

Cámara

Cámara Málaga



El Pleno del Consejo Andaluz de Cámaras se reúne en Málaga con la Junta de Andalucía y el Presidente de Cámara España

Graduación de los cursos 2016-17 de la Escuela de Negocios de la Cámara



- 3** La Cámara de Málaga y Orange España promueven la transformación digital del sector turístico.
- 4** La II Feria de Movilidad analiza las claves para triunfar en el mercado alemán.
- 8** Acciones del segundo cuatrimestre del Plan Internacional de Promoción 2017 de la Cámara.
- 10**
- 11** Conferencia de Antonio Sánchez: "Las políticas de sanciones y las relaciones comerciales hispano-rusas".
- 12** Convocatoria del Programa de Competitividad Turística 2017.



El Pleno del Consejo Andaluz de Cámaras se reúne en Málaga con la Junta de Andalucía y el Presidente de Cámara España

El Presidente del Consejo Andaluz de Cámaras, Antonio Ponce, ha agradecido a la Viceconsejera de Empleo, Empresa y Comercio, Pilar Serrano, y al Director General de Comercio, Raúl Perales, así como al Presidente de la Cámara de España, José Luis Bonet, su presencia en el Pleno celebrado el pasado día 20 de octubre, en la capital económica de Andalucía, Málaga, donde acudieron los Presidentes de la red cameral.

En el encuentro en la sede de la Cámara de Comercio de Málaga, se ha analizado en profundidad la preocupación del gobierno andaluz y de la Cámaras de nuestra Comunidad por la ambigüedad de la Ley 4/2014 Básica de las Cámaras de Comercio, respecto a la financiación pública de estas Corporaciones de derecho público, tras la supresión del recurso cameral permanente.

Durante los últimos años, y no sin gran esfuerzo, la red cameral andaluza ha continuado

prestando gratuitamente servicios al tejido empresarial de nuestra región en materia de innovación y competitividad, internacionalización, formación, emprendimiento, turismo y comercio, mediación... y todo ello sin ningún tipo de ingresos debido a que la ley nacional no determina su financiación pública ni unos recursos permanentes que les permitan seguir cumpliendo las funciones que legalmente tienen encomendadas.

Tampoco la normativa estatal regula la liquidación y extinción de las Cámaras, derivando toda la responsabilidad a los gobiernos autonómicos, lo cual es objeto de gran preocupación en estos momentos.

Por otro lado, las Cámaras andaluzas han manifestado al Presidente Bonet su deseo de volver a tener voz y voto en el Pleno de Cámara España, al igual que tenían en el anterior Consejo Superior, donde podían expresar las inquietudes de la región que representaban.



Elías Bendodo, Jerónimo Pérez, Francisco de la Torre y Daniel Noguera, coincidieron durante la presentación en la necesaria actualización del sector turístico en materia digital.

La Cámara de Málaga y Orange España promueven la transformación digital del sector turístico

Con el fin de presentar todas las oportunidades que la digitalización supone para la pequeña y mediana empresa en aspectos tales como el aumento de la productividad o la globalización, la Cámara de Comercio de Málaga y Orange España han celebrado una jornada en la que se ha analizado este fenómeno apoyándose en casos de éxito en el proceso de transformación digital. Asimismo, han colaborado con la organización y difusión de esta jornada el Ayuntamiento de Málaga y la Cámara Franco-Española de Comercio e Industria.

El objetivo es concienciar a las empresas, particularmente a las pymes, de los retos y oportunidades que plantea la economía digital, ya que, como ha señalado el presidente de la Cámara de Málaga, Jerónimo Pérez Casero, “las empresas turísticas que no se adapten a este cambio de modelo perderán competitividad y corren el riesgo de quedar obsoletos”.

