Visa es la tarjeta por excelencia de los comercios de nuestra Comunidad Autónoma. Nuestra tarjeta.

Ya en agosto de este año existían

38.749 tarjetas activas, unas 671 más que en los dos últimos meses. Además el porcentaje de actividad de esas tarjetas es del 100%, cosa que no ocurría con anterioridad, en que existían muchos plásticos no operativos. Los datos son por sí mismos significativos y aclaradores del actual posicionamiento de la tarjeta entre nuestros clientes. El número de operaciones supera ya las 12.000 y la facturación era en el pasado mes de junio de 1.813.546. ¿Cómo se explica el éxito de este medio entre los clientes de los comercios? ¿Cuáles son realmente sus ventajas? Y ¿por qué eligen Compra Fácil Visa en lugar de otro medio de pago?

Cuando los más críticos y escépticos, de manera legítima y respetable, pues se trata de la gestión de sus negocios, comentan, como único argumento en contra, que la comisión que tienen que pagar los comerciantes con la Compra Fácil es mayor que el que pagan en algunas otras entidades,

“Cerca de un 85% de encuestados considera un acierto el paso de Compra Fácil a Visa”

les pregunto, convencido de ello, pero ¿ofrecen también esas otras tarjetas el crédito instantáneo que facilita la Compra Fácil? ¿Pueden aplazarse los pagos hasta seis meses? No, verdad, pues esta es una gran ventaja, y no para los consumidores, que también, sino para los comerciantes que tienen un medio para fidelizar a sus clientes. También comentan que cuando sus clientes al ir a pagar no le facilitan la Compra Fácil, le piden la que para ellos resulta más barata; y yo les digo, siempre desde



“La apuesta de AFEDECO, la Compra Fácil es toda una realidad”

el respeto y máxima comprensión, ¿barato para quién? Lo barato según mi modesto entender no sólo es lo que menos cuesta, es aquello que ofrece a nuestros clientes el máximo de facilidades y comodidades a la hora de hacer sus pagos. Por eso les digo concluyentemente, eres tú quien tienes que pedirla a tu cliente. ¿Tiene la tarjeta Compra Fácil? ¿Sabe que puede aplazar sus pagos? De esta manera es posible que se pueda quizá pagar un poco más, pero no menos cierto es que se está ganando la confianza y la fidelidad del cliente. Es el comerciante el que tiene que pedirla. A veces nos cuesta mucho atraer a la gente a nuestros negocios, y hacemos publicidad, con el coste que ello supone, hacemos descuentos del 10-15 por ciento o más, para fidelizarlos, incluso lo hacemos fuera de los periodos de rebajas, ¿qué resulta entonces más caro, nuestros descuentos, nuestras campañas de publicidad o nuestra Tarjeta Compra Fácil?

De verdad que no hay color. Y eso es lo que piensan la gran mayoría de nuestros comerciantes. En este momento, a fecha de cierre de esta edición, en la web de AFEDECO se está haciendo una encuesta entre nuestros asociados y aún cuando es reciente ya han contestado unos doscientos comerciantes, de los cuales el 84% dicen que con la incorporación de la Visa ha mejorado el medio de pago, frente a un 5% que dice que ha empeorado y el resto porcentual, el 11% que dice que sigue igual. Así pues de alguna manera los socios nos están ratificando su confianza y aprueban los cambios realizados. También nos comentan que el 63% valora por encima de todo el crédito aplazado frente al 27% que lo hacen de la forma Visa. La mayor crítica es la de que es aún cara y así el 58% dice que debería reducirse la comisión, mientras que también se apunta como negativo por un 35% las dificultades para conseguirla. En todo ello desde AFEDECO, vamos a trabajar dentro de la Societat de Mitjans de Pagament SL, dentro de

“El comerciante debe pedir la Tarjeta Compra Fácil a sus clientes”

“Los pagos se pueden aplazar hasta seis meses sin coste para el consumidor”

nuestras posibilidades, para mejorar aún más las condiciones. No crean que nos vayamos a dormir. Vamos a seguir la línea de trabajo marcada con el fin de conseguir que la Tarjeta Compra Fácil continúe siendo la tarjeta del comercio. No duden que siempre que haya margen de mejora ahí estaremos nosotros con nuestro esfuerzo, trabajo compartido con la otra patronal Pimeco y con la entidad Sa Nostra, que ha sabido responder eficazmente y de manera ágil a nuestras necesidades, como no han hecho otras entidades.



Antonio Vitella Paredes  
Secretario General-Gerente AfeDeco.

# La tarjeta Compra Fácil Visa del comercio

Como hemos venido publicando en ediciones anteriores, la Tarjeta Compra Fácil Visa de Sa Nostra tiene enormes ventajas para nuestros comercios. Son muchos los socios que nos informan del alto índice de satisfacción de dicha tarjeta que, sin duda alguna, se está convirtiendo en el medio de pago por excelencia, incrementando cada día más su presencia en el tráfico mercantil de nuestros comercios. Podemos decir que se ha convertido en la Tarjeta del Comercio de las Islas Baleares por excelencia.

En este número planteamos las siguientes cuestiones a cuatro comercios de Palma.

## 1- ¿Cómo valora la tarjeta compra facil?

## 2- ¿Qué beneficio le reporta a su negocio?

## 3- ¿Qué opinión tienen sus clientes de la tarjeta?



**Comercio: Charli - C/ Velázquez, 7**  
**Sr. Emilio Garcia Garcia**

- 1.- Si le doy una valoración numérica, un 8% sobre un 10% es muy valida para el pequeño comercio, sobre todo en tiempos de crisis como este el cliente puede realizar sus compras con un pago de hasta seis meses. tiene pequeños fallos de conexión
- 2.- Me aporta bastante beneficio sobre todo en algunos artículos como trajes de ceremonia para bodas y eventos, y otros articulos de marca, el cliente paga comodamente a plazos incluso según el importe puede aplazar hasta 12 meses.
- 3.- El cliente comenta que es una tarjeta muy comoda y práctica, hace tiempo que estan acostumbrados a ella y que la deberían tener todos los comercios. es la única arma que tienen los comercios para dar credito y poder competir con las grandes superficies.



**Comercio: Joyeria Forteza - C/ Blanquerna, 14 bajos**  
**Sr. Rafael Forteza Miró**

- 1.- La considero una tarjeta muy valorada en el pequeño comercio porque? por que es una forma de dar credito al cliente y en estos tiempos de crisis quizás la gente se anima mas a comprar.
- 2.- El beneficio que aporta se nota sobre todo en la venta de artículos mas caros, el cliente si puede pagar a plazos no se lo piensa tanto, y es un forma de competir con las grandes superficies que son los que hacen daño.
- 3.- El cliente está en general contento con esta tarjeta y además proviene de un banco "sa nostra" con el cual trabajan muchos residentes en la isla.



**Comercio: Miss Medias - C/ San Miguel, 52**  
**Sra. Laia Bernal Martinez**

- 1.- Es un tarjeta muy practica para la gente que no dispone de dinero en efectivo en el momento así pueden realizar sus compras muy comodamente.
- 2.- El beneficio se nota a final de mes con esta tarjeta se nota el aumento en las ventas a plazos sobre todo cuando son compras mas grandes.
- 3.- El cliente está encantado es muy practica por el tema de pagar en varios plazos sobre todo en este tiempo de crisis



**Comercio: Filatelia Mallorca - C/ Convent des Caputxins, 7**  
**Sra. Margarita Mir Bernardo**

- 1.- La valoro muy positivamente es una tarjeta que proporciona y da facilidad al cliente sobre todo cuando quieren realizar compras de un importe mas alto.
- 2.- Beneficio en aumento de ventas gracias a la facilidad que proporciona a los clientes poder pagar en comodos plazos.
- 3.- Es una tarjeta muy comoda para realizar todo tipo de compras, no se exige al cliente una cantidad muy elevada de compra para poder pagar en comodos plazos.



**Comercio: Joyería Jaime III - Avda. Jaime III, 16**  
**Mª Ángeles Rodríguez**

- 1.- Es un acierto pleno de las patronales de comercio y especialmente de AFEDECO.
- 2.- Permite que mis clientes puedan diferir sus pagos hasta seis meses. Es un acierto y fideliza a la clientela.
- 3.- Les falta aún tener un mayor conocimiento, pero en términos generales quien la usa la conoce.



**Comercio: Poloio (Antony Motato) - C/ Pelaires, 10**  
**Miguel Garcia Polo**

- 1.- Es un medio de pago muy interesante para la gente.
- 2.- Lo más importante es la facultad de poder pagar de manera aplazada con hasta seis meses. Es un crédito fácil al instante.
- 3.- Es un tema desigual. Algunos la conocen bien del uso que de la misma hacen. Y otros no tienen ni idea de su existencia ni de sus posibilidades.



