MEMORIA DE ACTIVIDADES 2019

Cámara Málaga

CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN DE MÁLAGA

2020

Edita
Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios
y Navegación de Málaga

Gráficas Urania S.A.
Avda. Juan XXIII, 35. Málaga
Tel. 952 33 30 58
info@graficasurania.es

Depósito Legal
MA-1252-2012

MEMORIA
DE ACTIVIDADES 2019

Cámara
Málaga

ÍNDICE

I.- PRESENTACIÓN	**9**
PRESENTACIÓN DEL SR. PRESIDENTE DE LA CÁMARA	10
II.- ÓRGANOS DE REPRESENTACIÓN Y PARTICIPACIÓN	**15**
1.-PLENO CORPORATIVO	16
2.-COMITÉ EJECUTIVO	18
3.-COMISIONES CONSULTIVAS	19
4.-REPRESENTANTES DE LA CÁMARA EN OTROS ORGANISMOS Y ENTIDADES	20
III.- SECRETARÍA GENERAL	**25**
1.-ASESORAMIENTO JURÍDICO	26
2.- CORTE DE ARBITRAJE DE LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN DE MÁLAGA	26
3.- CONSEJO SUPERIOR ARBITRAL DE LA CORTE DE ARBITRAJE	28
4- COMITÉ PERMANENTE DE LA CORTE DE ARBITRAJE	29
5.- SERVICIO DE MEDIACIÓN	29
6.- SESIONES CELEBRADAS POR LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA CÁMARA	30
7.- CORRESPONDENCIA OFICIAL	30
8.- CERTIFICADOS DE CAPACIDAD Y MORALIDAD MERCANTIL Y PERTENENCIA AL CENSO CORPORATIVO	31
9.- SERVICIO COMERCIAL	31
IV.- RELACIONES INSTITUCIONALES	**33**
1.-ÁREA DE PROTOCOLO	35
2.-ÁREA DE COMUNICACIÓN Y PRENSA	45
3.-ÁREA DE NUEVAS TECNOLOGÍAS	63

V.- DEPARTAMENTO DE FORMACIÓN, EMPLEO Y SERVICIOS A PYMES Y AUTÓNOMOS	**71**
V.I.- ÁREA DE SERVICIOS A PYMES Y AUTÓNOMOS	**73**
1.- PROGRAMA DE COMERCIO MINORISTA	74
2.- VIVEROS DE EMPRESAS	85
3.- PLAN DE EMPRENDIMIENTO ESPAÑA EMPRENDE	86
4.- PROFESIONALES DEL COMERCIO PROCOM	88
5. ACCIONES PARA EL AVANCE EN LA PROFESIONALIZACIÓN DE LOS CENTROS COMERCIALES ABIERTOS DE ANDALUCIA	102
6.- COLABORACIÓN CON CENTROS DOCENTES	106
7.- IKEAMALAGATALENTO, V EDICIÓN	106
8.- COMERCIO INTERIOR Y ASESORAMIENTO	108
V.II. ÁREA DE FORMACIÓN	**109**
1.- 12ª ED. MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS	111
2.- 8ª ED. MÁSTER EN INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS (MIE)	112
3.- 3ª ED. MÁSTER EN INGENIERÍA DE COMUNICACIONES DE REDES MÓVILES	113
4.- 1ª ED. EXPERTO EN REDES LTE	113
5.- 1ª ED. EXPERTO EN OPTIMIZACIÓN DE REDES MOVILES	113
6.- ACTO DE GRADUACIÓN Y ENTREGA DE DIPLOMAS 2018-2019	114
7.- PROGRAMA FP DUAL	116
8.- ALQUILER DE ESPACIOS	117
V.III.- ÁREA DE EMPLEO	**118**
1.- PROGRAMA INTEGRAL DE CUALIFICACIÓN Y EMPLEO, ENMARCADO EN EL PROGRAMA OPERATIVO DE EMPLEO JUVENIL FSE 2014-2020	119
2. LA AGENCIA DE COLOCACIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE MÁLAGA	124

VI.- DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO	**129**
VI.I.- ÁREA DE COMERCIO EXTERIOR	**130**
1.- PLAN DE ACCIÓN (PIP) 2019	131
2.- JORNADAS Y SEMINARIOS SOBRE INTERNACIONALIZACIÓN	143
3.- PROGRAMA DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN	148
4.- PROGRAMA DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN	156
VI.II.- ÁREA DE TURISMO	**160**
1.- ACCIONES DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL REALIZADAS ESPECÍFICAMENTE PARA EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO	161
2.- ACCIONES DE FORMACIÓN, SEMINARIOS Y JORNADAS DESARROLLADAS	175
3.- PROYECTOS DESARROLLADOS Y SOLICITADOS	181
4.- CONSULTAS E INFORMACIÓN SOLICITADA	184
VII.- DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y RECAUDACIÓN	**186**

VOLVER AL INDICE

I. PRESENTACIÓN

VOLVER AL INDICE

SERGIO CUBEROS LARA

Presidente de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Málaga

VOLVER AL INDICE

Finalizamos la elaboración de esta Memoria de Actividades correspondiente al año 2019, precisamente en un momento en el que la pandemia causada por el COVID-19, con las graves consecuencias que ha tenido para la vida humana y la economía, parece que va remitiendo, por ello, quisiera comenzar esta presentación con una reflexión acerca del mundo en el que vivimos, un mundo totalmente globalizado, en el que hemos de comprender y aceptar definitivamente que ya, aisladamente, no seremos capaces de avanzar, ni culminar un proyecto general, ni responder a las necesidades sociales, por separado.

Nuestra sociedad ha de aunar esfuerzos para aspirar al máximo logro del bien común, donde los objetivos lícitos de las organizaciones y de los individuos sirvan para que la economía se desarrolle fuerte y se cree riqueza, se cree empleo y se cree bienestar. Hemos de aprender de esta situación para ser capaces de dar una respuesta acertada ante otra posible crisis que, en caso de producirse, nos encuentre suficientemente preparados, teniendo claro que algo que puede ocurrir en cualquier rincón de este mundo, tarde o temprano, nos puede afectar.

Ahora, es momento de pensar en la recuperación, de ser optimistas, de encontrar nuevas oportunidades, nuevos mercados para nuestras empresas. Ante un panorama económico incierto y una más que probable desaceleración a nivel internacional, nuestras acciones han de estar a la altura de las circunstancias. En el caso de nuestra provincia y de sus sectores productivos hemos de insistir, ahora más que nunca, en lo imprescindible de mantener y aumentar el impulso económico e inversor.

Con ese ánimo positivo y de colaboración, quisiera destacar el papel que han de jugar las Cámaras de Comercio. Como corporaciones de derecho público tienen asignada la misión de representación, promoción y defensa del interés económico general, además de ser órganos consultivos y de asesoramiento de las Administraciones Públicas, realizando un trabajo esencial a la hora de identificar las necesidades de las empresas y proponer medidas para

VOLVER AL INDICE

su mejora, especialmente en competitividad, en innovación y en digitalización.

En este intrincado mundo, las empresas están obligadas a ser más competitivas. Es necesario innovar para diferenciarse y diversificar, y de esta forma poder adaptarnos y consolidarnos en un entorno cambiante. Desde las Cámaras insistimos en que la transformación digital de las pymes es una necesidad esencial para poder asegurar su sostenibilidad y crecimiento.

Nuestras pymes son en su conjunto la base y sostén de nuestro tejido productivo y economía, por eso, han de ver la digitalización como una gran oportunidad para aumentar su productividad y su alcance comercial, aprovechando incluso el momento para dar un paso más y asumir la internacionalización como una estrategia que amplíe sus horizontes de negocio.

Y en esa tarea está especialmente empeñada la Cámara de Comercio de Málaga. Como he comentado en diversas ocasiones, en lo más profundo del ADN de la misma está impreso el gen de la vocación de prestación de servicios a las empresas y, con ello, a la sociedad en su conjunto.

Pero, no podemos obviar que la situación de las Cámaras es aún difícil. La aprobación el pasado mes de noviembre de la Ley de Cámaras de Comercio de Andalucía, nos ha abierto nuevas oportunidades y nos ha impuesto una doble tarea: consolidar nuestras instituciones camerales y continuar siendo instrumentos verdaderamente útiles para el tejido empresarial.

En este último sentido, hemos querido recoger en esta Memoria de Actividades lo principal de nuestro trabajo a lo largo del pasado año, transmitiendo así un mensaje a nuestras empresas, para que vean en esta Corporación un aliado a la hora de impulsar su proyecto empresarial. Nuestro compromiso va a más cada día, y trabajaremos con cuantas administraciones, instituciones y entidades nos permitan hacer llegar las mejores soluciones y ayudas al mundo empresarial malagueño.

Igualmente, quisiera expresar en estas líneas el reconocimiento y el agradecimiento hacia quienes formaron parte del Pleno y Comité Ejecutivo que estuvo al frente de la Cámara hasta las pasadas elecciones del mes de noviembre, muy especialmente, hacia Jerónimo Pérez Casero, que ocupó el cargo de presiden-

VOLVER AL INDICE

te durante los últimos diecisiete años, por el trabajo desarrollado y por impulsar y modernizar nuestra Cámara, así como por la buena labor realizada a pesar de los duros tiempos que han vivido nuestras instituciones desde la desaparición del recurso cameral permanente, y aun así, nos han dejado un dignísimo testigo que ha recogido un nuevo equipo, al cual me honro en presidir, para continuar esa gran labor.

Ahora, en nuestra mano está hacer de la Cámara una institución cada día más avanzada y cercana que, con un nuevo empuje, continúe siendo un referente consultivo y empresarial ante cualquier estamento.

Sé que es mucho el trabajo a desarrollar en este nuevo mandato, pero con ilusión y entrega, y con la vista puesta en el progreso de la actividad empresarial y económica de la provincia de Málaga, estaremos atentos a generar nuevos proyectos, servicios y ayudas a nuestras empresas, a nuestros empresarios y a la sociedad en su conjunto.