Por su parte, Daniel Noguera, director de Comunicación Institucional de Orange España, ha destacado “el decidido compromiso de Orange como aliado en la transformación digital de las pequeñas y medianas empresas y el impulso de la sociedad digital en España, tanto con sus procesos de inversión en redes de alta velocidad como a través de la colaboración con otras empresas y entidades para favorecer el desarrollo de la economía digital en nuestro país”.

La de Málaga forma parte del ciclo de jornadas puesto en marcha por la Cámara de Comercio de España y Orange España para sensibilizar a las pequeñas y medianas empresas sobre las oportunidades que ofrece la digitalización, ilustrado esto mediante casos de éxito de empresas que han destacado en la transformación digital en cuatro sectores clave para la competitividad y el crecimiento de la economía española, como son el transporte, el turismo, el comercio y la educación.

El encuentro ha contado con la participación del Presidente de la Cámara de Málaga, Jerónimo Pérez Casero, el director de Eventos y Comunicación Institucional de Orange, Daniel Noguera, el presidente de la Diputación de Málaga, Elías Bendodo y el Alcalde de Málaga, Francisco de la Torre.

El presidente de la Diputación de Málaga, Elías Bendodo, ha resaltado durante su intervención la importancia para el sector turístico de la digitalización. “No lograremos mayores cotas de competitividad ni productividad si no apostamos claramente por la

transformación digital y estamos obligados a hacer frente a este reto”. Por su parte el Alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, ha declarado que hay que estar atentos a todas las tendencias para no perder competitividad y ha resaltado también que la digitalización y formación van de la mano.

Durante la jornada se han presentado los resultados del estudio realizado por Orange España sobre la digitalización del sector turístico.

Por un lado, en cuanto a las soluciones en la nube, el estudio de Orange España destaca que es un agente importante de transformación que ofrece nuevas oportunidades de negocio.



Las tecnologías móviles, constituyen una de las herramientas más importantes en la digitalización de las organizaciones, ya que proporcionan información en tiempo real a los consumidores, lo que les permite mejorar la toma de decisiones. Por su parte, las empresas disponen de un nuevo canal sin barreras físicas o temporales, que les permite gestionar de una forma más ágil sus negocios.

En esta nueva relación con el cliente, los medios sociales constituyen una herramienta fundamental para implicar y fidelizar a los clientes y, de este modo, aumentar las ventas.

Finalmente, el Internet de las Cosas, es el que ofrece más potencial de desarrollo futuro, por las posibilidades que presentan los productos conectados y los datos generados por sensores para mejorar la productividad de las compañías y la experiencia del cliente.

La II Feria de Movilidad analiza las claves para triunfar en el mercado alemán



Estrella Freire, María del Mar Martín, Raúl Perales, Francisco de la Torre, Peter Tempel, Jerónimo Pérez y Juan Cobalea.

El Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio ha celebrado en Málaga la II Feria de Movilidad laboral dedicada en esta ocasión a analizar las claves para triunfar en el mercado alemán, uno de los más demandados por las nuevas generaciones.

La convocatoria, que se celebra en colaboración con la Cámara de Comercio de Málaga, se enmarca dentro del Programa Integral de Cualificación y Empleo (PICE) cofinanciada por el Fondo Social Europeo a través del Programa Operativo de Empleo Juvenil 2014-2020 y ha suscitado enorme interés reuniendo a más de un centenar de jóvenes.

La apertura del programa corrió a cargo del presidente del Consejo Andaluz de Cámaras, Antonio Ponce, que subrayó la importancia de esta feria que supone “una gran oportunidad para que grandes profesionales de nuestra comunidad desplieguen velas en búsqueda de horizontes de progreso más prome-

tores”. También destacó la importancia de aportar de mano de obra cualificada y profesionales de primer orden, matizando que “en ocasiones se suele aludir a lo que se ha dado en llamar “fuga de cerebros”, el hecho de que jóvenes altamente cualificados tengan que desplazarse buscando mejores oportunidades laborales. “No podemos frenar el futuro de generaciones cuya excelencia ha de revertir en el progreso de todos. Y las Cámaras de Comercio van a guiarles en este proceso”, recalzó Antonio Ponce.