**Comercio: Calzados La Argentina - C/ Jaime II, 24-26**  
**Juana Maria Coll**

- 1.- Es la mejor tarjeta que en estos momentos tienen el comercio para fidelizar a nuestros clientes.
- 2.- Es evidente que la posibilidad de aplazar los pagos en unos momentos como los actuales es una gran ventaja para los comercios y para nuestros clientes.
- 3.- Cada vez tienen un mayor conocimiento y cada vez se pide más. Esto es buena señal del posicionamiento que esta adquiriendo.



**Comercio: Xino's - C/ Jaime III, 5**  
**Pedro Mesquida Vich**

- 1.- La valora de manera muy positiva dado que es un instrumento financiero al servicio del comercio en su generalidad.
- 2.- Está claro que la mejor garantía de este medio es la posibilidad de aplazar pagos. Permite un aplazamiento hasta seis meses sin coste para el cliente. Es la mejor oferta comercial que puede dispensar hoy el comercio
- 3.- Cada vez se conoce más. Sin duda como decimos en AFEDECO es la tarjeta por excelencia del comercio y de nuestros clientes.

## L'àrea de promoció econòmica i emprenedors de l'imfof aposta pel creixement empresarial de Palma

**El foment de la creació d'empreses, la consolidació empresarial i la promoció dels sectors emergents són els principals objectius de l'Àrea**



L'Àrea de Promoció Econòmica i Emprenedors de l'IMFOF treballa per afavorir el desenvolupament econòmic i el creixement del sector empresarial de Palma. L'Àrea té com a eix central el disseny i aplicació de mesures i accions directes per tal d'estimular el teixit empresarial, el consum interior i la projecció exterior de la ciutat.

Entre les principals funcions de l'Àrea podríem destacar **el foment de la creació d'empreses** i la promoció de la cultura emprenedora en el municipi

de Palma. Assessoram l'emprenedor des del moment en què té la il·lusió de començar un negoci fins a la seva concreció en un projecte empresarial viable.

Així mateix, un altre objectiu del departament és la **consolidació empresarial**. Apostar per les empreses locals és apostar per la generació de llocs de feina i per la creació de riquesa. A més a més, l'Àrea de Promoció Econòmica i Emprenedors aposta especialment per **la promoció dels sectors**

**emergents**, com són la hoteleria i restauració, el sector nàutic i el sector audiovisual.

Entre les diferents activitats que l'Àrea du a terme cal mencionar el **Concurs de Projectes Empresarials Eureka**, en que els emprenedors seleccionats reben formació gratuïta de la mà de professionals reconeguts en el seu sector i opten a premis de fins a 18.000 euros.

També cal destacar el **programa INCYDE**, que és un programa operatiu d'iniciativa empresarial que està adreçat a totes aquelles petites i mitjanes empreses de Palma que volen donar un impuls al seu projecte empresarial, tant si es troba a una fase inicial com si pretén avaluar alternatives d'expansió i consolidació.

A més a més, un altre iniciativa de l'Àrea és la signatura d'acords amb entitats bancàries com MicroBank i Caixa Rural de Balears per aconseguir condicions preferencials als emprenedors de l'IMFOF.

### L'IMFOF aposta per la formació dels emprenedors

L'Àrea tampoc s'oblida de la formació dels emprenedors amb accions com les **"Càpsules Formatives"**, una oferta formativa dirigida als emprenedors i petits empresaris de Palma. L'objectiu d'aquesta iniciativa **es millorar la formació dels emprenedors de Palma** i donar resposta a les qüestions i dificultats que ens exposen els emprenedors.

Un altre acció formativa és **"Un cafè amb..."**. Aquest projecte consisteix en la celebració de cafès col·loquis amb els que l'IMFOF vol contribuir

a la millora de la formació dels empresaris amb l'objectiu de facilitar entorns organitzats perquè les empreses amplin la seva xarxa de contactes.

Per altre banda, cal destacar projectes com la **Guia Palma Meeting Point**, que té com a finalitat donar a conèixer Palma, tant a empreses com a particulars, com a ubicació estratègica per a l'organització i desenvolupament d'esdeveniments, mitjançant la presentació en un únic document d'un posicionament

de Palma com una ciutat atractiva preparada **per aconseguir l'adjudicació de l'organització de grans esdeveniments**.

Un altre instrument de suport que l'Institut posa al servei dels emprenedors és el **viver d'empreses**. Es tracta d'un conjunt de locals, ubicats al centre històric de Palma, en que els emprenedors poden començar la seva aventura empresarial per un baix cost de lloguer i amb tota una sèrie de serveis i eines de suport.

## Baleares es la comunidad autónoma con más hoteles dotados de spa

**El pasado 24, 25 y 26 de septiembre el Hotel Hilton Sa Torre de Mallorca acogió la celebración del I Congreso Internacional del Spa**



Mallorca fue el escenario del primer Congreso Internacional exclusivo para spas que se organiza en España. El 'Spa World' Mallorca 2010 se celebró los días 24, 25 y 26 de septiembre en el Hotel Hilton Sa Torre Mallorca.

Para Gabriel Nicolau, presidente de la Asociación Balear de Centros de Hidroterapia y Spa (Grup Hidrospa), este evento se ha celebrado "con el deseo e ilusiones de que el sector en auge continuado y ya, de alguna manera, imprescindible para nuestra hostelería, turismo y residentes, sea promocionado junto a Hidrospa, pensado y creado para los spas y todas aquellas empresas y profesionales que con los SPAS colaboran".

El evento contó con la participación de numerosos expositores que tuvieron la oportunidad de presentar sus productos, novedades y propuestas sorprendentes. No faltaron congresistas amantes de la salud y el bienestar, de los spas, protagonistas de un certamen único.

El congreso ofreció también charlas y mesas redondas sobre todo lo relacionado con este mundo durante los dos primeros días y abrió sus puertas a todas las personas el domingo 26 con talleres gratuitos.

Baleares es la comunidad autónoma "con más hoteles dotados de spa", concretamente un 20 por ciento del total de alojamientos, y cuenta con 156 centros de relajación, según explicó el director del congreso, Javier Suárez, en rueda de prensa.

Con este evento se pretende explicar a los propietarios de los hoteles que "lo importante es la calidad", y no la cantidad, por lo que Suárez propone no hacer más hoteles con "spa", sino remodelar los que existen dotándolos de este servicio.

"Queremos que este Congreso sea de relaciones afectuosas entre los que ofrecen y los que demandan servicios especiales y específicos para los spas. Este debe ser el momento de

abrir un abanico de posibilidades ofreciendo nuevos programas de formación, equipos de última generación, cosmética específica para spas, gestión y diseño y que todo ello cree un escenario apropiado que invite a los negocios", destacó Gabriel Nicolau.

El impacto económico del "spa" en las Islas es de 444 millones de euros, de los cuales 243 millones provienen de turistas, y el resto de residentes de las Baleares.

Texto: Redacción  
Foto: Hidrospa

**CONXA OBRADOR GUZMÁN**, directora general de Consum



Foto: AFPB / Calvia, Servicios fotográficos

## “La corregulación es buena para todos”

La Conselleria de Salut y Consumo, a través de la Dirección General de Consumo puso en marcha durante el 2008, el mecanismo de la corregulación con el objetivo de que las asociaciones empresariales, con el apoyo de la administración y de las asociaciones de consumidores, dictasen sus propias normas para regular sus relaciones con los consumidores, garantizando así una mayor protección y mejorando la confianza de éstos. Este año se convoca la tercera edición de los Premios de Excelencia Empresarial en materia de consumo adheridas a las Asociaciones Empresariales correguladas por los Códigos de Buenas Prácticas. AFEDECO ha estado con la directora general de Consumo, Conxa Obrador, para que nos explique los beneficios de la corregulación, así como los galardones que se entregan.



Conselleria de Salut i Consum  
Direcció General de Consum

### - ¿Qué es la corregulación?

- La corregulación es un mecanismo que tiene como objeto que las asociaciones empresariales, con el apoyo de la administración y de las asociaciones de consumidores, dicten sus propias normas para regular sus relaciones con los consumidores, garantizando así una mayor protección y mejorando la confianza de éstos. Así pues, las asociaciones empresariales elaboran un Código de Buenas Prácticas, que recoge las condiciones y requisitos más allá de la ley que debe cumplir el ámbito empresarial para garantizar la calidad y la seguridad de los productos o los servicios puestos a disposición de los consumidores y usuarios. Es decir, se crea un instrumento de autocontrol para las propias empresas, pero también para cada sector comercial, empresarial y profesional.

### - ¿Qué características principales destacaría?

- Que es un sistema voluntario, gratuito y ejecutivo.

### - ¿A quién beneficia la corregulación?

- La corregulación es buena para todos, beneficia a las tres partes implicadas. Las Asociaciones empresariales: permite el autocontrol de la actividad desarrollada por parte de los empresarios e implica la adopción voluntaria de una serie de compromisos de mejora continua, contribuyendo a elevar el nivel de calidad y seguridad legalmente establecidos y mejorar la imagen de sus establecimientos, diferenciándose de la competencia.