SERGIO CUBEROS LARA

VOLVER AL INDICE

VOLVER AL INDICE

II. ÓRGANOS DE REPRESENTACIÓN Y PARTICIPACIÓN

VOLVER AL INDICE

II.- ÓRGANOS DE REPRESENTACIÓN Y PARTICIPACIÓN

II.1.- PLENO CORPORATIVO

El Pleno corporativo es el órgano supremo de gobierno y representación de la Cámara. Está compuesto por empresas y por personas de reconocido prestigio en la vida económica de la circunscripción de la Cámara, elegidos democráticamente cada cuatro años.

El Pleno, entre otras funciones, aprueba el presupuesto cameral, determina la política de la Cámara y designa, en su seno, a la Presidencia y a las vocalías del Comité Ejecutivo.

El Pleno actual está formado por las personas que a continuación se expresan en representación de las empresas y por los Grupos Electorales que igualmente se indican:

Grupo Electoral	Empresa	Nombre del representante
1	ACOSOL, S.A.	D. CARLOS CAÑAVATE DE LEON
2	SOCIEDAD FINANCIERA Y MINERA, S. A.	D. JUAN COBALEA RUIZ
3	TORREVALLCOR, S. L.	D. JUAN JOSE VALLEJO MARTIN
4A	HUTESA AGROALIMENTARIA, S. A.	Dª. MARIA PAZ HURTADO CABRERA
4B	OS ARANDA MELGAR, S. L.	Dª. MARIA TERESA RUBIO ALGARRA
4C	GRAFICAS URANIA, S. A.	D. ESTEBAN BUENO MORILLAS
5A	INICIA SIGLO XXI, S. L.	D. JUAN MANUEL ROSILLO GUTIERREZ
5A	GRUPO ARATHEA, S.L.L.	D. JAVIER IVAN NORIEGA HERNANDEZ
5A	CONSTRUCCIONES FEDERICO GARCIA, S.L.	Dª. MARIA REMEDIOS GARCIA DIAZ
5B	ESTRUCTURAS ANGARA, S.L.L.	D. ALBERTO LEON LOMBARDIA
5C	LISBONA OIL, S. L.	D. FERNANDO LISBONA NOGUEROL
5D	IELCO, S. L.	Dª. ANA MARIA LOPEZ CAPARROS
6A	ALMENDRERA DEL SUR, S.C.A.	D. ANTONIO HIDALGO OCAÑA
6A	PERYMUZ, S.L.	D. SALVADOR PEREZ MUÑOZ
6B	MASKOMO, S. L.	D. SERGIO CUBEROS LARA
6B	RECREATIVOS AXARQUIA, S.L.	Dª. ARACELI GARCIA VILLALON
6B	BAR RANEA III, S.L.	D. JUAN ANTONIO GARCIA GORDO
6C	MDM PUBLICIDAD NERJA, S.L.	D. ANTONIO VILLASCLARAS MARTIN
6C	DAVID MORAN, S.A.	D. JORGE DEL PINO GARCIA
6D	TUDELA VON SCHMITERLOW, JAVIER	D. JAVIER TUDELA VON SCHMITERLOW

VOLVER AL INDICE

6E	ATICCO SOFTWARE EMPRESARIAL, S.L.	D.RICARDO MOISES NANDWANI VILLALBA
6E	ALROS INVESTMENTS, S.L.	Dª ROSA MARIA GONZALEZ RUBIA
6F	CAMARA LOGISTICA DE INVERSIONES, S. A.	D. ENRIQUE NIEVES AVILA
6G	ROSADO REINA, D. OVIDIO	D. OVIDIO ROSADO REINA
6H	RACHAMOA, S.L.	D. JOSE PORRAS AGÜERA
6H	EXPLOTACIONES HOSTELERAS FRUTOS, S.L.	D. FRANCISCO JAVIER FRUTOS PEREZ
6H	CAFETERIA LARIOS, S.L.	D. ANTONIO SEBASTIAN PASTOR CANTARERO
6I	MARVERA, S. A.	D. JOSE CARLOS ESCRIBANO DE GARAIZABAL
6J	MICRUZ COSTA, S.L.	D. GERARDO JOSE DE LA CRUZ LOPEZ
7	TORCAL INNOVACION Y SEGURIDAD, S. L.	D. MIGUEL ALDANA MUÑOZ
7	AUTOCARES VAZQUEZ OLMEDO, S.L.	D. ANTONIO FRANCISCO VAZQUEZ OLMEDO
7	VIAJES SALDUMAR, S.L.	D. FRANCISCO PAULA MONTERO JIMENEZ
8A	UNIGEST SGIIC, S. A.	D. GUMERSINDO RUIZ BRAVO DE MANSILLA
8B	CAMINO SAN RAFAEL, S.A.	D. JOSE MARIA PEREZ PEREZ
8B	FORTES & RODRIGUEZ ASESORES, S.L.	D. JUAN JESUS FORTES RUIZ
9	GRUPO PREMED 2004, S.L.	D. JUAN LUIS CEBRIAN GARRIDO
9	CONSULTORES Y ASESORES DE RRHH UNCIBAY, S.L.	D. JULIO ANDRADE BAEZA
ARTº. 4. 4 B)	DELIBES FORMACION, S.L.	Dª. ANTONIA RUIZ OLIVA
ARTº. 4. 4 B)	ARELANCE, S. L.	D. PABLO JOSE DIAZ MORENO
ARTº. 4. 4 B)	GRUPO EMPRESARIAL SANDO, S.L.	Dª MARIA ESTHER SANCHEZ MANZANO
ARTº. 4. 4 B)	WIBIDOO LAB, S.L.	D. RODRIGO BOCANEGRA VALDES
ARTº. 4. 4 B)	CAMPILLOS MOLINA, D. JOSE	D. JOSE CAMPILLOS MOLINA
ARTº. 4. 4 B)	CONFEDERACION DE EMPRESARIOS DE MALAGA (CEM)	Dª. NATALIA SANCHEZ ROMERO
ARTº. 4. 4 B)	ECELERIS SERVICIOS DE ACELERACION EMPRESARIAL, S.L.	D. LIBERIO PEREZ ESPAÑA
ARTº. 4. 4 B)	ASAJA – ASOCIACION DE JOVENES AGRICULTORES DE MALAGA	D. BALDOMERO BELLIDO CARREIRA
ARTº. 4. 4 B)	PASTOR & MORENO CONSULTORES, S.L.	Dª. PALOMA MORENO MARIN
ARTº. 4. 4 B)	CENTRO DE FORMACION, INGENIERIAS Y SERVICIOS AVANZADOS, S.L	Dª. BEATRIZ BARBEYTO HERRERO

VOLVER AL INDICE

II.2.- COMITÉ EJECUTIVO

El Comité Ejecutivo es el órgano permanente de gestión, administración y propuesta de la Cámara, entre sus atribuciones, propone al Pleno los programas anuales de actuación y gestión corporativa y sus correspondientes presupuestos, y realiza y dirige su ejecución una vez aprobados, estando integrado por las personas que a continuación se expresan con los cargos que se indican:

Presidente	**Ilmo. Sr. D. Sergio Cuberos Lara**
Vicepresidente 1º	**D. José Carlos Escribano de Garaizabal**
Vicepresidente 2º	**D. Juan Cobalea Ruiz**
Tesorero	**D. Juan José Vallejo Martín**
Vocalías	**Dª. Natalia Sánchez Romero** **Dª. Paloma Moreno Marín** **Dª. Rosa María González Rubia** **D. Juan Jesús Fortes Ruiz** **D. Juan Manuel Rosillo Gutiérrez**
Delegada Territorial en Málaga de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresa y Universidad de la Junta de Andalucía	**Dª. Carmen Sánchez Sierra**
Secretario General	**D. José María Gómez Pretel**

VOLVER AL INDICE

II.3.- COMISIONES CONSULTIVAS

Las Comisiones son órganos consultivos de asesoramiento del Pleno y del Comité Ejecutivo. Sus informes y acuerdos no tendrán carácter vinculante y estarán integradas por el número de vocalías del Pleno que se determine en el momento de su constitución.

En sesión celebrada por el Pleno el día 18 de diciembre de 2019, se crearon las Comisiones de carácter consultivo que se indican y fueron designadas sus presidencias que a continuación se expresan:

COMISION DE FORMACION
D. JULIO ANDRADE BAEZA

COMISIÓN DE INTERNACIONALIZACIÓN Y COMERCIO EXTERIOR
Dª. Mª. PAZ HURTADO CABRERA

COMISIÓN DE TURISMO
D. FRANCISCO JAVIER FRUTOS PÉREZ

COMISIÓN DE INFRAESTRUCTURA
Dª. Mª. ESTHER SÁNCHEZ MANZANO

COMISIÓN DE ECONOMÍA Y HACIENDA
D. GUMERSINDO RUIZ BRAVO DE MANSILLA

COMISIÓN DE COMERCIO
D. SALVADOR PÉREZ MUÑOZ

COMISIÓN DE EMPRESA Y ECONOMÍA DIGITAL
D. RICARDO MOISÉS NANDWANI VILLALBA

COMISIÓN DE MEDIOAMBIENTE, SOSTENIBILIDAD Y ECONOMÍA AZUL
D. JAVIER IVÁN NORIEGA HERNÁNDEZ

COMISIÓN DE AUTÓNOMOS
D. JUAN ANTONIO GARCÍA GORDO

VOLVER AL INDICE

II.4.- REPRESENTACIONES DE LA CÁMARA EN OTROS ORGANISMOS Y ENTIDADES

La Cámara está representada en otros organismos y entidades por las personas que se indican en las entidades que igualmente se señalan:

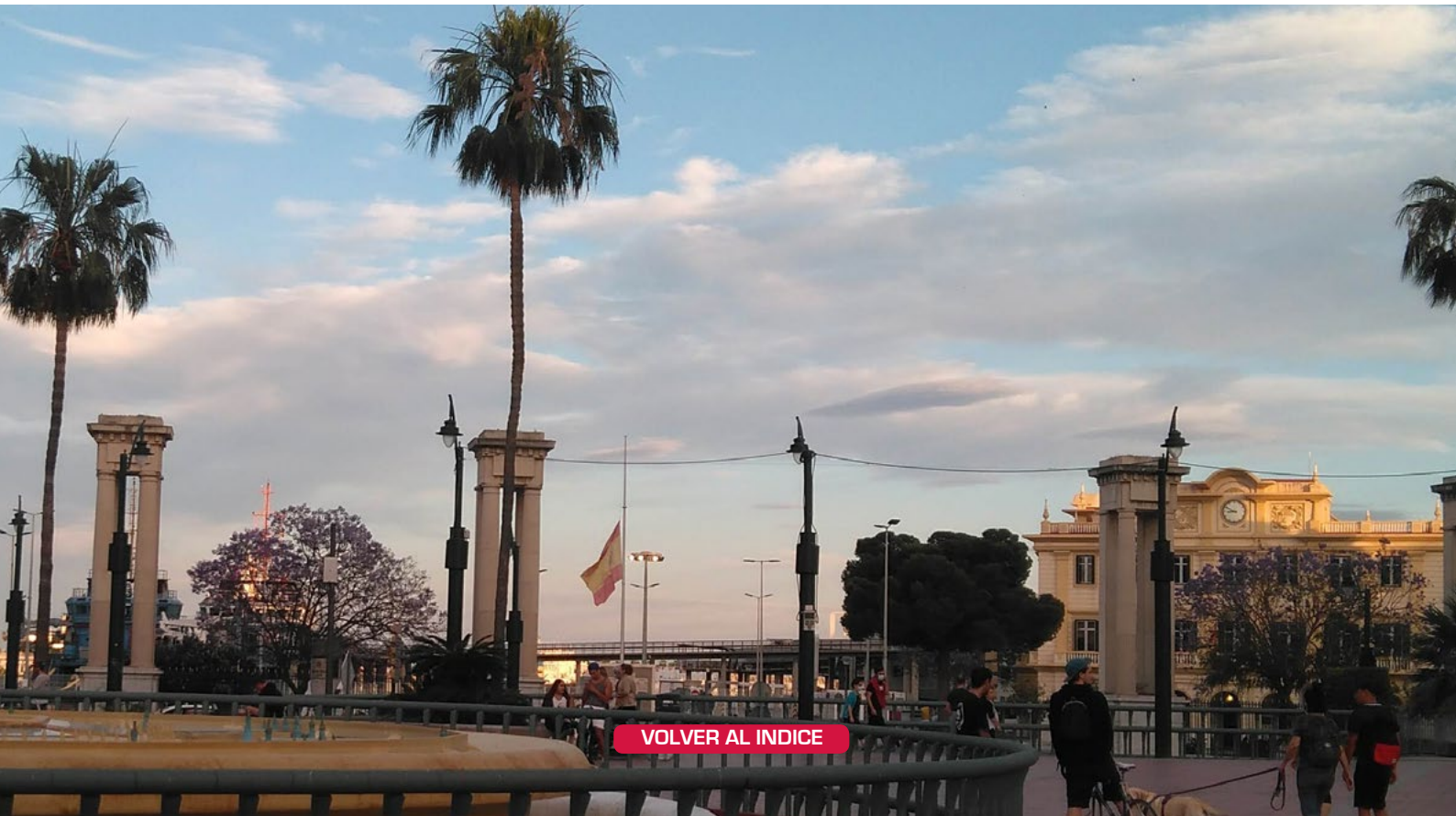
ASCAME (ASOCIACIÓN DE CÁMARAS DE COMERCIO E INDUSTRIA DEL MEDITERRÁNEO). Sr. Presidente, don Sergio Cuberos Lara.
AICO (ASOCIACIÓN IBEROAMERICANA DE CÁMARAS DE COMERCIO, INDUSTRIA Y SERVICIOS). Sr. Presidente, don Sergio Cuberos Lara
C.C.I. (CÁMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL) Sr. Presidente, don Sergio Cuberos Lara
CONSEJO ANDALUZ DE CÁMARAS OFICIALES DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN. Sr. Presidente, don Sergio Cuberos Lara
AUTORIDAD PORTUARIA DE MÁLAGA Vocal Titular: don José María Pérez Pérez. Vocal Suplente: don Javier Iván Noriega Hernández
FUNDACIÓN CIEDES (PLAN ESTRATÉGICO DE MÁLAGA). En el Patronato: Sr. Presidente, don Sergio Cuberos Lara. En la Comisión Ejecutiva: Sr. Secretario General, don José María Gómez Pretel

JUNTA ARBITRAL DE TRANSPORTES DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA. Titular: don Enrique Nieves Avila Suplente: Secretario General, don José María Gómez Pretel.
TURISMO Y PLANIFICACIÓN COSTA DEL SOL, S.L.U. Titular: Sr. Presidente, don Sergio Cuberos Lara. Suplente: don José Carlos Escribano de Garaizábal
INVERSIONES E INICIATIVAS MÁLAGA, S.C.R. Sr. Presidente, don Sergio Cuberos Lara
FUNDACIÓN MADECA. En el Patronato: Sr. Presidente, don Sergio Cuberos Lara. En la Comisión Ejecutiva: Titular Sr. Vicepresidente 2º, don Juan Cobalea Ruiz Suplente: don Juan Manuel Rosillo Gutiérrez.
CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA MANCOMUNIDAD DE MUNICIPIOS DE LA COSTA DEL SOL OCCIDENTAL. Titular: Sr. Presidente, don Sergio Cuberos Lara. Suplente: Sr. Vicepresidente 2º, don Juan Cobalea Ruiz.
MALAGAPORT, S.L. D. José María Pérez Pérez

VOLVER AL INDICE

CORTE DE ARBITRAJE ANDALUCÍA-NORTE DE MARRUECOS Sr. Presidente, don Sergio Cuberos Lara
ASOCIACIÓN FORO PARA LA PAZ EN EL MEDITERRÁNEO En el Patronato: Sr. Presidente, don Sergio Cuberos Lara En la Comisión Ejecutiva: Sr. Secretario General, don José María Gómez Pretel
CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE CAMERDATA, S. A. Sr. Presidente, don Sergio Cuberos Lara

FUNDACIÓN CAUDAL Y ACUEDUCTO SAN TELMO Sr. Vicepresidente 2º, don Juan Cobalea Ruiz
CONSEJO MUNICIPAL DE COMERCIO DE TORREMOLINOS D. Juan José Vallejo Martín
PATRONATO DE LA FUNDACIÓN INSTITUTO CAMERAL PARA LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE LA EMPRESA (INCYDE) Sr. Presidente, don Sergio Cuberos Lara



VOLVER AL INDICE

II.5.- CONVOCATORIA DE ELECCIONES PARA LA RENOVACIÓN DEL PLENO DE LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN DE MÁLAGA

Mediante Orden de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de 2 de septiembre de 2019, Orden de 2 de septiembre, BOJA núm. 173 de 09/09/2019 se convocaron las elecciones para la renovación total de los componentes de su **PLENO**.

EL CENSO ELECTORAL de la Corporación estuvo expuesto al público desde el día 16 de mayo hasta el 12 de junio de 2019 en su sede, sita en la Calle Cortina del Muelle núm. 23. Igualmente el censo ha podido ser consultado en su página web.

LA JUNTA ELECTORAL de ámbito provincial se constituyó, de acuerdo con la Orden de convocatoria, en acto público, el día 10 de septiembre de 2019 y su sede estuvo en el domicilio de la Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Málaga, sito en la Calle Cortina del Muelle número 23, 29015 Málaga.

El plazo de presentación de **CANDIDATURAS** estuvo abierto desde el día 10 al 23 de septiembre, ambos inclusive, en las dependencias de la Secretaría General de la Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Málaga.

VOTO POR CORREO: La solicitud, en modelos normalizados disponibles para personas físicas y para personas jurídicas, se pudieron presentar por escrito, desde el día 10 al 23 de septiembre, ambos inclusive, en la Secretaría General de la Cámara, o remitiéndola por correo certificado urgente.

DIA DE LA VOTACIÓN: Miércoles 23 de octubre de 2019, de 9.00 a 21.00 horas ininterrumpidamente.

Todos los electores y electoras pudieron consultar y ser informados de los distintos extremos que afectaran al resto del procedimiento electoral, establecido por el Decreto 189/2018 y la Ley 10/2011, en las dependencias de la Secretaría General de la Cámara. Asimismo, toda la información y documentación electoral ha estado disponible en la web www.camaramalaga.com

REQUISITOS PARA SER ELEGIBLE.

1. Las candidaturas a vocalías del Pleno por el grupo A) del artículo 4.4 habrán de reunir los siguientes requisitos en el momento de la presentación de su candidatura:

- a) Ser persona electora de la sección, agrupación o, en su caso, categoría por la que se presenta.

- b) Tener la nacionalidad española, la de un Estado miembro de la Unión Europea, la de un Estado parte del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo o la de un Estado a cuyos nacionales se extienda, en virtud del correspondiente Acuerdo o Tratado Internacional, el régimen jurídico previsto para la ciudadanía, o bien en caso de tener una nacionalidad distinta a las anteriores se podrá presentar candidatura de acuerdo con el principio de reciprocidad.

- c) Formar parte del censo de la Cámara.

- d) Llevar, como mínimo, dos años de ejercicio ininterrumpido en la actividad empresarial en los territorios citados en el apartado b).

- e) Hallarse al corriente en el pago de sus obligaciones tributarias y con la Seguridad Social.

- f) Tener la edad y capacidad exigidas por la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio.

VOLVER AL INDICE

- g) No hallarse incursa en prohibición legal alguna que le inhabilite para ello.

- h) No ser persona empleada de la Cámara ni estar incursa, en el momento de presentar candidatura, en causa de incompatibilidad en la forma que se determine en el Reglamento de Régimen Interior de la Cámara.

2. Las personas que opten a vocalías del Pleno por los grupos B) y C) del artículo 4.4 deberán reunir los requisitos del apartado anterior, salvo el de la letra a). Asimismo las candidaturas para el grupo C) deberán ser electoras del Censo del grupo C) de empresas de aportación voluntaria.

3. No podrá ser elegible persona alguna, ya sea como persona física o en representación de persona jurídica, que haya sido sancionada o condenada por resolución administrativa firme o sentencia judicial firme por alentar o tolerar prácticas laborales consideradas discriminatorias por la legislación vigente.