Tras las palabras de apertura y de la primera ponencia de esta jornada, que corrió a cargo de Arturo Recio, quién habló sobre la situación del mercado laboral alemán y las oportunidades de movilidad, se desarrolló el acto inaugural de la Feria, en el que intervinieron el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre; el vicepresidente de la Cámara de Comercio de Málaga, Juan Cobalea; el embajador de Alemania en España, Peter Tempel, y el director general de Comercio de la Junta de Andalucía, Raúl Perales.



Antonio Ponce, durante el acto de apertura junto a Estrella Freire.

El alcalde de Málaga, puso de manifiesto las buenas relaciones existentes actualmente entre Alemania y España, y cómo esta jornada “abre unos horizontes interesantes para muchos jóvenes malagueños en uno de los países más desarrollados de Europa”.

Igualmente, Francisco de la Torre incidió especialmente en la importancia de la formación y la educación, “pues las personas que cuentan con estudios y recursos se han defendido mejor ante la crisis que las que no tienen”.

Por su parte, el vicepresidente de la Cámara hizo mención a la necesidad de resolver el alto nivel de desempleo, sobre todo de jóvenes, y ello, debe ser prioridad para cuantas actuaciones puedan desarrollarse desde el conjunto de la sociedad.

En dicho sentido, Juan Cobalea indicó que “se hace necesario ofrecer salidas a nuestros jóvenes, y si es necesario, hacia aquellos mercados que ofrecen oportunidades interesantes, como el caso alemán, que ofrece atractivos para diversos perfiles de demandantes”,



Un momento del acto inaugural de esta Feria de Movilidad “Destino Alemania”.

recalcando que la “formación es la mejor forma de cuidar a las personas y, desde la Cámara de Málaga entendemos que la formación es un valor estratégico para el desarrollo de las mismas”.

A continuación, tomó la palabra el embajador alemán exponiendo que el mercado alemán puede ofrecer muchas ventajas para quien busca trabajo, como puede ser el cambio de entorno, nuevos horizontes personales y experiencias, poder aprender un nuevo idioma, es decir, muchas ventajas que pueden ayudar en su desarrollo personal”.

Pero, en este sentido, la movilidad requiere de apoyos activos e información sobre las oportunidades que se ofrecen, de ahí, la importancia de jornadas como esta, manifestó el señor Tempel.

Ha destacado el modelo de formación profesional dual vigente en Alemania, exponiendo que es la base del mercado laboral y la base para tener una cualificación desde el mismo principio de la vida laboral. Con este modelo se puede combinar la teoría y la práctica en una empresa. Esto es importante porque beneficia a los jóvenes, incluso si después quieren seguir una educación académica diferente.

Por último, el director general de Comercio destacó la numerosa respuesta de asistentes que ha tenido esta jornada, indicando en este sentido cómo “es necesario que fluya la información para que todas las personas tengan el mayor conocimiento posible y puedan tener igualdad de oportunidades”.

El señor Perales hizo hincapié en lo vital de tener un nivel adecuado de formación, tener conocimiento de las tecnologías de la información y la comunicación, de idiomas y, especialmente de internacionalización, indicando que, “lo deseable está en que salir al extranjero debe ser por oportunidad y por necesidad, ya que lo bueno es regresar con una experiencia laboral que nos dé más posibilidades”.



Los numerosos jóvenes asistentes tuvieron la oportunidad de participar en cuatro talleres que han estado dedicados a “Cómo encontrar vacantes y si es necesario homologar la FP para trabajar en Alemania”, “Trabajar y vivir en Alemania”, “Consejos útiles para superar con éxito una entrevista de trabajo” y un apartado para “Movilidad para el Personal Sanitario”.