Consumidores y usuarios: el cumplimiento de la corregulación por parte de los empresarios y comerciantes, a la vez que supone una mejora de los servicios prestados a sus clientes, contribuye a aumentar el nivel de satisfacción y confianza de éstos, garantizando la protección de sus derechos.

La administración: constituye un procedimiento eficaz para garantizar la defensa de los consumidores y

usuarios, su seguridad y los legítimos intereses económicos de los mismos, al facilitar el cumplimiento de la legislación aplicable en los diferentes sectores comerciales, contribuyendo a su autorregulación, y promoviendo la participación de las asociaciones empresariales y de consumidores.

### - Esta iniciativa, ¿se lleva a cabo en otras comunidades autónomas?

- Sabemos que alguna comunidad autónoma está intentando iniciativas similares, pero las Islas Baleares fuimos pioneras en diseñar y desarrollar esta iniciativa.

### - ¿Cuáles son los pasos para adherirse al sello regulador?

- En primer lugar crear un código de buenas prácticas. Solicitar adhesión al sello de la dirección general de consumo y admisión del sistema de arbitraje de consumo. El código de buenas prácticas tiene por objeto dar respuesta a los conflictos entre las partes actuantes en el mercado. Es una herramienta para mantener el equilibrio entre los empresarios y el consumidor.

### -La Dirección General de Consumo tiene conocimiento de que los códigos de buenas prácticas elaborados en Baleares se hayan exportado empresas de otras comunidades autónomas?

- Sí, tenemos conocimiento, cosa que nos alegra mucho, de que el proyecto de ASINEM (instaladores electricistas) que fue el que ganó el galardón de oro en el año 2008, probablemente se implantará a nivel nacional con un texto adaptado a las diferentes peculiaridades territoriales.

### -Una vez que una asociación empresarial dispone del código de buenas prácticas, ¿qué deben hacer las empresas de un sector para adherirse a este código?

- Simplemente debe manifestar su voluntad de adherirse al código de buenas prácticas de su asociación y, por supuesto, cumplirlo. En este sentido, debemos tener en cuenta que, tras la última modificación, los códigos de conducta están regulados

por la ley de competencia desleal.

### -¿Podría darnos algún ejemplo de buenas prácticas concretas?

- Un coche de sustitución mientras reparan el suyo, seguro gratuito de robo o desperfecto de un producto durante un tiempo, devolución en quince días, ampliación del periodo de garantía de 2 a 3 años, someterse al Arbitraje de Consumo (es lo mínimo que se requiere imprescindible), y cualquier práctica relacionada con la responsabilidad social empresarial: compromiso de adquisición de productos no relacionados con la explotación infantil, etcétera.

“Es un sistema voluntario, gratuito y ejecutivo”

### - ¿Existe alguna relación entre los códigos de buenas prácticas y el arbitraje de consumo?

- Por supuesto, el Arbitraje de Consumo es la mejor buena práctica que puede existir. El Arbitraje de Consumo es un procedimiento para solucionar las controversias que pueden surgir entre los consumidores y los empresarios o profesionales, sin necesidad de ir a los tribunales ordinarios de Justicia. Además es un procedimiento voluntario, gratuito, sencillo, ágil y eficaz que permite dilucidar las diferencias de los implicados de una manera rápida y sin formalidades excesivas.

### -A raíz de este proyecto se han creado unos premios de corregulación, ¿a quién van dirigidos estos premios?

- Estos galardones surgen de un acuerdo adoptado en el Consell de Consum de las Islas Baleares, que congrega a miembros del Govern, consells insulares, ayuntamientos, agentes sociales y asociaciones de consumidores y van dirigidos a las asociaciones empresariales.



“El logo genera confianza y ésta a su vez fidelización”

- ¿Qué aporta este galardón a las asociaciones empresariales?

- Confianza. Eso es lo principal. Con este galardón se pretende transmitir confianza al consumidor que en estos momentos es el que más necesita. Es decir, si una asociación se autorregula está ofreciendo unas mejores condiciones para el consumidor y si esto está avalado por la administración se traduce en un mejor servicio y una mayor confianza para el consumidor.

- ¿Quiénes fueron galardonados el año pasado?

- Tercer premio, galardón de bronce: Ex aequo, por haberse producido un triple empate: ABERAN (Asociación Balear especializada reparadores automoción y Náutica), Asociación de Comerciantes de Electrodomésticos, Associació Intersectorial de petits i

mitjans empresaris de Formentera.

Segundo premio, galardón de plata: PIMEM-Federació de la Petita i Mitjana Empresa de Mallorca.

Primer premio, galardón de oro: AFEDECO-Federació d'Empresaris de Comerç de les Balears.

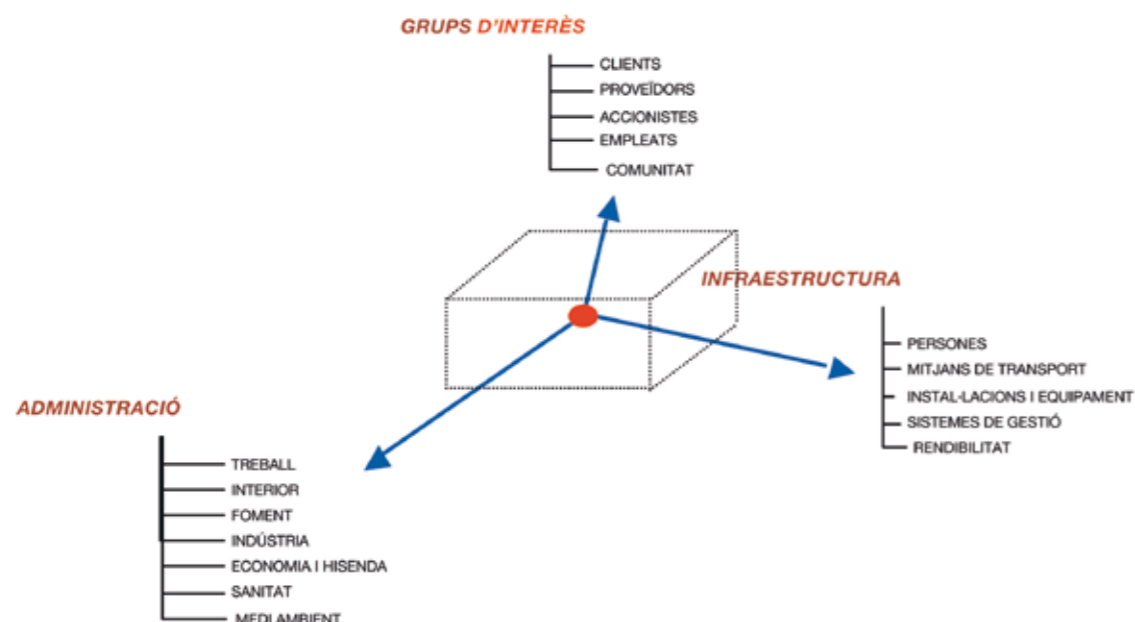
- ¿Cuántas empresas participan?

- Hasta la fecha hay más de 1.000 empresas de las Islas que han aceptado esta mediación.

Texto: Paula G. Medrano  
Foto: AFPB / Calvià  
Servios Fotogràfics

## Código de buenas prácticas

Existen tres dimensiones de interés de cara la desarrollo del Código de buenas prácticas



## CURSOS GRATUITOS 2010 100% SUBVENCIONADO

### Formación Profesional

## BONIFICA TU FORMACIÓN EN AFEDECO

Todas las empresas españolas disponen de un crédito para Formación asignado anualmente, al que pueden recurrir mediante **bonificaciones a la Seguridad Social** una vez realizada la acción formativa ([REAL DECRETO 395/2007](#) de 23 de marzo por el que se regula el subsistema de formación profesional para el empleo). Así, cada empresa puede establecer su **Plan de Formación interno sin apenas coste adicional o totalmente gratis**. Para que su empresa se pueda bonificar, desde AFEDECO le informamos y asesoramos, y gestionamos los trámites necesarios.

- Calculamos su crédito de formación
- Organizamos y ejecutamos los cursos
- Realizamos todas las gestiones administrativas ante la Fundación Tripartita
- Ofrecemos seguridad y confianza

En AFEDECO encontrará un **servicio serio, seguro y ajustado** a sus necesidades de formación. Por eso, si está pensando en un curso y quiere bonificarlo para realizar el curso sin apenas coste o totalmente gratis, se lo gestionamos con la confianza que necesita su empresa.

**Infórmese y cualifique a sus empleados gratuitamente !!!**



## El comercio lucha contra la morosidad

**La morosidad es como todo en la vida, tiene un pasado, un presente y un futuro y de la misma forma debemos ser conscientes de cada momento y actuar respecto a él con comprensión y coherencia**

Está en boca de todos, un elevado porcentaje de nosotros tenemos uno, nos acompaña a diario y lo tenemos presente la mayor parte del día, incluso nos lo llevamos el fin de semana y no somos capaces de dejarlo. No estamos hablando del último modelo de móvil 3G ni del último gadget tecnológico aplicado a la empresa, hablamos de **impago**, esa corriente que día a día erosiona nuestra empresa, consume recursos profesionales y personales y alimenta nuestra desconfianza en las personas y en las empresas.