4. No podrán formar parte de los órganos de gobierno, ni ocupar los puestos de Secretaría General o puestos directivos las personas inhabilitadas para empleo o cargo público, conforme establece el artículo 9.3 de la Ley 4/2014, de 1 de abril.

VOLVER AL INDICE

III. SECRETARÍA GENERAL

VOLVER AL INDICE

III.- SECRETARÍA GENERAL

III.1.- ASESORAMIENTO JURÍDICO

La Secretaría General de la Corporación, en el fiel cumplimiento de cuantas funciones legalmente tiene encomendadas, ha desarrollado, además de su correspondiente asistencia y asesoramiento legal a los órganos de gobierno de la Cámara, una importante labor de asesoramiento legal a las Comisiones Informativas así como en lo que respecta a todos aquellos documentos relacionados con la Cámara que recibe para su correspondiente informe o pronunciamiento jurídico.

Por la Secretaría General de la Cámara se viene prestando asesoramiento jurídico a las empresas que forman parte del censo de la Corporación sobre interpretación y aplicación de la Legislación y normativa reguladora de la actividad mercantil e industrial en los más variados temas, especialmente sobre contratos en general, traspaso de locales de negocio, realización de obras, subrogaciones, desahucios, régimen de sociedades, derecho concursal, créditos, propiedad industrial, usos y prácticas mercantiles, reclamaciones por productos defectuosos y la garantía de los bienes de consumo, etc., habiendo tenido un alto volumen de consultas, tanto presenciales como telefónicas, durante el ejercicio 2019.

El servicio que se ofrece es, siempre y en todo caso, de orientación jurídica quedando por tanto excluida la litigación en nombre de los electores ante las instancias administrativas o judiciales.

El servicio de asesoramiento jurídico es de carácter gratuito y se presta mediante entrevistas personales previa petición de día y hora de consulta.

Igualmente, por la Secretaría General, y dentro de las funciones que legalmente tiene encomendadas, se redactan los dictámenes e informes que le encargan los órganos de gobierno de la Corporación así como el asesoramiento jurídico a los mismos, supervisando cuantos contratos y convenios le son sometidos a su consideración para los correspondientes informes.

III.2.- CORTE DE ARBITRAJE DE LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA

La Cámara administra, a través de su Corte, arbitrajes mercantiles, respecto de los cuales la Asesoría Jurídica viene atendiendo consultas y prestando asistencia técnica a las empresas promoviendo este sistema de resolución rápida de conflictos como método ágil, eficaz y asequible que se alza como una alternativa para el mejor desarrollo de las relaciones empresariales a nivel nacional para la resolución de los litigios mercantiles.

VOLVER AL INDICE

La Corte asegura la administración de los arbitrajes que se le someten, procediendo a resolver el siempre conflictivo aspecto de la designación de los árbitros de una forma estatutaria y perfectamente reglamentada, así como asegurando que el procedimiento arbitral se desarrolle con la necesaria celeridad. Son los árbitros o colegios arbitrales, nombrados para el caso, los que emiten el Laudo arbitral, tratándose siempre de personas que están en las mejores condiciones para la resolución justa correspondiente, por su formación, conocimientos e imparcialidad.

El Comité Permanente de la Corte está compuesto por cinco miembros, de los cuales dos son propuestos por el Pleno de la Cámara de entre sus Vocales, otros dos por la Junta de Gobierno del Ilustre Colegio de Abogados de Málaga, entre los que estén en ejercicio, y otro, por el Ilustre Colegio Notarial de Granada de entre sus miembros con residencia en la provincia de Málaga.

El Comité Permanente ostenta, entre otras, las siguientes funciones:

1.- Admisión a trámite de las demandas de arbitraje que se sometan a la Corte de Arbitraje y decisión, en su caso, sobre el procedimiento a seguir.
2.- Prestar su asistencia en el desarrollo del procedimiento arbitral manteniendo, a tal fin, la adecuada organización.
3.- La elaboración de una lista anual de árbitros facultados por el citado Comité para actuar en los litigios que se le sometan, elegidos entre Letrados en ejercicio y personas de reconocido prestigio profesional y empresarial.
4.- La designación, cuando proceda, y de conformidad con lo establecido en el Reglamento, del árbitro o árbitros que hayan de intervenir en el procedimiento.
5.- Resolución de cuantas incidencias puedan surgir en el desarrollo de los procedimientos así como el control y vigilancia de los mismos.
6.- Interpretación del Reglamento.

La Corte de Arbitraje viene consolidando una clara función arbitral frente a los conflictos empresariales que pueden someterse a solución ante la Corte. No se trata de incrementar el número de arbitrajes que resuelve la Corte sino de visualizar su presencia en el sector empresarial y ofrecer este servicio desde la libre elección por las empresas, que ven en el modelo arbitral una vía sencilla, rápida, ágil y flexible, y sobre todo basado en la confidencialidad y en la participación como árbitros de expertos seleccionados desde parámetros de especialización, y que, como conocedores del sector, están otorgando además de una mayor proximidad a quienes a él se someten, a una credibilidad en el sistema, producto del conocimiento que se ofrece por los mismos ante la especificidad del posible conflicto planteado, sin necesidad de acudir necesariamente a la vía jurisdiccional.

El impulso que del Arbitraje viene efectuándose en los últimos tiempos, incluso por el mismo Estado, a través de la configuración de un modelo de arbitraje que se extiende a todos los ámbitos del derecho y que permite no acudir necesariamente a la vía jurisdiccional, comporta un elemento a considerar, tanto desde el punto de vista de las instituciones que por su prestigio altamente considerado llevan ofreciendo esta función de resolución de conflictos a la sociedad empresarial, siendo el arbitraje un acto de libertad y una clara y evidente manifestación del ejercicio de la autonomía de la voluntad.

La mejor forma de prevenir conflictos mercantiles es la inclusión de la cláusula arbitral en los contratos, garantizándose así las partes una vía natural y lógica para la resolución de conflictos, beneficiándose de las características del sistema arbitral: mayor especialización, confidencialidad, rapidez y economía.

VOLVER AL INDICE

En un arbitraje deben conocerse las siguientes fases:

1. Notificación de la demanda a la Corte.
2. Aceptación por la Corte de Arbitraje.
3. Designación del árbitro o constitución del Tribunal Arbitral.
4. Intercambio de alegaciones por las partes.
5. Proposición y práctica de pruebas.
6. Emisión del laudo arbitral poniendo fin al procedimiento correspondiente.

La decisión del Árbitro (Laudo arbitral) se equipara a la sentencia en cuanto a su validez y eficacia, obligando a la parte condenada a cumplir el laudo emitido por el árbitro.

III.3- CONSEJO SUPERIOR ARBITRAL DE LA CORTE DE ARBITRAJE

El Consejo Superior Arbitral de la Corte de Arbitraje celebró sesión el día 18 de Julio de 2016 para llevar a cabo la renovación de algunos cargos y la designación de los representantes del Iltre. Colegio de Abogados, Iltre. Colegio Notarial y los dos miembros del Pleno de la Cámara de Comercio en el Comité Permanente de la Corte.

En dicha sesión, conforme a lo establecido en el Artículo 5 de los Estatutos, quedaron posesionados de sus cargos los representantes de los Colegios Profesionales en representación de las nueve instituciones o corporaciones que forman parte del Consejo Superior Arbitral y que son los siguientes:

COLEGIO NOTARIAL
COLEGIO OFICIAL DE ARQUITECTOS
COLEGIO DE ECONOMISTAS
INSTITUTO AUDITORES-CENSORES JURADOS DE CUENTA DE ESPAÑA
COLEGIO OFICIAL DE INGENIEROS INDUSTRIALES
DECANO FACULTAD DE DERECHO
COLEGIO DE ABOGADOS
COLEGIO INGENIEROS DE CAMINOS, CANALES Y PUERTOS
COLEGIO DE PROCURADORES DE LOS TRIBUNALES DE MALAGA

Las personas miembros del Pleno de la Cámara de Comercio, propuestos por dicho órgano de gobierno, en sesión celebrada el día 18 de diciembre de 2019, para formar parte del Consejo Superior Arbitral, conforme a lo establecido en el Artículo 5 de los Estatutos son los siguientes:

PRESIDENTE:	D. SERGIO CUBEROS LARA
VOCAL	D. JOSÉ CARLOS ESCRIBANO DE GARAIZÁBAL
VOCAL	D. JUAN COBALEA RUIZ
VOCAL	D. JUAN JOSÉ VALLEJO MARTÍN
VOCAL	D. JUAN JESÚS FORTES RUIZ
VOCAL	Dª. PALOMA MORENO MARÍN
VOCAL	D. JUAN MANUEL ROSILLO GUTIÉRREZ
VOCAL	Dª. NATALIA SÁNCHEZ ROMERO
SECRETARIO	D. JOSÉ MARÍA GÓMEZ PRETEL. Secretario General de la Cámara de Comercio.

VOLVER AL INDICE

III.4.- COMITÉ PERMANENTE DE LA CORTE DE ARBITRAJE

El Comité Permanente de la Corte de Arbitraje está integrado por las personas que a continuación se indican en representación de los organismos y entidades que igualmente se señalan:

D. FRANCISCO MONTERO JIMÉNEZ	CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN.
Dª. PALOMA MORENO MARÍN	CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN.
D. FRANCISCO JAVIER LARA PELÁEZ	COLEGIO DE ABOGADOS
D. JOSÉ RAFAEL GONZÁLEZ MERELO	COLEGIO DE ABOGADOS
Dª. CARMEN CASASOLA GÓMEZ-AGUADO	COLEGIO NOTARIAL
D. JOSÉ MARÍA GÓMEZ PRETEL. Secretario General de la Cámara de Comercio.	SECRETARIO

III.5.- SERVICIO DE MEDIACIÓN

En sesión celebrada por el Comité Ejecutivo el día 15 de Julio de 2013, posteriormente ratificado por el Pleno cameral, se adoptó el acuerdo de adherirse al Servicio de Mediación Cameral del Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, por lo que la Cámara de Málaga acepta las normas que rigen este Servicio, aprobándose en dicha sesión el Reglamento modelo que se aplicará a los procedimientos de mediación administrados por la Cámara que sean sometidos a su intervención, así como las tarifas del servicio, comprendiendo las mismas la tasa de admisión, los derechos de administración y los honorarios del mediador.