DONDE CRECER COMO LÍDERES



Escuela de Negocios

Másters y Programas de Experto

**Administración de Empresas
Marketing y Comunicación Digital - Internacionalización
Máster en Ingeniería de Comunicaciones Móviles
Dirección Financiera - Idiomas - Comercio Internacional**

Consulta nuestra amplia oferta para una formación de posgrado dentro de un modelo inmerso en la realidad empresarial.

LA ESCUELA DE NEGOCIOS DE LA CÁMARA CELEBRÓ SU ACTO DE GRADUACIÓN



Entrega de diplomas a la promoción 2016-2017

La Cámara de Comercio de Málaga celebró el pasado día 5 de octubre el acto de graduación y entrega de diplomas de los masters y cursos impartidos en su Escuela de Negocios correspondiente a la promoción 2016/2017.

Durante el pasado curso han sido más de ciento cincuenta alumnos los que han participado en alguna de las especialidades relativas a las ediciones del Máster en Administración de Empresas (MBA), Máster en Internacionalización de Empresas (MIE), Máster en Ingeniería de Redes Móviles (MIRM), cursos de Experto en Marketing Online y Redes

Sociales, Experto en Comercio Internacional, Experto en Dirección Financiera, Programa de Alta Dirección en Operaciones Internacionales, e idiomas.

Nuevamente, el salón de actos de Turismo Andaluz ha acogido esta gala, presidida en esta ocasión por la tesorera de la Cámara de Comercio de Málaga, Ana Navarro Luna, quien ha estado acompañada por los directores académicos Miguel López, David Carnicer, Ignacio García-Manrique, Beatriz Moreno, Carlos García y Mike Mösch.

Durante la entrega de diplomas intervinieron, además de los correspondientes directores académicos, un alumno representante por cada programa formativo, y, como broche final, se realizó la entrega de las menciones de honor a los alumnos destacados por su trayectoria y compromiso con los valores de la Escuela de Negocios, concretamente, a Aurelio García Blázquez (MBA), Noemí Cobos Robles (MIE), Alberto Careras Mesa (MIRM), Eva Gil Gambero (Experto en Marketing y RRSS), Cristina Gallego López (Experto en Comercio Internacional), Fernando Yules Aragonés (Experto en Dirección Financiera) y, a Andriy Dzhurkivskyy (Programa Alta Dirección).

La oferta académica de la Escuela de Negocios de la Cámara cuenta con profesores de primer nivel, provenientes de las mejores escuelas de negocio y universidades españolas e internacionales, y que cuentan con una gran experiencia en el mundo de las empresas y de la enseñanza.



ACTO DE GRADUACIÓN 2016 - 2017

Estos estudios de postgrado que imparte la Escuela de Negocios Cámara Málaga, tienen como objetivo principal formar a titulados universitarios en conocimientos técnicos y competencias que les permitan convertirse en profesionales expertos en diferentes especialidades. Todos los planes de estudios pueden consultarse en la web: escueladenegociosmalaga.com



Los alumnos galardonados con el número uno de cada promoción y directores académicos.



Alumnos del Máster en Dirección y Administración de Empresas (MBA).



Alumnos del Curso de Experto en Comercio Internacional.



Alumnos del Máster en Ingeniería de Redes Móviles.



Alumnos del Curso de Experto en Dirección Financiera.



Alumnos de Alta Dirección en Operaciones Internacionales.

PLAN INTERNACIONAL DE PROMOCIÓN 2017 (Acciones del segundo cuatrimestre)

Promoción del sector turístico malagueño en Estados Unidos



Cinco empresas participaron en la misión comercial directa del sector turístico malagueño a Estados Unidos, organizada por la Cámara de Comercio de Málaga dentro de su Plan Internacional de Promoción, con financiación del Fondo Europeo de

Desarrollo Regional, en la que mantuvieron reuniones con empresas locales de Nueva York y Nueva Jersey.

Esta misión comercial, desarrollada en el mes de junio, estuvo encabezada por el presidente de la Comisión de Turismo de la Cámara, Pedro García Bueno, está compuesta por las firmas: Viajes Euroamérica, S.A.; Comunidad de Propietarios Apartotel Meliá Costa del Sol; BBouHotels, S.L.; Técnica Viajes, S.L. e Indigo Travel & Events, S.L.