Una vieja historia hindú cuenta que *“un vendedor de sombreros, al despertarse tras echar una cabezada a la sombra de un árbol, se encontró con que unos monos habían cogido todos sus sombreros. Enrabiado, se quitó el sombrero que llevaba puesto y lo tiró al suelo. Los monos, que tanta tendencia tienen a la imitación, también arrojaron al suelo los suyos, que el vendedor se apresuró a recoger. Medio siglo después, su nieto, también vendedor de sombreros, colocó su mercancía debajo del mismo árbol y se echó una siestecita. Al despertarse, vio con desesperación que los monos se*

*habían llevado todos sus sombreros a la copa del árbol. Se acordó entonces de la historia de su abuelo y tiró con fuerza su sombrero al suelo. Pero, misteriosamente, ninguno de los monos arrojó al suelo sombrero alguno. Lo que sí ocurrió es que uno de los monos bajó del árbol, recogió el sombrero tirado en el suelo, se acercó hasta el vendedor, le dio una palmadita en la espalda y le dijo: “¿Creías que los demás no hemos tenido abuelo?”*

El aprendizaje sobre la experiencia, la toma de decisiones no basadas en nuestras creencias tradicionales sino en el momento que vivimos y el cambio de paradigma cuando pensamos que sabemos más que los demás son algunos de los aspectos que atesora este breve relato y que podemos ver como posibles efectos que nos llevan a estar actualmente cautivos por la morosidad pero que se vislumbran también como catalizadores de cambio que nos convierta en preventivos y previsores de ahora en adelante.

La morosidad es como todo en la vida, tiene un pasado, un presente y un futuro y de la misma forma debemos

ser conscientes de cada momento y actuar respecto a él con comprensión y coherencia. Es evidente que el pasado lleva el peso específico ya que por definición la morosidad hace referencia al impago vencido y acumulado que soportamos como empresarios sin embargo nuestra proactividad y capacidad de reacción debe centrarse en el presente y sobre todo en el futuro.

Todos gestionamos de una forma u otra la morosidad que tenemos y es esencial seguir haciéndolo, debemos continuar perseverando a través de todos los medios que tengamos a nuestro alcance para conseguir cobrar de los clientes que no nos han pagado en tiempo y forma, pero igual de importante es saber qué hacer en el momento actual con nuestra cartera de clientes y sobre todo cómo debemos actuar frente a los clientes que vendrán.

Hace años pasamos por momentos duraderos de bonanza empresarial, tiempos en los que las cosas iban muy bien sin hacer prácticamente nada especial para que los negocios funcionasen, fueron años en los que la creatividad empresarial no era

prácticamente necesaria y donde la confianza unía emocionalmente a clientes, empresas y proveedores creando un ambiente de bienestar general que revertía en beneficios empresariales lo que fomentaba la simplicidad y rapidez en la toma de decisiones. En esos momentos era fácil despertar de nuestro sueño y ver que seguíamos teniendo nuestros sombreros y si nos faltaba alguno lo recuperábamos fácilmente sin necesidad siquiera de arrojar el nuestro al suelo.

Pero ha pasado el tiempo y todo parece haber ido muy rápido, los abuelos han hecho un buen trabajo enseñando sobre sombreros y sin darnos cuenta hemos ido más allá del sombrerero ya que no sólo no nos han devuelto los sombreros sino que nos han quitado incluso el nuestro evitando así que podamos tirarlo al suelo.

¿Debemos aprender sobre esta experiencia que estamos viviendo ahora? Por supuesto que sí, en una situación de mora empresarial parece que el empresario es el mal visto y que el moroso tiene incluso disculpa achacando su desidia o negación de pago en que hay crisis y las cosas van mal. Pero la crisis es para todos y las cosas van mal para todos, no hay excusa, y si al extremo la hubiese debemos atender de nuevo a lo comentado antes, gestionemos el pasado como mejor podamos pero centrémonos en el presente y sobre todo en el futuro ya que los caminos legales que deben solventar nuestro pasado se nos antojan hartos complejos y lentos o inoperantes en exceso.

¿Debemos tomar decisiones basadas en nuestras creencias tradicionales? Intentemos evitarlo con coherencia ya que las empresas que nos deben dinero han abandonado la tradicionalidad, han olvidado la relación emocional que les permitía darnos dinero por confianza y han abusado de ella, debemos actuar contra ellos igual que ellos han actuado contra nosotros, olvidando

los inicios de la relación y apelando exclusivamente al bienestar y defensa de su empresa en perjuicio premeditado de la nuestra. Hay que tener muy presente y las estadísticas así lo dicen, que un significativo porcentaje de morosos podrían evitar serlo ya que no carecen de recursos económicos sino que han optado por redireccionarlos a partidas que consideran más importantes que las nuestras. Debemos actuar con intensidad y utilizando métodos que protejan nuestro negocio, debemos ser valientes y no dudar intentando conseguir que sea el mercado mismo el que les excluya.

¿Debemos seguir pensando que sabemos más que los demás? Es obvio que siempre seremos los mejores conocedores de nuestro negocio pero los tiempos evolucionan muy rápidamente y necesitamos participar de nuevos conocimientos para ser sostenibles. El paradigma de que las cosas funcionan solas ya no es válido, en la actualidad hay que triplicar el uso de recursos para obtener una tercera parte de rendimiento. Debemos estar preparados para lo que viene porque los morosos abusando de nuestra comodidad sí se las han dado de más listos.

Y lo que viene son nuevos clientes, el ahora es importante y el mañana lo es más. Necesitamos ser firmes en nuestras decisiones, debemos analizar a quién vendemos y ver si la forma que tenemos de venderle es la que mejor se adapta a ese tipo de cliente y cambiarla si no lo es; debemos prever a quién podemos vender para anticipar nuestra relación y debemos detectar qué empresas de nuestro sector venden a los morosos que nosotros descartamos para impedir que sigan manteniendo lo que nosotros luchamos por eliminar. La forma efectiva de luchar contra la morosidad futura es eliminar esos dos actores del escenario empresarial y si queremos ser sostenibles como empresa y como sector debemos unirnos contra ellos sin demora.



**sinmora**  
ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE COMERCIANTES DE BALEARS

La información es determinante para actuar con certeza y garantía, por ello seguimos trabajando en el Observatorio contra la Morosidad en el Comercio (<http://sinmora.blogspot.com>) para dar a conocer las circunstancias que envuelven este mundo y que cualquier empresa pueda beneficiarse de sus contenidos pero necesitamos la colaboración y opinión de todos.

Nuestras empresas son nuestra vida, hemos sido muy emocionales durante años pero ha llegado el momento de luchar por los nuestros y ser sólidos en nuestros propósitos de sostenibilidad y crecimiento.

Ha llegado el momento de ver debajo de qué árbol nos dormimos y de qué forma protegemos nuestros sombreros.

Texto: Guillermo Llofriu Cañellas  
 Responsable de sinmora  
 Foto: Archivo

## La Conselleria de Medi Ambient i Mobilitat y Endesa col·laboren per minimitzar l'impacte ambiental de les instal·lacions elèctriques i protecció de l'avifauna de Balears

Ambdues parts signen un nou protocol que dóna continuïtat a les 740 actuacions de correcció i millora realitzades des de l'any 2004 per evitar electrocucions i col·lisions d'aus a les esteses elèctriques



El conseller de Medi Ambient i Mobilitat, Gabriel Vicens, i el director general d'Endesa a les Illes Balears, Andreu Rotger, acompanyats pel director general de Biodiversitat, Vicenç Vidal, signaren el passat 8 de setembre un protocol de col·laboració entre el departament autonòmic i l'empresa energètica per a la minimització de l'impacte ambiental de les instal·lacions elèctriques i la protecció de l'avifauna de les Illes Balears.

Aquest protocol, que dóna continuïtat als acords de col·laboració en aquesta matèria iniciats entre ambdues parts l'any 2004, estableix que Endesa realitzarà correccions

i aïllaments d'elements i línies elèctriques amb l'objectiu d'evitar electrocucions d'aus a determinades zones de Mallorca, Menorca i Eivissa, en base a treballs d'avaluació de risc. Així mateix, Endesa instal·larà dispositius d'anticollisió a diverses àrees naturals de les Illes.

Des de 2004, i mitjançant els successius acords amb la Conselleria de Medi Ambient i Mobilitat, Endesa ha realitzat a les Illes Balears unes 740 correccions i millores, reduint considerablement el risc d'electrocució a les àrees més importants per a l'avifauna de l'arxipèlag. Tot i això, la Conselleria de Medi Ambient i Mobilitat i Endesa

consideren necessari continuar aquestes tasques allà on encara no s'ha actuat, a més d'unir esforços en la millora del medi ambient a l'entorn de les instal·lacions elèctriques, com per exemple en matèria de prevenció d'incendis i gestió de la vegetació forestal.