La Cámara ha creado un Registro de Mediadores de la Corporación, en el que, siguiendo la decisión y normas de la Cámara al efecto, podrán inscribirse, además del personal que ya tiene acreditado su condición de Mediador, las personas naturales que, hallándose en el pleno ejercicio de sus derechos civiles, cumplan las condiciones establecidas legalmente.

El Registro de Mediadores de la Cámara, se integrará en el Registro Andaluz de Mediadores de Cámaras gestionado por el Consejo Andaluz de Cámaras, que unifica los Registros de Mediadores de las distintas Cámaras de Andalucía.

VOLVER AL INDICE

III.6.- SESIONES CELEBRADAS POR LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO DE LA CÁMARA

Durante el año 2019 se celebraron un total de diez sesiones de Comité Ejecutivo y tres sesiones de Pleno, en las cuales, entre otros muchos asuntos de interés, se acordó la firma de veinte convenios de colaboración con la Cámara de Comercio de España, la Fundación Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa (INCYDE), Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Ayuntamientos, y otras entidades al objeto de propiciar la creación de un entorno adecuado que permita desarrollar iniciativas dirigidas al autoempleo y la aparición de nuevas empresas, la introducción del avance tecnológico en las mismas para hacerlas más competitivas e introducirlas en la sociedad de la información y las tecnologías y acceder a un uso práctico de las posibilidades que les ofrecen en la realidad actual, fomentando las actividades innovadoras como base necesaria para lograr un crecimiento sostenido y reforzar sus ventajas competitivas, así como ayudar a las empresas malagueñas en su internacionalización poniendo a su disposición ayudas e instrumentos que les posibiliten vender sus productos en el exterior, la realización de prácticas en empresas por alumnos, programas de creación y/o consolidación de empresas, colaboración en la labor de apoyo financiero a las empresas, la inserción laboral de las personas demandantes de empleo, fomento y consolidación del trabajo autónomo, fomento del empleo, asesoramiento e información sobre líneas de apoyo público a la I+D+I a las empresas y la promoción turística de Málaga.

III.7.- CORRESPONDENCIA OFICIAL

Durante el ejercicio 2019, el registro general de la correspondencia oficial de la Corporación tuvo el siguiente movimiento de entradas y salidas de documentos:

	ENTRADAS	SALIDAS
TOTALES	4344	417

III.8.- CERTIFICADOS DE CAPACIDAD Y MORALIDAD MERCANTIL Y PERTENENCIA AL CENSO CORPORATIVO

En el año 2019, por la Secretaría General de la Cámara, se expidieron un total de 13 Certificados de Capacidad y Moralidad Mercantil para la obtención del título de Mediador de Seguros Titulado, para los Administradores de las nuevas Compañías de Seguros y/o pertenencia al Censo público de empresas para distintas actividades relacionadas con el tráfico mercantil.

VOLVER AL INDICE

III.8.- CERTIFICADOS DIGITALES CAMERFIRMA

Durante el año 2019 se emitieron 139 certificados digitales Camerfirma de pertenencia a entidad, factura electrónica, certificado cualificado corporativo, certificado cualificado de representante de persona jurídica con poderes generales de representación, de representante de persona jurídica para trámites con las Administraciones públicas y/o de representante de Entidad.

Igualmente se emitieron 545 certificados digitales Camerfirma, en el marco del Programa Integral de Cualificación y Empleo (PICE), de Garantía Juvenil Ciudadano que tiene como objetivo formar, cualificar e insertar laboralmente a jóvenes de entre 16 y 29 años.

III.9.- SERVICIO COMERCIAL

Durante el año 2019 se han cumplimentado en el Departamento Comercial las solicitudes de información y consultas realizadas, tanto de la base de datos del Censo de empresas de nuestra provincia, la cual contiene un total de 209.111 licencias comerciales, cuyos datos proceden del Censo de Actividades Empresariales que elabora la Agencia Estatal de Administración Tributaria, como del fichero nacional de empresas de Camerdata, S. A. que incluye información de todas las empresas españolas procedente de los censos oficiales de las Cámaras de Comercio a los que se han aplicado sistemas de normalización y depuración de los datos para garantizar unos niveles óptimos de calidad, disponiendo de direcciones principales y establecimientos, segmentadas en más de 1.200 actividades empresariales y más de 15 campos de información para acceder a los datos disponibles pudiendo segmentarse por tipos de actividad, municipio, provincia, tramo de facturación, volumen de trabajadores, número de establecimientos, etc..

El número de solicitudes cumplimentadas durante el año 2019 ha superado las 200 consultas.

VOLVER AL INDICE

VOLVER AL INDICE

IV. RELACIONES INSTITUCIONALES

VOLVER AL INDICE

IV. RELACIONES INSTITUCIONALES

VOLVER AL INDICE

1. ÁREA DE PROTOCOLO

VOLVER AL INDICE

IV.1.- ÁREA DE PROTOCOLO

ENERO

ENCUENTROS SER CON EL PRESIDENTE DE CIUDADANOS, ALBERT RIVERA

ACTO DE TOMA DE POSESIÓN DEL NUEVO COMISARIO PRINCIPAL JEFE PROVINCIAL, D. MANUEL JAVIER PEÑA ECHEVERRIA

VISITA EMISARIO ECONÓMICO PARA ESPAÑA Y PORTUGAL DE LA FAMILIA REAL DE RUMANIA

FITUR 2019

ACTO DE INAUGURACIÓN DEL HIPERMERCADO CARREFOUR VALLE DEL GUADALHORCE

VISITA DEL ENCARGADO DE NEGOCIOS DE LA EMBAJADA DE SIRIA EN ESPAÑA, D. SAMIR ALKASIR

PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO “MÁLAGA POR LA EMPLEABILIDAD”

VOLVER AL INDICE

FEBRERO

ELECCIÓN PRESIDENTE DE LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE MÁLAGA

ENCUENTRO CON AJE MÁLAGA

DIALOGO CIUDADANO ORGANIZADO POR LA COMISIÓN EUROPEA CON D. JYRKI KATAINEN

PRESENTACIÓN DEL PLAN DE INVERSIONES PARA EUROPA DE LA COMISIÓN EUROPEA Y EL BANCO EUROPEO DE INVERSIONES

INAUGURACIÓN XLII EXPOSICIÓN DE HOSTELERIA Y ARTICULOS DE PLAYA (EXPOPLAYA 2019)

DISTINCIONES DE HONOR DE LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE MÁLAGA

MARZO

ACTO CONMEMORACIÓN 50 ANIVERSARIO FACULTAD DE ECONÓMICAS

FIRMA ACUERDO IBERIA

ACCIÓN COMERCIAL INVERSA DE ALEMANIA PARA EL SECTOR TIC

VOLVER AL INDICE

DESAYUNO-COLOQUIO CON D. ELIAS BENDODO, CONSEJERO DE L APRESIDENCIA, ADMINISTRACIONES PÚBLICAS E INTERIOR DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

ACTO CELEBRACIÓN I ANIVERSARIO CIFAL

BREAKFAST DATING "OPORTUNIDADES DE NEGOCIO" DE AJE MÁLAGA

PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA

40 ANIVERSARIO DE LA CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE ANDALUCÍA

RECEPCIÓN OFICIAL ASAMBLEA GENERAL FEDERACIÓN EUROPEA DE ESCUELAS

ABRIL

DESAYUNO-COLOQUIO CON EL PRESIDENTE DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA ORGANIZADO POR EL DIARIO SUR

JURADO PREMIOS AJE

ASAMBLEA DE CAEA

ACTO CELEBRACIÓN I CENTENARIO CASA CONSISTORIAL

XI PREMIOS ANDALUCES DEL FUTURO

VISITA PRESIDENTE CÁMARA ESPAÑA

DAYONE INNOVATION SUMMIT ANDALUCÍA

FORO EMPRESARIAL LIDERA MÁLAGA CON D. FRANCISCO SALADO

ENTREGA DE PREMIOS AJE MÁLAGA

VOLVER AL INDICE

MAYO

DESAYUNO FORUM EUROPA CON D. ELIAS BENDODO

ENTREGA DEL GALARDÓN VICTORIA Y AL ACTO CONMEMORATIVO DEL 20 ANIVERSARIO DE AMUPEMA

JORNADA “EL ACUERDO COMERCIAL UE-JAPÓN”

PRESENTACIÓN RUTA PROVINCIAL DE LOS VINOS DE RONDA Y MÁLAGA

JORNADA DE LA MESA DE TURISMO, SALUD, DEPORTE, OCIO Y CULTURA DE AJE SOBRE 2BREXIT PROBLEMAS Y SOLUCIONES EMPRESARIALES”

IV FERIA DE EMPLEO DE LA UMA

DESAYUNO-COLOQUIO CON ROGELIO VELASCO, CONSEJERO DE ECONOMÍA, CONOCIMIENTO, EMPRESAS Y UNIVERSIDAD DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

VOLVER AL INDICE

JUNIO

JURADO PREMIOS ANDALUCES DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN EN ECONOMÍA CIRCULAR

SESIÓN CONSTITUYENTE DE LA NUEVA CORPORACIÓN MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE MÁLAGA

JURADO PREMIOS AMUPEMA

JORNADA DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO E INVERSIÓN EN INDONESIA

JULIO

FORO EMPRESARIAL LIDERA MÁLAGA CON D. JOSÉ ÁNGEL NARVÁEZ

GALA DE PREMIOS DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN EN ECONOMÍA CIRCULAR DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

RECEPCIÓN DEL 56 ANIVERSARIO DE LA CONVENCIÓN DE VIENA SOBRE RELACIONES CONSULARES DEL CUERPO CONSULAR DE MÁLAGA

JORNADA "ECUADOR: CLIMA DE NEGOCIOS Y OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN"

II PREMIOS DE TURISMO CIUDAD DE MÁLAGA

DESAYUNO INFORMATIVO FÓRUM EUROPA TRIBUNA ANDALUCÍA CON DÑA. ROCÍO RUIZ, CONSEJERA DE IGUALADAD, POLÍTICAS SOCIALES Y CONCILIACIÓN DE LA JUNTA DE ANDALUCIA