Una de las cuestiones que más se ha destacado durante los encuentros celebrados con empresas y agentes de viajes locales, es la necesidad de aumentar la frecuencia de los vuelos directos a Málaga. En este sentido están trabajando para que este vuelo sea durante todo el año y a ser posible se aumente la frecuencia.

Las empresas malagueñas han podido constatar la importancia del mercado de Estados Unidos y su interés dado su crecimiento con respecto a España, siendo actualmente el cuarto país de Europa en recepción de turistas de esta procedencia. El número de llegadas de estadounidenses a España se incrementó un 16% en 2016 y un 23% en 2015. Actualmente llegan aproximadamente dos millones de turistas de EEUU a España.

Visita a la Feria Start Up Village de Moscú



Una misión comercial malagueña visitó la Feria Start-Up Village de Moscú, celebrada en el Parque Tecnológico Skolkovo de la capital rusa, en la que estuvieron presentes cuatro empresas de Málaga de la mano de la Cámara de Comercio de Málaga y del Parque Tecnológico de Andalucía en Málaga.

Este importante evento es una plataforma única donde los emprendedores de empresas innovadoras tecnológicas tienen la oportunidad de encontrarse con empresarios de éxito, inversores, grandes corporaciones tecnológicas y representantes del gobierno ruso para intercambiar experiencias y presentar las últimas tendencias tecnológicas.

La Cámara de Comercio de Málaga, contando con la colaboración del Parque Tecnológico de Andalucía en Málaga, posibilitó, gracias a la cofinanciación de los Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER) y enmarcado dentro de su Plan Internacional de Promoción para el presente año 2017, que una delegación de empresas malagueñas pudieran visitar y participar en este encuentro de innovadores.

Concretamente, las empresas participantes fueron: Eneso Tecnología de Adaptación, S.L. (tecnologías para personas con discapacidad); RSC Talent 2016, S.L., (gestión de talento, consultoría y desarrollo estratégico); Daniel Gallardo Luque, (proyectos de protección solar autónomos), y el propio Parque Tecnológico de Andalucía, S.A.

PLAN INTERNACIONAL DE PROMOCIÓN 2017 (Segundo cuatrimestre)

Las empresas buscan atraer a más turistas chinos y escandinavos a Málaga

Misión Comercial del Sector Turismo a China

Esta acción promocional organizada por la Cámara de Comercio de Málaga dentro de su Plan Internacional de Promoción 2017, que cuenta con financiación de Fondos FEDER, se ha desarrollado en tres ciudades chinas, concretamente en la capital Pekin, Tianjin y Shanghai, donde una delegación compuesta por cinco empresas del sector turístico de la provincia de Málaga mantuvieron diversos encuentros con una gran variedad de agencias chinas, con el objetivo de dar a conocer la oferta de productos y servicios malagueños en el gigante asiático y promover la visita de este importante y creciente mercado emisor.

La Cámara ha posibilitado que las empresas Cítrivavel, Hotel Meliá Costa del Sol, Magna Cofrade, Destino Xibanya y Dvino Export, puedan promocionarse en este importantísimo mercado y mantener estos encuentros, valorando muy positivamente la acción como una excelente oportunidad para acercarse a este gigante asiático y tomar contacto con las principales agencias chinas, consiguiendo atraer más turistas chinos a la Costa del Sol.

Se trata de un perfil de turista de un altísimo poder adquisitivo que compra principalmente artículos de



lujo y su principal motivación de viaje es el turismo cultural y de compras a la hora de elegir destino. La clase media urbana china, compuesta por entre 150 y 300 millones de personas nos identifican como un país para hacer compras de marcas reconocidas internacionalmente, así como un patrimonio cultural de gran riqueza y diversidad.