El nou protocol té una vigència de 5 anys prorrogables. Les actuacions de la Conselleria de Medi Ambient i Mobilitat i Endesa seran acordades per una comissió mixta que planificarà i farà el seguiment del compliment dels objectius del protocol.

## La Asociación de Fotógrafos Profesionales de Baleares lucha contra la propuesta de la DGT por las fotos de carné

El nuevo sistema impuesto por la DGT para que los centros de reconocimiento médico (crm) realicen el certificado telemáticamente y obtengan la foto para el carné a través de una webcam, supone un claro ejemplo de intrusismo en nuestra profesión.

La Asociación de Fotógrafos Profesionales de Baleares (AFPB) junto con otras asociaciones de fotógrafos profesionales, crea una comisión llamada "CAMPAÑA ANTISITEMA FOTOS CARNE-DGT", con esta comisión lleva a cabo acciones para reivindicar su derecho natural a seguir haciendo las fotos, ya que somos los profesionales de la imagen los que estamos formados y preparados técnicamente para ello, considerando que un centro de reconocimiento médico no es el lugar, ni dispone del personal adecuado para realizar este trabajo.

La primera acción emprendida que se realizó desde esta comisión fue mantener una reunión en la Jefatura Provincial de Tráfico de Baleares con la propia delegada, la que nos transmitió su pre-disposición respecto a esta problemática, traspasó nuestra reivindicación a instancias superiores, incluso nos sugirió otras acciones como una recogida de firmas tema que se ha llevado a cabo como exponemos a continuación con una gran respuesta profesional y una sorprendente colaboración ciudadana.

Tras la reunión se acordó recoger firmas de profesionales y de usuarios, seguidamente nos pusimos en contacto con asociaciones de las otras islas e incluso de la península, adhiriéndose estas a nuestra reivindicación.

Desde el primer momento esta comisión ha intentado dar soluciones a los responsables de la DGT con los que ha mantenido contacto, para que pueda convivir el sistema telemático de reconocimiento médico con la obtención de la fotografía por

parte de los fotógrafos, una de las soluciones más evidentes es que los crm hagan su examen y lo envíen a DGT telemáticamente y los fotógrafos hagan la foto y la envíen también telemáticamente a DGT o a los CRM.

En junio de este año se ofreció una rueda de prensa para hacer pública nuestra queja, ofreciendo cifras del daño que se haría a nuestra profesión y dando soluciones al problema. La Federación Española de Profesionales de la Fotografía y la Imagen (FEPFI), interpuso una denuncia ante la comisión nacional de la competencia y un contencioso administrativo ante el tribunal superior de justicia.

En agosto de este año mantuvimos una reunión con el delegado del Gobierno en Baleares, Ramón Socías, el cual entendió el problema y se comprometió a traspasar nuestras reivindicaciones "personalmente" al director de la DGT el Sr. Perez Navarro.

La AFPB con estas acciones vela por el derecho de sus asociados, en este caso por todos los profesionales de la fotografía y también por el derecho de los ciudadanos, ya que ellos tienen el derecho de que les realice un profesional de la imagen algo tan personal como la captación de su propia imagen, la cual realizada con una webcam consideramos que no realiza una captura fiel y fidedigna de la imagen del cliente.

En los manuales de usuario que se están mandando a los crm, quedan patentes los intereses económicos que hay detrás de esta implantación telemática, puesto que en ellos se habla de marcas y modelos de periféricos concretos, e incluso de empresas donde comprarlos.

El perjuicio económico de nuestro sector supone dejar de entrar a nuestros establecimientos a 4,5 millones de clientes anualmente con los perjuicios



que esto implica no únicamente por no realizar la fotografía de carné sino los potenciales trabajos que esta nos reporta.

En cifras monetarias podemos hablar de 27 millones de euros directos, que tal y como se encuentra el panorama económico puede suponer y seguro lo hará si llega a implantarse este sistema, el cierre de muchos negocios fotográficos y arrastrando con ello a muchas familias afectadas, al ser su único sustento de vida.

En definitiva la AFPB lucha por el cese inmediato "de la implantación de equipos para la obtención de fotos carné por medio de webcam" y para el reconocimiento del fotógrafo como profesional cualificado para realizar este tipo de trabajo.

También se denuncia públicamente la falta de transparencia e información a nuestro sector por parte de la DGT, de igual forma se denuncia la intromisión laboral injustificada a nuestro sector tratándose de un claro ejemplo de intromisión profesional, que atenta contra los derechos de todos los profesionales a los que representamos y que supuestamente atenta incluso contra la ley, puesto que infringe la libertad de libre competencia.

Texto: Enrique Medrano

Foto: AFPB



# “Afedeco da respuesta a sus actividades de servicios afines a través de un boletín informativo”

**Este nuevo medio de comunicación nace para acercar AFEDECO a actividades distintas al comercio tradicional**

The screenshot shows the website interface for AFEDECO's 'DIVISIÓ SERVEIS'. At the top, there's a navigation bar with links like 'Portada', 'Editoriales', 'Notícies', 'Guia de serveis', 'Colaboracions', and 'Cont'. Below this is a large banner with the AFEDECO logo and the text 'DIVISIÓ SERVEIS'. A sidebar on the left lists various services: 'Asesoría fiscal y laboral', 'Azafatas y traduccions', 'Bancos', 'Spa After-Work', 'Comunicación y difusió', 'Cosmética y productos', 'Estética avanzada', 'Formación', 'Fotografía', 'Hotels', 'Gráficas', 'Informació', 'Pelutjones', 'Psicologia', 'Gesa/Endesa', 'Seguros', 'Spas ciudad y rurales', and 'Tratamientos especiales'. The main content area has a 'Presentación' section with a photo of Gabriel Nicolau, the president of Hidrospa, and a 'Hágase socio' section with a registration form. There are also sections for 'Inscripciones', 'Nuestros Spas', 'Estética Avanzada', and 'Terapias Alternas'.

Bajo el nombre de División de Servicios hace un par de meses que se ha creado un nuevo Boletín informativo con el objetivo claro de “estar más unidos e informados a la vez que sepamos que podemos contar con empresas y profesionales que ofrecen sus servicios a aquellos que, como ellos, pertenecen a esta gran familia que formamos los socios de AFEDECO”, explica Gabriel Nicolau, director y coordinador del Boletín.

Dado que en Afedeco además del comercio tradicional existen múltiples asociaciones de servicios afines

al comercio, es por lo que hemos creado esta división de servicios, para abrir las puertas a aquellos sectores como esteticistas, spas, fotografía, organizadores de eventos y otros.

“AFEDECO representa a la mayor parte del Comercio de Baleares, calles enteras, barriadas enteras se convierten en Asociaciones que están integradas en el conjunto de AFEDECO y ello es lo que nos hace grandes y fuertes. Nuestras Asociaciones constituyen la mejor tarjeta de visita que puede presentar AFEDECO ante nuestros conciudadanos e instituciones

múltiples. Es indudable que la unión hace la fuerza y que nosotros, juntos, debemos y podemos luchar para elegir el mejor camino que nos lleve a la esperanza”. Con estas líneas presenta Gabriel Nicolau el editorial del número cero del citado Boletín.

Con la firme apuesta de vencer la crisis económica que padecemos y lanzando un mensaje positivo el director del citado Boletín quiere transmitir que “debemos estar en continuo movimiento que nos lleve a mejorar, dentro de nuestras posibilidades, esta terrible situación a que nos han llevado

“Este boletín se dirige a actividades como estéticas, spas, terapias alternativas, peluquerías...”

unos pocos, por ello y ya que somos muchos más los que la sufrimos os pido como compañero y amigo que confía en la buena gente que sois todos vosotros y, aunque sea sólo por esto, ruego vuestra implicación en este proyecto, nuestro proyecto, el proyecto de todos y que consigamos aliviar, aunque sea un poco, esta lamentable situación económica”.

“Necesitábamos un medio de comunicación eficiente, económico y rápido que trasladara cuanta

información de interés general pudiéramos transmitir y ofrecer así la posibilidad de llegar a todos. Es un acto altruista, pero con la convicción que nos puede ayudar mucho a todos”, destaca Gabriel Nicolau.

Nos gustaría con ello conseguir provocar vuestro interés, el de todos los socios sin excepción y para ello intentaremos aprovechar y mejorar la base de datos de nuestra patronal, completándola con aquellos de carácter informático necesarios, tal es el correo electrónico, imprescindible para a los tiempos que nos ha tocado vivir. Desde este primer número os animamos a que nos facilitéis vuestro e-mail y si algunos aún no disponen de él que contacten con nosotros, con AFEDECO, para buscar soluciones a los que carecen de este instrumento de comunicación ya que nos crea un problema y que en este caso, si es fácil de enmendar.