GALA DE ENTREGA DE IV EDICIÓN PREMIOS EVOLUCIÓN

VOLVER AL INDICE

AGOSTO

PRESENTACIÓN BARÓMETRO INVERSIÓN EXTRANJERA EN MÁLAGA

RECEPCIÓN FERIA 2019

SEPTIEMBRE

ACTO CENTENARIO DE AENA

PYMES-UE: HABLAMOS DE INTERNACIONALIZACIÓN

CELEBRACIÓN PRIMER IZADO DE LA BANDERA DE ESPAÑA EN EL PUERTO DE MÁLAGA

JORNADA DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL MÁLAGA-OMÁN EN EL SECTOR TURÍSTICO

VISITA DELEGACIÓN CÁMARA DE COMERCIO FEZ-MEKNES

OCTUBRE

25 ANIVERSARIO DE AJE

JORNADA INTERNACIONALIZA MUJERES

BUSINESS FORUM "DEVELOPMENT OF BILATERAL COOPERATION BETWEEN MOSCOW AND MÁLAGA"

VISITA CÁMARA DE COMERCIO TANGER-ALHUCEMAS

VOLVER AL INDICE

NOVIEMBRE

WTM 2019

PRESENTACIÓN “POTENCIANDO EL BINOMIO FORMACIÓN-EMPLEO. PRESENTACIÓN DE CONCLUSIONES FINALES” DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PARA EL EMPLEO DE LA CONSEJERÍA DE EMPLEO, FORMACIÓN Y TRABAJO AUTÓNOMO

SESION CONSTITUTIVA DEL PLENO DE LA CÁMARA DE COMERCIO

III EDICIÓN PREMIO PYME DEL AÑO DE MÁLAGA

CONFERENCIA INAUGURAL PROYECTO GREENINMED

PREMIOS HACEMOS MÁLAGA 2019

DISTINCIONES EMPRESAS MALAGUEÑAS 2019 MÁLAGA AVANZA

DESAYUNO-FORO TALENTO Y EMPRESA “DESARROLLO DE PERSONAS EN LA INDUSTRIA TECNOLÓGICA MALAGUEÑA”

I JORNADA NETWORKING INTERNACIONAL CIUDAD DE MÁLAGA

VOLVER AL INDICE

DICIEMBRE

CEREMONIA DE ENTREGA DE LOS PREMIOS MALAGUEÑOS DEL AÑO XX EDICIÓN

CONFERENCIA-DESAYUNO FORO JOLY CON D. FRANCISCO DE LA TORRE

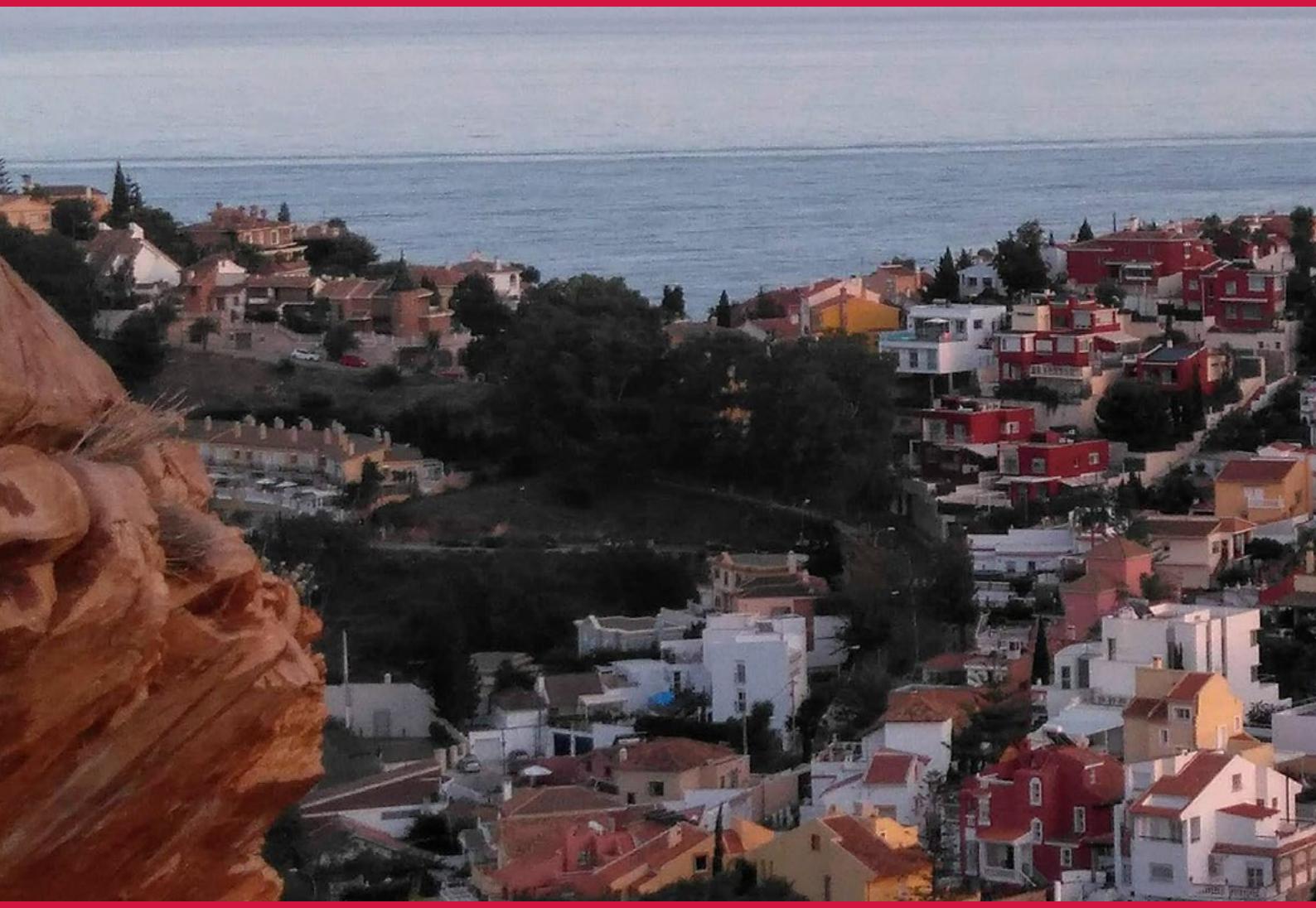
FORUM ECONÓMICO DE FEZ/MEKNES

I FORO GASTRONÓMICO SABOR A MÁLAGA

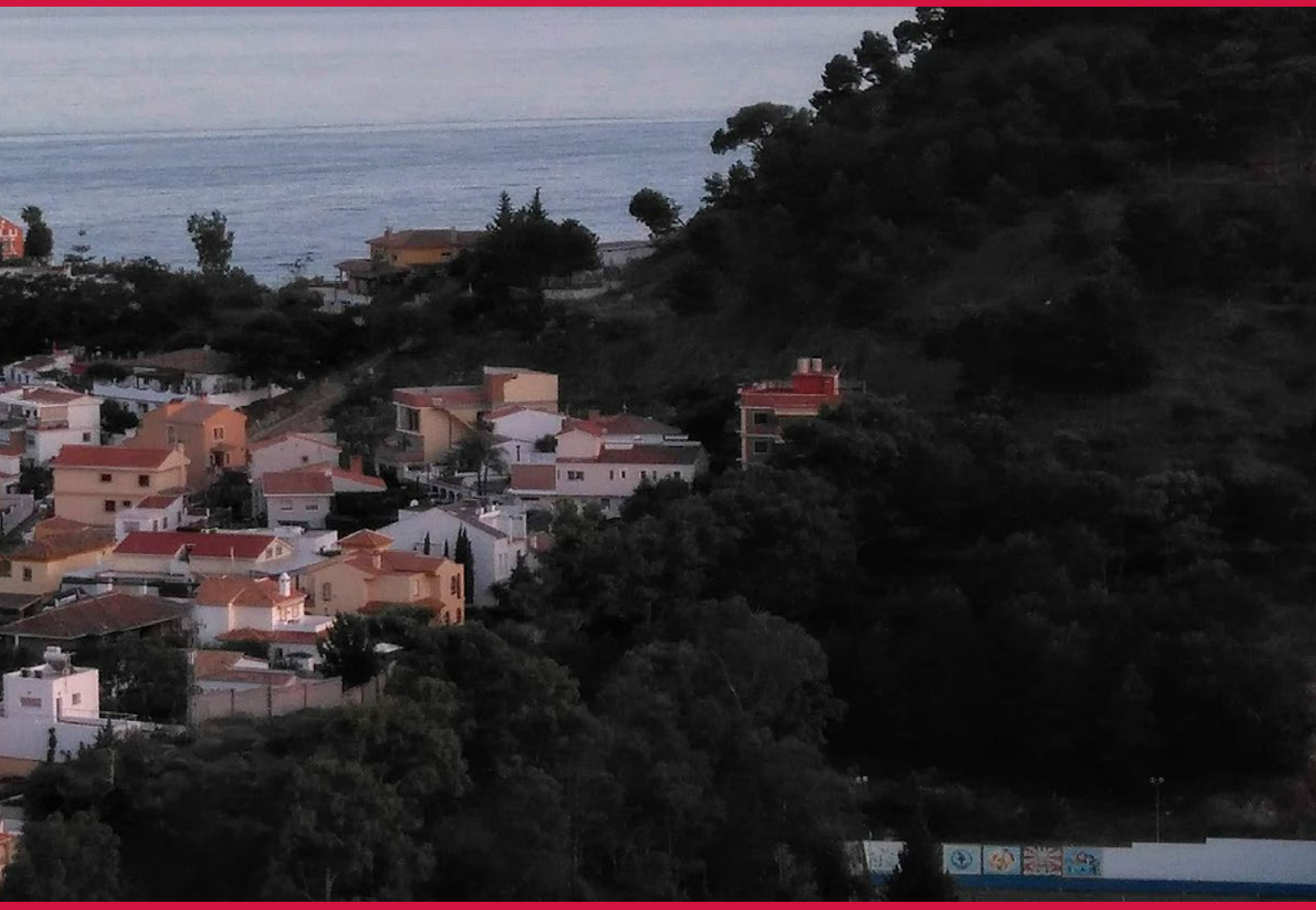
PREMIOS PROA DEL CLUSTER MARÍTIMO MARINO

VOLVER AL INDICE

IV. RELACIONES INSTITUCIONALES



VOLVER AL INDICE



2. ÁREA DE COMUNICACIÓN Y PRENSA

VOLVER AL INDICE

IV.2.- ÁREA DE COMUNICACIÓN Y PRENSA 2019

1. RELACIONES Y GESTIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La Cámara de Comercio de Málaga, cumpliendo con su vocación fundamental de prestación de servicios a las empresas, da a conocer cuanta información y acciones lleva a cabo sobre programas, actividades, ayudas, etc., así como la de difundir su propia imagen, de ahí que mantenga una relación constante con los todos los medios de comunicación.