Misión Comercial a Suecia, Noruega y Dinamarca

Guiados por la buena evolución de las llegadas de turistas escandinavos a la provincia de Málaga, empresarios malagueños han apostado por fidelizar y seguir incrementando este mercado. La acción promocional de la Cámara de Comercio de Málaga organizada dentro de su Plan Internacional de Promoción 2017, que cuenta con financiación de Fondos FEDER, se desarrolló en Suecia, Noruega y Dinamarca, participando cuatro empresas del sector turístico de la provincia de Málaga, que manifestaron una expectativas de negocios muy elevadas.

Las empresas han sido BBOU Hotels, Sol Don Hoteles (Nexprom), Meliá Costa del Sol, Monarque Hoteles (Protuso), quienes tras una intensa agenda de trabajo organizada por Interface Tourism Spain han mostrado una gran satisfacción por las expectativas creadas. En palabras de Carlos Bendodo de Hoteles Sol Don, "la agenda ha sido muy buena, casi todas muy interesantes con potencial de materialización de peticiones de grupos, individuales y eventos con salas de reuniones".



Para las empresas malagueñas resulta imprescindible seguir promocionando y adaptándose a la demanda de estos turistas, de ahí la importancia de estas acciones encaminadas a fidelizar e incrementar esta demanda de alta calidad para nuestro sector.

PLAN INTERNACIONAL DE PROMOCIÓN 2017 (Segundo cuatrimestre)

FANCY FOOD NY 2017, una excelente oportunidad para conocer el mercado norteamericano



Desde el 25 al 27 de junio de 2017 se desarrolló en Nueva York una de las principales ferias de alimentación gourmet a nivel internacional (Fancy Food), hasta ella acudieron como visitantes una delegación de empresas andaluzas organizadas por la Cámara de

Comercio de Málaga. La acción promocional se enmarca dentro del plan Internacional de Promoción (PIP) con financiación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Fancy Food Show es un certamen organizado desde 1955 por NASFT, National Association for the Specialty Food Trade's Fancy Food Shows (Asociación Nacional de Ferias de Especialidades Alimentarias y Productos Gourmet). Este evento es un gran escaparate para conocer las últimas tendencias en el sector agroalimentario y para establecer los primeros contactos comerciales dentro del mercado norteamericano.

Las empresas andaluzas participantes estaban Venchipa sl, Green Food Import Export sl, Migoar Food, Hispasur Aceites SL, Triselecta SL, Promodelxa sl y Subbetica Cordobesa Aceites SL. La opinión generalizada de los asistentes fue muy positiva, destacando que el mercado estadounidense muestra una demanda específica y creciente del producto español, no sólo en los productos más tradicionales sino en otros novedosos, especialmente aquellos dirigidos a un mercados gourmet.

Misión Comercial malagueña a Japón y Corea



Una delegación compuesta por cinco empresas de la provincia de Málaga, participó durante el mes julio en una misión comercial centrada en los países asiáticos de Japón y Corea del Sur, con el objetivo de realizar nuevas alianzas y apertura de nuevos clientes en estos dos importantísimos mercados asiáticos.

Las empresas participantes en esta acción de la Cámara, que se enmarca dentro del Plan Internacional de Promoción y cuenta con el apoyo del FEDER fueron: Magna Cofrade (turismo cultural), DVino Export (agroalimentario/turismo gastronómico), Vision Innovation Diversion y El Rincón Chevere (ocio y recreativo) y FUMIHOGAR (productos químicos biocidas).

Estas valoraron muy positivamente la acción ya que pudieron conocer de primera mano las peculiaridades de estos dos mercados asiáticos así como poder entablar relaciones con empresas locales, lo que permitirá incrementar a medio y largo plazo las transacciones malagueñas a estos dos enormes mercados.