Todas estas actividades podrán beneficiarse de los servicios profesionales que se ofrecen en

AFEDECO con algunas particularidades propias, precisamente por la especialidad de las profesiones o actividades a que se refiere. Esperamos contar también próximamente con los fotógrafos profesionales, el gremio de flores y otros servicios que ya se encuentran en AFEDECO, para hacer un boletín de plenas garantías. Esta era una asignatura dentro de AFEDECO que nosotros pretendemos cubrir para mejorar la propia imagen de la Federación.

Más información en la web [www.afedecoservicios.com](http://www.afedecoservicios.com) y en [www.afedeco.com](http://www.afedeco.com).



Gabriel Nicolau, presidente de Hidrospa.

Dirección y Coordinación Boletín Informativo Afedeco Servicios.

**AGENDA BALEAR 2011**

L'Agenda Balear està pensada per a la nostra Comunitat. Està feta en català i compta amb un directori on es poden trobar totes les dades dels organismes oficials i altres dades d'interès (cultura, mitjans de comunicació, col·legis professionals, etc...) de les Illes Balears.

**Portades**  
L'Agenda Balear es presenta en dos formats: 17x24 cm i 19x26 cm.

**Mapes**  
Al final de l'agenda s'incorporen 8 pàgines a tot color amb els mapes actualitzats de la nostra Comunitat.

**Publicitat**  
L'Agenda Balear pot incorporar a les seves pàgines la publicitat desitjada. La publicitat pot ser gestionada per MLG o per el propi client.

**Llisti Telefònic**  
L'Agenda Balear inclou un llisti telefònic.

**Distribució**  
L'Agenda Balear estarà a la venda a les papereries més importants de les Illes.

**MLG**  
GESTIÓ D'IMATGE EMPRESARIAL  
C/ Antoni M. Sureda, 2 - 07011 - Palma  
Tel: Fax 971 22 49 77  
[www.mlg.es](http://www.mlg.es)

## Millorar la inserció professional dels universitaris de les Illes

**El SOIB i la Fundació Universitat-Empresa reforcen les línies de col·laboració per una inserció de qualitat dels universitaris de les Illes Balears**



El Servei d'Ocupació de les Illes Balears (SOIB) i la Fundació Universitat-Empresa de les Illes Balears han signat un conveni de col·laboració mitjançant el qual el Departament d'Orientació i Inserció Professional (DOIP), dependent de la UIB, executarà un projecte destinat a millorar la inserció professional dels universitaris de les Illes que han acabat la seva formació i aspiren a una contractació de qualitat, d'acord amb els coneixements que han adquirit en la seva etapa acadèmica i amb una remuneració adequada.

És que un dels col·lectius més afectats per la situació econòmica actual són els joves universitaris que volen accedir al món laboral. És per aquest motiu que aquesta col·laboració afavorirà

la inserció d'aquests universitaris ja que reforça els objectius de les dues entitats posant l'accent en la utilització de les eines del SOIB a disposició de les empreses quan aquestes cerquen nous treballadors. La finalitat del projecte es centrarà en:

- Captar les ofertes laborals de les empreses, especialment aquelles de treball qualificat dirigides a universitaris i canalitzar-les a través del sistema públic d'intermediació del SOIB.

- Assessorar a les empreses i donar a conèixer el catàleg de serveis que les dues entitats ofereixen en conjunt i que es poden dividir en dos grans grups, per una part l'assessoria en recursos humans que va des de la definició de

perfils professionals, incorporació de becaris, selecció de personal base o qualificat fins a temes de contractació i bonificacions i, per altre part, l'assessoria en noves tecnologies que comprendria sobre tot aspectes relacionats amb el portal de l'ocupació Redtrabaj@ i l'autogestió d'ofertes d'ocupació per part de les empreses.

## Formación bonificada: La asignatura pendiente de las Pymes

**Solo el 18% de las empresas aprovechan las desgravaciones de formación continua**

Estudiar para lograr un título que permita encontrar un buen trabajo. Esta es la idea de mucha gente pero, no solo es necesario estudiar para encontrarlo, también para mantenerlo. En septiembre muchas empresas reactivan su formación continua. Si no es el caso de la suya, puede solicitarlo y ser usted mismo el que busque cómo llenar lagunas antes de quedarse fuera de juego.

Todas las empresas disponen de ayudas para ofrecer formación a sus empleados. El coste de la formación que ofrezca, por ejemplo, en septiembre se lo puede descontar en las cuotas a la Seguridad Social de octubre. Desde 420 € anuales en las empresas de un solo empleado hasta los 80.000 € de las grandes empresas. Según fuentes de la Fundación Tripartita - patronato formado por la Administración, los empresarios y los sindicatos- en el año 2009 casi 300.000 empresas españolas han realizado formación bonificada para sus trabajadores. Supone el 18% de las empresas.

8 de cada 10 empresas no aprovecha las desgravaciones de formación a pesar de que estas ayudas existen desde hace muchos años, hay un porcentaje bajo de empresas que lo solicitan. Muchas por desconocimiento.

Cuando se estudia un currículum de un candidato se valora que haya seguido formación continua. La formación que más se suele valorar es la que tiene más sentido con el perfil del trabajador o puesto de trabajo.

Desde entidades como AFEDECO ofrecemos programas a medida para las PYMES, pero también formación abierta para trabajadores individuales. La formación continua

es un concepto muy amplio. Puede ser un máster, cursos de especialización, idiomas, masajes...

La formación bonificada a distancia puede ser una buena opción, ya que permite mayor flexibilidad para compaginarla en el trabajo, pero también, se puede realizar el curso en la propia empresa, evitando así desplazamientos y ajustando al máximo el aprendizaje al puesto de trabajo.

### Oferta diversa:

Formación a medida. Muchas empresas ofrecen a sus empleados formación que encargan a entidades especializadas como AFEDECO. Estas crean los temarios o desarrollan planes de formación a medida. Suele tratarse de cursos para una tarea muy concreta, como un nuevo programa de contabilidad, cómo salvar la morosidad o técnicas de drenaje linfático. Es la llamada "formación de demanda"

Buscar en la empresa. Si quiere formarse, estudie primero la oferta de su empresa. Pregunte al departamento de recursos humanos si hay cursos previstos para este año o si existe la posibilidad de que le subvencionen programas de su elección.

Buscar en el sector. Federaciones como AFEDECO ofrecen cursos cuya matrícula es gratuita, especialmente para empleados de PYMES asociados.

### Datos según la Fundación Tripartita:

- El 18% de las empresas realiza acciones formativas que luego desgrava, en la Seguridad Social.

- Solo el 14,5% de las micropymes realiza formación continua.

- El 88% de las grandes empresas tienen cursos para sus empleados.

- El 19% de los asalariados del sector privado ha participado en acciones formativas bonificadas para empresa en 2009.

- Industria y servicios, los sectores con más formación.

### CURSOS AFEDECO SUBVENCIONADOS 100% PARA PIMES

Cursos tanto presenciales como a distancia.

PVP: 420 €

### Algunas sugerencias:

- Morosidad: Cómo gestionarla 30h
- Personal Shopper 50 h
- Asesoría de Imagen 50h
- Estilismo 50h
- El escaparate
- Dependiente de comercio 74h
- Internet y comercio electrónico 50h
- Introducción a la informática 50h
- Diseño de páginas web 50h
- Técnicas de Masaje: hawaiano (lomi-lomi), ayurvédico, flores de bach, reflexología, quiromasaje, etc.
- Inglés (básico/medio/avanzado) 74h
- Alemán (básico/medio/avanzado) 74h
- Y muchos más! Si no encuentra su curso. Nosotros se lo creamos a medida.

Texto: Alejo Cabeza

## El 60% de los comerciantes cree que los resultados de la temporada alta son peores que los de 2009



El 60,53 por ciento de los comerciantes de Baleares considera que los resultados económicos obtenidos durante la presente temporada turística en el ámbito comercial han sido peores respecto al mismo periodo de 2009, mientras que un 28,95 por ciento cree que siguen igual, tal y como se desprende del 'Informe 2010' elaborado por la Federación de Empresarios de Comercio de Baleares (Afedeco) mediante una encuesta realizada a 321 de sus 570 asociados para conocer su valoración en cuanto a los meses de verano.

En rueda de prensa, el presidente de la patronal, Bartomeu Servera, explicó que el 39,48 por ciento de los consultados ha calificado de mala o muy mala la actual campaña estival (el 28,95 por ciento cree que es mala y el 10,53 por ciento, muy mala), si bien el 73,68 por ciento ha manifestado que los resultados del presente ejercicio (2010) han empeorado respecto a

años anteriores, frente a un 13,16 por ciento que cree que se mantienen y otro 13,16 por ciento que afirma que han mejorado.

Por lo que se refiere a los efectos de esta situación en los negocios, Servera destacó que el 34,21 por ciento de los comerciantes tiene intención de reducir su plantilla, mientras que el 65,79 por ciento restante asegura que mantendrá el número de empleados actual (una cifra que, según el presidente de Afedeco, "ya está bien"), de lo que se deriva que ningún establecimiento se plantea contratar a nuevos trabajadores. Ante esta situación, ha señalado que los comercios de las islas "no tienen ninguna facilidad" para mantener el empleo.