En este sentido, utilizando cuantos canales están al alcance, se dan a conocer cuantas iniciativas, proyectos, programas o informaciones de interés general, son desarrollados por los distintos Departamentos y Áreas de la Cámara.

Según viene dispuesto legislativamente, la Cámara, desarrolla su labor buscando la potenciación de las empresas y de la economía de Málaga y su provincia, a través de la prestación de servicio a los empresarios y con ello, a la sociedad en su conjunto, de ahí la necesidad de mantener una comunicación lo

VOLVER AL INDICE

más amplia posible con las empresas y con las Administraciones Públicas, esto último, en su calidad de órgano consultivo de las mismas.

El pasado año 2019, concretamente en el mes de noviembre, finalizó el proceso de elecciones camerales, con el relevo de cargos y representaciones que ello conlleva, eligiéndose como nuevo presidente a don Sergio Cuberos Lara, lo que propició que aumentara la demanda de solicitudes de información desde los medios de comunicación malagueños, al igual que la elaboración de artículos o entrevistas efectuadas por éstos, realizando el necesario seguimiento.

Por esta razón, la Cámara de Comercio de Málaga siempre tendrá una especial gratitud hacia los medios de comunicación de nuestra provincia, ya sean de prensa escrita, emisoras, televisiones o medios digitales, por la atención especial que siempre nos dispensan.

2. NOTAS DE PRENSA

Con el propósito de difundir las actividades de nuestra Cámara, desde el Área de Comunicación y Prensa se han remitido más de medio centenar de notas de prensa, informaciones y comunicados de diversa índole a los medios de comunicación presentes en nuestra provincia.

VOLVER AL INDICE

3. CONVOCATORIAS DE PRENSA

La cobertura de los actos y actividades más importantes se ha realizado, como de costumbre, a través de las oportunas convocatorias de prensa, informándose en estas de los proyectos e iniciativas más importantes y de interés para las empresas malagueñas, de las cuales, podemos destacar las siguientes:

14 DE FEBRERO

La Consejera Económica de la Representación de la Comisión Europea en España, Ann Westman, presentó en la Cámara el “Plan de Inversiones para Europa. Cómo emprender con éxito”. En el acto informativo participaron el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, el presidente de la Cámara, Jerónimo Pérez, así como Alberto Barragán, jefe de la Oficina en España del Banco Europeo de Inversiones (BEI) y Mario Buisán, director del Gabinete de Presidencia del Instituto de Crédito Oficial (ICO).

VOLVER AL INDICE

22 DE ABRIL

El presidente de la Cámara de Comercio de España, José Luis Bonet, mantuvo una reunión con el presidente de la Cámara de Málaga, Jerónimo Pérez Casero, y miembros del Comité Ejecutivo de la misma, en la sede cameral del Palacio de Villalcázar. Durante este encuentro, el señor Bonet se interesó por la marcha de la economía malagueña, especialmente por la actual situación de las infraestructuras a nivel provincial, así como por diversos sectores como el turístico y el comercial, además de querer conocer la realidad de las empresas malagueñas en cuanto a innovación y digitalización, ya que es el gran reto de las pymes de nuestro país.

10 DE MAYO

Presentación en la Cámara de Comercio de Málaga del Acuerdo de Liberalización Comercial entre Japón y la UE sobre el comercio de bienes y servicios. Esta jornada contó con la presencia de José Luis Káiser, Director general de política comercial y competitividad del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Takahiro Yamada, Primer secretario de la Embajada de Japón en España y Tatsuya Kato, Director general de Jetro en España. Además, intervendrán Jerónimo Pérez-Casero, Presidente de la Cámara de Comercio de Málaga, Natalia Sánchez, Vicepresidenta ejecutiva de la CEM y María Gámez, Subdelegada del Gobierno en Málaga.

VOLVER AL INDICE

18 DE JUNIO

Encuentro en la Cámara de Comercio de Málaga, en colaboración con la Embajada de Indonesia en España, para conocer “Oportunidades de negocio e inversión en Indonesia”, con la presencia del Excmo. Sr. D. Hermono, Embajador de Indonesia en España, así como de la presidenta de la Comisión de Comercio Exterior de la Cámara, doña María Paz Hurtado Cabrera.

19 DE SEPTIEMBRE

El presidente del Instituto de Crédito Oficial, José Carlos García Quevedo, junto al vicepresidente de la Cámara de Comercio de Málaga, Juan Cobalea Ruiz, clausuró en la Cámara la jornada Pymes-UE: Hablamos de Internacionalización, un encuentro organizado por la Cámara de Málaga y la Cámara de Comercio de España en colaboración con el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Participaron también el nuevo Consejero de la agencia andaluza de promoción exterior, Extenda, Arturo Bernal; el director Territorial de comercio y del ICEX en Málaga, Rafael Fuentes, y representantes de las empresas Del Paso Solar y Prefabricados Metálicos Tafer, ambas beneficiarias de programas de la Cámara de Comercio de apoyo a la internacionalización.

VOLVER AL INDICE

11 DE NOVIEMBRE

La Asociación Centro Histórico de Málaga CCA presentó en la Cámara de Comercio de Málaga, la Campaña de Navidad 2019, con la colaboración de la propia Cámara y el Área de Distrito Centro del Ayuntamiento de Málaga, estando presentes para explicar los detalles de dicha campaña y presentar la nueva imagen de la Asociación Jerónimo Pérez Casero, presidente de la Cámara de Comercio, Gema del Corral, concejala Distrito Centro del Ayuntamiento de Málaga y Juanibel Vera, presidenta de la Asociación Centro Histórico de Málaga CCA.

19 DE NOVIEMBRE

Se ha celebró en la sede del Palacio de Villalcázar la sesión constitutiva del Pleno de la Cámara de Comercio de Málaga tras el proceso electoral de renovación que tuvo lugar en los dos meses anteriores, procediéndose a la elección de los cargos directivos de la misma, siendo elegido Presidente Sergio Cuberos Lara, y quedando constituido el Comité Ejecutivo por: José Carlos Escribano de Garaizabal, vicepresidente primero; Juan Cobalea Ruiz, vicepresidente segundo; Juan José Vallejo Martín, tesorero, y, Vocales: Natalia Sánchez Romero, Paloma Moreno Martín, Rosa María González Rubia, Juan Jesús Fortes Ruiz, y Juan Manuel Rosillo Gutiérrez.

VOLVER AL INDICE

26 DE NOVIEMBRE

La empresa Aceites Málaga, S.L. recibió el Premio Pyme del Año de Málaga 2019. La entrega del galardón se celebró en la Cámara de Comercio de Málaga en un acto en el que se destacó la trayectoria de esta empresa, así como la entrega de cuatro accécit del jurado a las pymes finalistas: Cegeco & Alar, S.L.; 3D Buildersolft; MEDAC Escuela de Negocios del Mediterráneo, S.L., y Bass Green Houses, S.L. El Premio Pyme del Año de Málaga está convocado por la Cámara de Málaga y el Banco Santander, con la colaboración de Cámara de Comercio de España y diario SUR, para reconocer la labor de las pequeñas y medianas empresas como generadoras de riqueza y creadoras de empleo en el desempeño de su labor cotidiana

27 DE NOVIEMBRE

La Cámara de Comercio de España, en colaboración con la de Málaga, organizaron en la sede del Palacio de Vilalcázar, una conferencia inaugural de presentación del Proyecto GREENinMED, Programa de ayudas a la industria turística, cuyo objetivo es mejorar la competitividad de las pymes turísticas a través de la innovación ecológica, con la subvención de proyectos ecoinnovadores en materia de agua y aprovechamiento energético. El acto de apertura contó con la presencia del vicepresidente de la Cámara de Málaga, Juan Cobalea Ruiz; del director de Internacionalización de Cámara de España, Jaime Montalvo, y, del director general de Medio Ambiente y Sostenibilidad del Ayuntamiento de Málaga, Luis Medina-Motoya.

VOLVER AL INDICE

28 DE NOVIEMBRE

Presentación de la nueva sede en nuestra Cámara del Hispanic American College – Leadership & Management de Estados Unidos, asistiendo al acto, entre otras personalidades, el presidente ejecutivo de la entidad, Ray Cazorla, el presidente de la Cámara, Sergio Cuberos Lara, y el presidente de la Diputación Provincial, Francisco Salado. Hispanic American College es un instituto privado de formación de líderes y agentes de cambio de la sociedad que ofrece formación de alto contenido impartida por líderes de referencia mundial. Se trata de una firma internacional de asuntos públicos, relaciones internacionales y formación ejecutiva.

20 DE DICIEMBRE

Petición de la Medalla de Andalucía para el pintor Eugenio Chicano, que dio a conocer el PSOE de Málaga en la sede de la Cámara, como presentación de una proposición no de ley en el parlamento andaluz para la concesión de la Medalla de Andalucía a título póstumo a Eugenio Chicano por su contribución a la cultura de nuestra tierra, iniciativa que los socialistas presentarán también en la Diputación y en el Ayuntamiento de la capital. El parlamentario socialista José Luis Ruiz Espejo, acompañado por el presidente de la Cámara, Sergio Cuberos, agradeció que está petición se presentara en la Cámara, haciendo igualmente alusión al mural que está ubicado en el Palacio de Villalcázar, sede de esta Corporación, indicando que esta obra del pintor malagueño, titulada “Cadena de Montaje”, “representa el recorrido histórico de la economía malagueña”.