Japón es en la actualidad la tercera economía del mundo y representa casi el 5% del PIB mundial, mientras que, por su parte, Corea es uno de los países con más proyección y oportunidades de su entorno, teniendo firmado desde el año 2011 un acuerdo preferencial con la Unión Europea posibilitando que muchos productos puedan penetrar en el mercado coreano con un arancel del 0%.

Conferencia del profesor Antonio Sánchez Andrés

“Las políticas de sanciones y su impacto en las relaciones comerciales hispano-rusas”

Antonio Sánchez es profesor del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Valencia.



Patrocinado por la Cámara, en colaboración con la Facultad de Económicas, ha tenido lugar un acto en el que el profesor de la Universidad de Valencia, Antonio Sánchez Andrés, experto en la economía de Rusia, analizó las implicaciones de las sanciones adoptadas contra Rusia, y las contra sanciones por parte de ésta, a raíz de la anexión de Crimea. Partió el conferenciante de que el conflicto con Ucrania surge por las divisiones territoriales administrativas que existían en la antigua Unión Soviética, que llevó en su día a asignar Crimea a Ucrania, cuando su población era mayoritariamente rusa. Por otra parte, el acercamiento de Ucrania a la Unión Europea y la OTAN provocó la reacción de Rusia ante lo que interpretó como un movimiento desestabilizador de su influencia en la zona.

Las sanciones no afectan a los productos energéticos que, sin embargo, son los que más han sufrido por parte de las exportaciones rusas. Son sanciones de índole política, se prohíbe la venta de armas y tecnología que tengan una aplicación militar y energética, y se imponen límites a los créditos y movimientos financieros. Este aspecto financiero de las sanciones es crucial, por el encarecimiento que supone a la financiación y el control sobre las transacciones, y acaba repercutiendo en el precio de las exportaciones de petróleo. Además, se imponen límites de visados y a los movimientos de activos, financieros o no, de personas físicas.

Las contra sanciones rusas son principalmente la prohibición de importar productos agrarios y de la industria agroalimentaria. Es interesante conocer que se hace hincapié en aquellos productos en los que Rusia puede tener una alternativa propia de producción, como puede ser el queso, por ejemplo, pero no se sanciona a otros como el aceite de oliva, que no

produce el país. Las consecuencias son una caída importante del comercio hispano-ruso, ya que considerando la suma de exportaciones e importaciones, España pasa de ser el décimo socio comercial en 2012, al diecinueve en 2016. Las ventas de España a Rusia caen en estos años de 3.000 millones de euros, a la mitad. Se hunden los productos agrícolas sin elaborar y ganaderos, con un 90% de caída; las grasas y aceites, un 60%; los productos de la industria de alimentación y bebida, un 60%. Y así prácticamente todas las exportaciones de industrias químicas, plástico, textiles, piedra y yeso, cemento y vidrio, maquinaria y material de transporte; caen tanto bienes de inversión, coches y sus componentes, como de consumo, muebles, cosmética, y calzado.

Rusia exporta principalmente a España productos minerales y petróleo, que no están sujetos a sanciones ni contra sanciones; sin embargo, esta partida baja de 7.145 millones de euros en 2012, a 2.443 millones en 2016. La explicación es que el encarecimiento del precio del petróleo ruso frente a otros competidores, en el que juega un papel importante el problema del coste financiero, desvía la demanda española hacia otros países productores.

Hay que tener en cuenta que las sanciones y contra sanciones coinciden con un mal momento de la economía rusa por la caída del precio del petróleo y depreciación del rublo, lo que ocasiona dificultades con respecto a la deuda pública y privada, y un fuerte retraimiento del consumo y las importaciones. En este contexto, hay que ver que la caída de las ventas de España a Rusia tienen que ver más con la debilidad de la demanda de la economía rusa que con las sanciones; y la caída de las ventas de petróleo de Rusia a España, con el encarecimiento debido al aumento del coste financiero que se traslada al precio del petróleo y lo hace menos competitivo.