En cuanto a la posible salida de la crisis, el 73,68 por ciento ha negado haber percibido ningún indicio de recuperación económica "tangibles o

importantes", frente al 15,79 por ciento que ha notado signos de mejoría; al tiempo que un 84,21 por ciento ha asegurado que será a largo plazo cuando se comiencen a registrar datos positivos, mientras que el 13,16 por ciento cree que esta situación se alcanzará a medio plazo.

En esta línea, el 40 por ciento de los encuestados ha apostillado que la mejora no se producirá hasta dentro de dos años, si bien el 35 por ciento considera que la crisis concluirá dentro de cuatro o cinco años, frente a un 20 por ciento que cree que tardará más de un lustro y un 5 por ciento que no prevé cambios en el ciclo económico.

[Más información del Informe en [www.afedeco.com](http://www.afedeco.com)]

Texto: Agencias  
Foto: Afedeco

## NUEVA MASTER



**MOTORISA**  
C/ 16 de Juliol, 51  
Tel. 971 902 902

**MOTORISA 2**  
C/. Gremi Boters, 11  
Tel. 971 902 910

## AFEDCO, pionero en organizar una charla informativa sobre la morosidad

AFEDCO siguiendo su línea estratégica diseñada sobre la problemática de la morosidad y como pioneros en su tratamiento organiza el primer evento de este estilo propuesto al sector comercio y servicios a través de la CHARLA INFORMATIVA sobre el RÉGIMEN SANCIONADOR derivado de la Ley 15/2010, de 5 de julio, de modificación de la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales. El evento se lleva a cabo el viernes 22 de octubre a las 10 horas en la Cámara de Comercio de Mallorca y a nivel de ponencia corre a cargo de dos abogados especialistas del Bufete GARRIGUES de Baleares expertos en la materia, que ofrecen una visión clara y específica sobre las obligaciones legales que tienen las empresas respecto de los plazos de pago y las repercusiones económicas que pueden sufrir a nivel de sanción si no cumplen fielmente con los preceptos legales marcados.

## Sinmora, el Observatorio del Comercio contra la Morosidad

Sinmora es el Observatorio del Comercio contra la Morosidad, una iniciativa pionera en nuestras Islas que se está posicionando como el referente del sector en temas de morosidad. El objetivo del Observatorio es desarrollarse como agregador de contenidos y ser núcleo de conocimiento de forma que cualquier empresa pueda obtener información o aportarla facilitando así la participación y asegurando la sostenibilidad del mismo. En breve publicaremos el Primer Informe sobre Morosidad Sectorial fruto del trabajo del Observatorio donde hemos tomado una primera muestra de opinión global del sector sobre esta problemática actual y preocupante. Esperamos vuestra participación en <http://sinmora.blogspot.com>

## MUNDUS VINI - ALEMANIA - PREMIA A MACIÀ BATLE DOS MEDALLAS DE ORO Y UNA DE PLATA EN EL MAS PRESTIGIOSO CONCURSO DE VINOS DE EUROPA

**PREMIADO ENTRE 5800 VINOS DE 42 PAISES DIFERENTES EN LA MAYOR CATA A CIEGAS DEL MUNDO**

**MACIÀ BATLE CRIANZA 2008 OBTIENE SU PRIMERA MEDALLA DE ORO Y SE EMPEZARÁ A COMERCIALIZAR ELMES DE DICIEMBRE**

Los vinos **MACIÀ BATLE CRIANZA 2008** y **MACIÀ BATLE LLAGRIMA DE SANG 2006** han conseguido una medalla de oro cada uno y el **BLANC DE BLANCS 2009** ha obtenido una medalla de plata en el Concurso Internacional de Vinos MUNDUS VINI 2010 que se celebra en Alemania y es considerado como uno de los más importantes concursos de vinos del mundo, como así lo demuestran los 5800 vinos presentados de 42 países diferentes. Los premios son considerados como un certificado de calidad en la Unión Europea y siguen la normativa de la Organisation

Internationale de la Vigne et du Vin (OIV).

Debemos destacar que en ambos vinos predominan las variedades autóctonas de Mallorca, un 50% de mantonegro, más un 10 % de callet, en el MACIÀ BATLE CRIANZA 2008, y un 70 % de mantonegro y un 10% de callet en el MACIÀ BATLE LLAGRIMA DE SANG 2006, y un 70% de prensal en el MACIÀ BATLE BLANC DE BLANCS 2009, lo que nos demuestra el potencial de nuestras uvas cuando son tratadas adecuadamente, tanto en el viñedo como en el proceso

de elaboración del vino y confirma la apuesta de MACIÀ BATLE por la singularidad y unicidad de nuestros vinos.

Estos premios son un incentivo más para seguir trabajando para conseguir que los vinos de Macià Batle y, al mismo tiempo, de Mallorca, sean reconocidos por su calidad en el mundo entero.

El vino MACIÀ BATLE CRIANZA 2008 se empezará a comercializar el próximo mes de Diciembre.

## La Asociación de Comerciantes y Empresarios de Son Fuster denuncia el abandono que continua en los solares



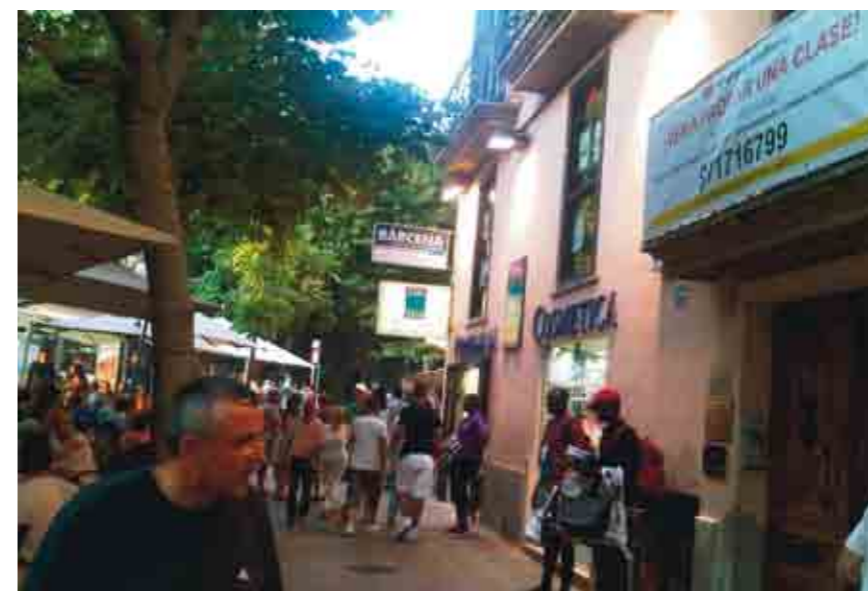
La Asociación de Comerciantes y Empresarios de Son Fuster, integrada en AFEDCO, lleva denunciando desde hace meses el lamentable estado en que se encuentran los solares abandonados

en la zona de Son Fuster, sin que se tomen medidas al respecto. Dicha Asociación reiteraba el pasado mes de septiembre su enorme malestar por la situación de dejadez en que se encuentra el polígono de Son Fuster, y

recordaba a través de un comunicado que ya se denunció el peligro en que se encontraba alguno de sus solares antes del verano, produciéndose finalmente incendios en los mismos.

La Asociación reitera al Ayuntamiento de Palma, a Emaya y a quien corresponda del "enorme peligro de los resultados que después tendremos que lamentar si no se hace nada al respecto". "Después de muchas promesas la situación se mantiene exactamente igual que antes de las denuncias presentadas", destacan fuentes de la asociación. La Asociación de Son Fuster reclama "una actuación inmediata y que el Ayuntamiento aplique el sentido de la responsabilidad en este tema antes de que suceda algo".

## AFEDCO reclama al consistorio palmesano la actuación para impedir la venta ambulante ilegal



Durante los meses estivales el comercio de Palma se ha visto afectado por el desmesurado incremento de la venta ambulante ilegal, en las

puertas de sus establecimientos, sin que la Policía Local actuara al respecto. Así, los comerciantes exigían el cumplimiento de la

legalidad y reclamaban una mayor y efectiva presencia policial. Por su parte, la Federación de Empresarios de Comercio de Baleares, AFEDCO, se ha dirigido en varias ocasiones tanto a la alcaldesa de Palma como a la Delegación de Gobierno, para solicitar una inmediata actuación al respecto.

Los comerciantes, principalmente de las calles más céntricas de Palma han sufrido una de sus peores temporadas, "todos siguen pagando sus impuestos y cada vez observan cómo se les está haciendo una competencia de forma desleal ante sus propios ojos", explican fuentes de AFEDCO. A finales de verano seguía "sin haber respuesta por parte de la administración, no se había hecho nada al respecto e incluso la situación iba cada vez a más".

# Un Café AMB...

*Cafès col·loqui empresarials*



Lloc: Cambra de Comerç. C/ Estudi general, 7. • Horari: 9.15h • Inscripció gratuïta. Places limitades.

## 2010 Calendari

- SETEMBRE 24/09/2010** Dirigir el canvi: com sobreviure en temps d'incertesa
- OCTUBRE 29/10/2010** Empresa, família i societat: les claus de la conciliació
- NOVEMBRE 26/11/2010** Estructura i dinamització de la xarxa comercial
- DESEMBRE 17/12/2010** Cultura corporativa i creació de valor

Dirigir a professionals, petits i mitjans empresaris i persones interessades en posar en marxa un projecte professional o empresarial per compte aliena.

Més informació i inscripcions a [www.creatpalma.es](http://www.creatpalma.es) i al telèfon 971 464 988

És una iniciativa de **Palma, ciutat emprenedora.**

Coordina:



Col·laboren:



## Herbolario Navarro, la tienda ecológica con más de 200 años de experiencia



Herbolario Navarro comienza su andadura en el sector de la herbodietética y productos naturales en 1771. Desde entonces hasta nuestros días no ha dejado de innovar, en su interés permanente por cuidar la salud de los ciudadanos. Además, el concepto tiene una clara vocación familiar, propia del sector.

Desde su fundación hasta la actualidad, se ha ido transmitiendo de padres a hijos consolidando la firma y dándole el reconocimiento de que hoy goza en numerosos lugares de España. Actualmente, posee un establecimiento en Valencia de 1.500 m2, donde comercializa todo tipo de productos de herbolario y dietéticos, así como frutas, verduras o carne, todos ecológicos. La amplia variedad de la oferta es lo que reúne a todo tipo de personas en este supermercado ecológico atraídas por la calidad de los productos.

La oferta de este establecimiento está basada en la filosofía de vida resumida en el lema "Salud Natural". La tutela personalizada es su base, por eso los empleados

y colaboradores son seleccionados por su profesionalidad y empatía. Son personas afables, que asumen el concepto de tienda tradicional, donde prima el trato humano con el cliente y la relación personal.

Gracias a la amplitud de esta oferta y a la experiencia acumulada a lo largo de dos siglos, Herbolario Navarro se ha convertido en un referente para los consumidores que buscan aquellos productos que les permitan llevar una vida sana. Además, también es referencia para aquellas personas con problemas de salud que tienen que cuidar su alimentación de manera especial, tales como personas con celiaquía, diabéticos, intolerantes a la lactosa, etcétera.

Dicha experiencia ha permitido extender este concepto de negocio más allá de la capital de Valencia mediante la red de tiendas ecológicas, que trasladan el concepto de Herbolario Navarro. Con esto, se ha conseguido extender la filosofía basada en la Salud Natural a otras localidades de la Comunidad Valenciana y del resto de España,

con una gran acogida entre los ciudadanos que tienen a su alcance todo lo necesario para llevar una vida sana y natural.

Herbolario Navarro también dio un gran paso en su política de innovación y calidad creando la Fundación José Navarro para el fomento de la Alimentación Inteligente. Se trata de una entidad sin ánimo de lucro que trabaja en favor de la alimentación verde, saludable y responsable, a través de actividades como charlas en colegios y universidades; convenios de colaboración con diferentes entidades, jornadas formativas, etc. Además, esta entidad organiza cada año los Premios Verdes, unos galardones que premian la labor de entidades y personas que trabajan a favor de la Alimentación Inteligente.

Texto: Redacción  
Foto: Joana Pérez

**NICOLÁS OSTROVSKY-PEREIRA**, General Manager de Hilton Sa Torre Mallorca



## Hilton Sa Torre Mallorca apuesta por la renovación

Nicolás Ostrovsky-Pereira es desde diciembre de 2008 director general del hotel Hilton Sa Torre Mallorca. Nacido en Francia y nacionalizado sueco conoce a la perfección las Islas Baleares y su mundo de la hotelería desde hace más de veinte años.

**- Este año Hilton permanecerá abierto todo el año, ¿cuáles son las previsiones?**

- Efectivamente hemos tomado esta decisión. En un principio estaba previsto cerrar como en el año 2008, del 23 de noviembre al 27 de diciembre para reabrir el Hotel en nochevieja y enganchar la temporada de enero con el año siguiente. Nosotros consideramos que un hotel de cinco estrellas como el nuestro debe ser un producto abierto los 365 días del año, ya que no dependemos únicamente de una clientela vacacional, nosotros trabajamos con varios segmentos de mercado, el vacacional, de grupos, conferencias e incentivos, que es la base de ocupación de este hotel; después tenemos segmentos del deporte como es el de golf, puesto que está estratégicamente muy bien situado para los golfistas. Por otro lado estamos muy bien situados para el ciclismo, tanto para el amateur como para el profesional.

**- Y en temporada baja, ¿a qué otros sectores se dirigen?**

- Otro segmento muy importante que nos ayuda mucho en los meses de temporada baja son los equipos de fútbol de primera división. Dentro del complejo tenemos un campo de fútbol con dimensiones reglamentarias, de césped natural, y en Mallorca hay muy pocos. Hay mucha demanda de equipos de Alemania, de Reino Unido, de Escandinavia y de Rusia, que vienen a hacer la pretemporada gracias al tiempo que tenemos en invierno. Hemos hecho una apuesta muy fuerte por esto, con paquetes muy atractivos, pero nos hemos enfocado a los equipos de primera división, sin dejar de lado a los de segunda. Ya tenemos en los libros un par de reservas hechas para enero de equipos de primera división alemanes y después, hace unas semanas de hecho tuvimos alojados a los jugadores del Atlético de Madrid, entonces también hemos hecho una apuesta por los equipos españoles.

**- Aparte del deporte, Hilton Sa Torre cuenta con espacio wellness.**

- Efectivamente, es un tema muy importante. Tenemos un spa de 450 metros cuadrados, algunos expertos dirán que pequeño, pero bajo mi humilde punto de vista

reúne las condiciones porque está bien distribuido. Tenemos tres salas de tratamientos, un equipo de profesionales liderado por Javier Suárez, experto de este mundo.

**- ¿Qué objetivos o proyección de futuro tiene Nicolás Ostrovsky-Pereira para este Hotel?**

- Este establecimiento lleva dos años abierto pero pienso que nuestra vida empezó el 28 de marzo de 2010. Hay que dejar atrás el pasado y mirar para delante. Hay que pensar que no se ha hecho marketing, no se ha promocionado el Hotel durante dos años. Es ahora que empezamos realmente a relanzar el Hotel por eso hay todavía mucha gente que nos desconoce. Y nuestro primer objetivo es incrementar el conocimiento y la existencia de Hilton Sa Torre Mallorca.

Uno de mis objetivos personales y como empresa, tenemos la cultura y la filosofía de que un hotel no puede dar la espalda a la gente local, deseamos que los mallorquines disfruten del spa, vengan a nuestro restaurante, celebren eventos, congresos, bodas, etcétera. Me gustaría añadir que dentro de la decisión de mantener abierto el Hotel todo el año y para crear interés en diciembre y en enero, queremos que la gente local nos venga a descubrir. Para ello estamos planificando ofertas para residentes, para las empresas y un paquete para Nochevieja con alojamiento (opcional), spa, gastronomía y baile. Es muy importante innovarse, lo que no podemos hacer es estancarnos y hacer lo mismo cada año, pero insisto que lo que hagamos, se haga bien. Creemos que estamos en buen camino, hay que ir paso a paso, nos queda un gran camino por delante. Tenemos un gran equipo humano y profesional en el hotel.

Texto: Paula G. Medrano  
Foto: AFPB / Calvià  
Servios Fotográficos



Almuerzos, Desayunos, Cenas de empresa, celebraciones, banquetes,...

El retiro exclusivo donde flotan los mejores deseos. El lugar ideal para compartirlos.



  
**Hilton**  
Sa Torre Mallorca

# aeronaves

Naves industriales, locales y oficinas - Palma de Mallorca

**Poligono Son Oms**

**Aeropuerto de Palma**



## La solución para su empresa

Industrias, talleres, servicios, almacenaje, oficinas.

### venta

**NAVES desde 1.100€ m<sup>2</sup>**  
**OFICINAS desde 1.600€ m<sup>2</sup>**

#### FINANCIACION

Posibilidad hipoteca subrogable CAM  $\pm$  75% a 20 años  
Posibilidad de financiación complementaria del promotor

### alquiler

**NAVES desde 5€ m<sup>2</sup>/mes**  
**OFICINAS desde 7€ m<sup>2</sup>/mes**

#### OPCION COMPRA

Duración hasta 5 años prorrogable  
Recuperación de hasta el 100% de los alquileres pagados

+ de 250 aparcamientos a su disposición

promotor: **bajuan s.l.**

C/ Can Calafat, 33 - 2º Of. 57 - 07610 Palma de Mallorca  
Telf. 971 126800 Movil. 600640 133 Fax 971 434707

**poligono son oms**

[www.aeronavessonoms.com](http://www.aeronavessonoms.com)  
[ventas@bajuan.com](mailto:ventas@bajuan.com)