En cuanto a Andalucía, destacó el profesor Sánchez Andrés que la media anual de ventas a Rusia en los años 2012 y 2013 estaba en unos 1.400 millones de euros, que cae de media un 28% en 2015 y 2016, a 1.003 millones. Esto supone pasar de una media de 17 euros año por cada habitante de Andalucía, a 12 euros.

La conclusión que sacamos de este interesante seminario, que fue seguido por empresarios, profesores y alumnos de la Universidad, y el coloquio posterior, es que las oportunidades o no de exportación a Rusia para las empresas andaluzas y malagueñas, están más en la recuperación de la economía rusa, y las necesidades y estrategias internas de sustitución de productos, que en el desarrollo de las relaciones entre la Unión Europea y Rusia, que con ser importantes, no determinan las exportaciones. Esto exige considerar los productos concretos que se quieren exportar, conociendo sus posibilidades en los mercados rusos.

ABIERTA LA CONVOCATORIA DEL PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA 2017



UNIÓN EUROPEA

Cámara
de Comercio de España

Cámara
Málaga

Unidos para promover el desarrollo tecnológico, la innovación y una investigación de calidad

Turística Competitividad

Este proyecto está cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional



Una manera de hacer Europa

La Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España y la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Provincia de Málaga han puesto en marcha los Diagnósticos a pymes turísticas en el marco del Programa Operativo de Crecimiento Inteligente FEDER 2014-2020 (POCInt), estando cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y por la Cámara de Comercio de Málaga.

Este Programa tiene como objetivo principal contribuir a la mejora de la competitividad del sector turístico, mediante la realización de Diagnósticos

individualizados e informe de recomendaciones de mejora, a fin de impulsar la adopción, por parte de las empresas del sector de metodologías y soluciones que permitan mejorar su situación competitiva.

Asimismo, este programa pretende potenciar una serie de aspectos como:

- El crecimiento de las empresas turísticas mediante la adopción de la cultura de la innovación y el uso de las TIC.
- Proporcionar herramientas y soluciones que promuevan la competitividad en el sector y ayuden a mejorar su productividad.
- Agrupar el conocimiento generado por los diferentes agentes del sector y facilitar el acceso a las mejores prácticas.
- Difundir y analizar las nuevas tendencias de mercado turístico.
- Establecer procesos para la identificación de necesidades de las empresas turísticas y crear herramientas que faciliten la adaptación del sector.
- Realizar foros y talleres específicos para el sector turístico, que contribuyan a mejorar la capacitación y el conocimiento de las empresas del sector.

Consiste en la realización de un diagnóstico individualizado a las empresas turísticas sobre diferentes aspectos y sus posibilidades de mejora. En base a la identificación de dichos aspectos estratégicos, se realizará recomendaciones sobre materias prioritarias para la innovación, TIC, Medioambiente y formación, poniendo especial énfasis en conocimiento de idiomas, y una propuesta de TICs específicas. La empresa podrá acceder a la fase 2 de los Programas Innocámaras y Ticcámaras de cara a implantar los proyectos seleccionados, sometiéndose a las condiciones de dichos programas.

La Presentación de solicitudes puede hacerse:

- Sede electrónica: <https://sede.camara.es/sede/malaga> (debe disponer de Certificado digital).
- Registro presencial en la Cámara de Málaga, en horario de 9:00 a 14:00 horas.

Las empresas pueden presentar su solicitud a partir de las 9:00 horas del día 26 de mayo de 2017 y hasta el día 1 de diciembre de 2017, siendo las 14:00 horas la hora límite de presentación, si bien se puede acortar el plazo en caso de agotarse el presupuesto.

Toda la información sobre el programa se encuentra en la web: camaramalaga.com

Edita: Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de la Provincia de Málaga

C/ Cortina del Muelle, 23
Palacio de Villalcázar
29015 Málaga

Telf. 952 21 16 73 /5

Fax: 952 22 98 94

e-mail: gprensa@camaramalaga.com

www.camaramalaga.com

Depósito Legal: MA-1504-98

Cámara
Málaga