VOLVER AL INDICE

4. LA COMUNICACIÓN

El Área de Comunicación y Prensa de la Cámara, en su faceta comunicativa viene prestando un amplio apoyo a todo cuanto tiene que ver en el seguimiento o tratamiento de las noticias que a nivel de la red cameral es necesario difundir, colaborando en la organización de jornadas o eventos con Administraciones Públicas o entidades dependientes de estas, otras corporaciones camerales, como la misma Cámara de Comercio de España o el Consejo Andaluz de Cámaras, Confederación Empresarial Malagueña o diversas empresas, manteniendo siempre un permanente contacto informativo.

De forma permanente se realiza un seguimiento de las noticias de la Cámara aparecidas en prensa, así como de todo aquello que puede tener relevancia informativa a niveles económico y empresarial. Se revisan la totalidad de los principales diarios de cobertura nacional, así como los periódicos más importantes a nivel provincial, concretamente: Sur, La opinión de Málaga, Málaga Hoy, El Mundo, El País y ABC, los denominados gratuitos como 20 Minutos, El Noticiero y Viva Málaga, a los que hay que sumar televisiones, emisoras y diversos portales informativos en Internet.

VOLVER AL INDICE

Concretamente, en el año 2019 han sido centenares las referencias aparecidas en la prensa escrita malagueña relativas a las noticias generadas por la Cámara, siendo igualmente muy considerables las reseñas dadas por agencias, radios y televisiones locales, sin olvidarnos de la amplitud de las redes sociales e Internet.

5. REVISTA "LA CÁMARA INFORMA"

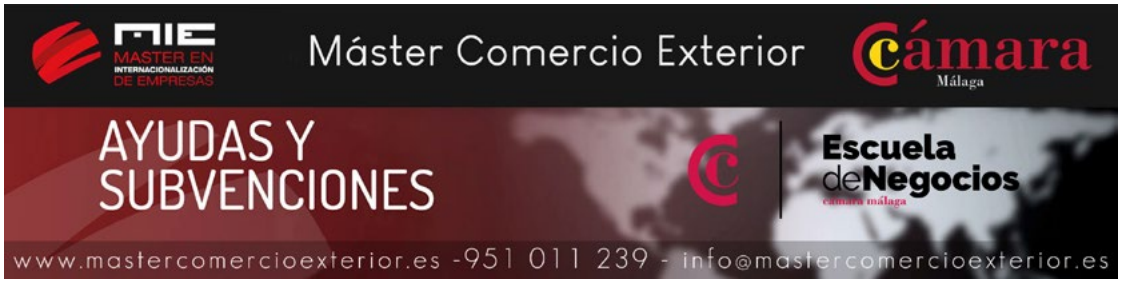
El Área de Comunicación y Prensa de la Cámara, realiza la elaboración y edición de la revista "La Cámara Informa", que viene editándose desde Junio de 1998, y en la que se recogen las principales actividades y acontecimientos de la vida cameral que han tenido lugar durante 2019, así como todas aquellas informaciones o noticias que son de interés para el mundo empresarial malagueño, y que es difundida a través de nuestras bases de datos y en la propia página web de la Cámara, donde, para mayor comodidad, puede descargarse en formato PDF.

VOLVER AL INDICE

6. PUBLICIDAD – ANUNCIOS EN PRENSA

En 2019 se han realizado varias acciones publicitarias, asociadas a diferentes programas o proyectos llevados a cabo, que han sido diseñados y maquetados por el propio Área, de las cuales destacamos algunos ejemplos:

VOLVER AL INDICE



VOLVER AL INDICE

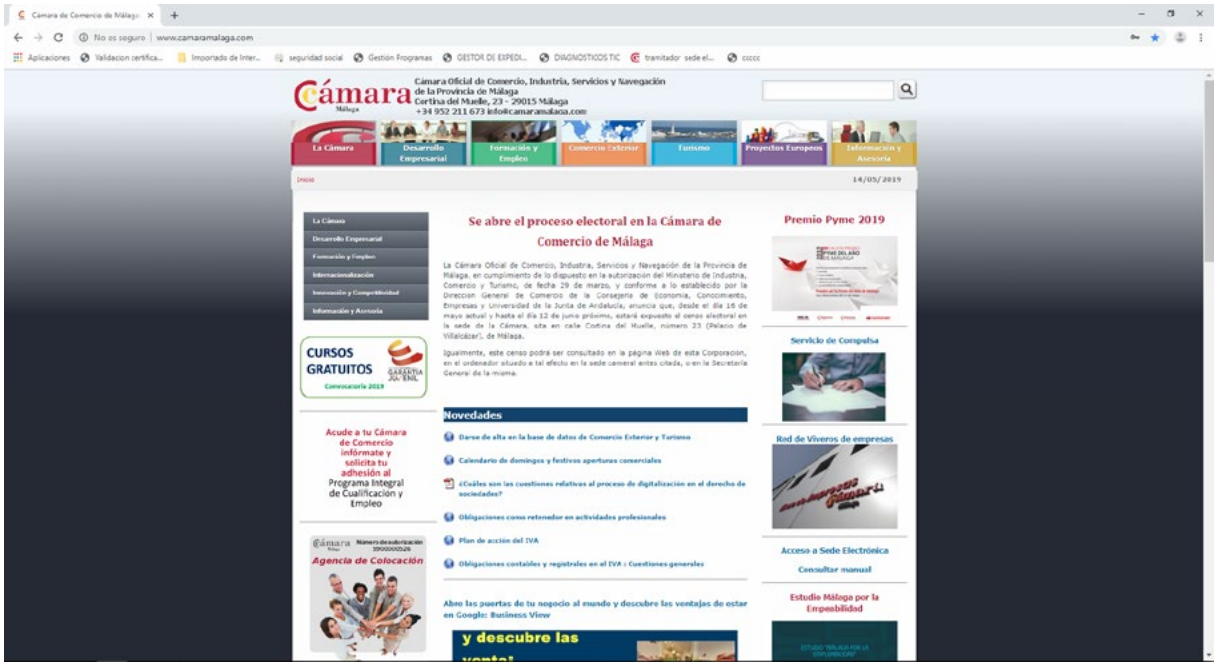
VOLVER AL INDICE

Cámara
Málaga
Le ayudamos a innovar en su empresa
Programas de ayuda a PYMEs y autónomos mediante una metodología que combina asesoramiento gratuito y ayudas directas a la innovación.
InnoCámaras
TICCámaras
Xpande
TurístiCa
Contrata
Plan Comercio
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

www.camaramalaga.com
Innovar no es una opción
Es un requerimiento necesario e irrenunciable de cualquier empresa que quiera mantener niveles aceptables de competitividad y, por lo tanto, perdurar en el tiempo.
UNIÓN EUROPEA
Cámara de Comercio de España
Una manera de hacer Europa

NOTICIAS EN LA WEB: WWW.CAMARAMALAGA.COM

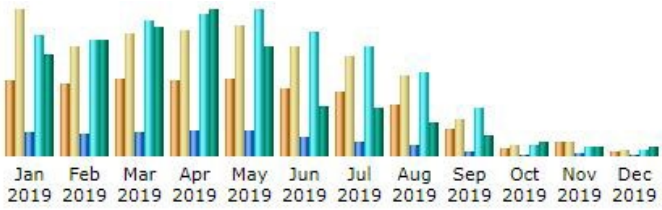
La Web de nuestra Corporación, www.camaramalaga.com, es un eficaz medio donde obtener multitud de informaciones de todos y cada uno de los Departamentos que desarrollan una amplia y fructífera labor de prestación de servicios a las empresas malagueñas.



Adaptándonos a líneas más actuales y siempre en la intención de prestar un servicio más comunicativo y moderno, a partir de noviembre, se produjo un cambio de Web que, aunque continúa bajo el mismo dominio www.camaramalaga.com, ofrece en estos momentos una página más atractiva, cómoda e intuitiva, con nuevos apartados y con mayor información útil para las empresas.

VOLVER AL INDICE

A través de nuestra Web hemos ofrecido a lo largo del pasado año una gran diversidad de informaciones, reportajes y artículos, alcanzado durante el año 2019, según nuestro Servidor, un número de 325.244 páginas visitadas por más de sesenta y ocho mil visitantes.



Month	Unique visitors	Number of visits	Pages	Hits	Bandwidth
Jan 2019	5,256	10,100	46,141	229,813	19.45 GB
Feb 2019	4,949	7,612	40,631	221,715	22.31 GB
Mar 2019	5,362	8,489	44,941	256,577	24.88 GB
Apr 2019	5,171	8,684	46,762	268,312	28.18 GB
May 2019	5,329	8,982	47,228	277,258	21.05 GB
Jun 2019	4,686	7,531	35,276	235,868	9.50 GB
Jul 2019	4,403	6,876	27,172	207,806	9.17 GB
Aug 2019	3,575	5,522	19,558	158,789	6.42 GB
Sep 2019	1,844	2,498	8,112	90,512	4.03 GB
Oct 2019	482	697	2,876	19,246	2.77 GB
Nov 2019	899	992	4,868	15,795	1.76 GB
Dec 2019	278	383	1,679	10,418	1.65 GB
Total	42,234	68,366	325,244	1,992,109	151.17 GB

7. MEMORIA DE ACTIVIDADES DE LA CÁMARA

A mediados del pasado año 2019 se editó, presentó y distribuyó la Memoria de Trabajos y Actividades de la Cámara – 2018 en un cómodo formato USB.

VOLVER AL INDICE

IV. RELACIONES INSTITUCIONALES

VOLVER AL INDICE

3. ÁREA DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

VOLVER AL INDICE

IV.3.- ÁREA DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

El trabajo de nuestra unidad se desarrolla en distintas áreas, la parte puramente técnica, que incluye la supervisión interna de nuestros sistemas, el mantenimiento, actualización, control de copias de seguridad y desarrollo de las webs de la corporación, desarrollo de aplicaciones internas, y la colaboración, además, en los proyectos de innovación de los demás departamentos y áreas, donde muchos de los proyectos se refieren a soluciones TIC, asesorando tanto a empresas y autónomos, como a nuestros propios compañeros.

SOPORTE Y MANTENIMIENTO TÉCNICO

Las tareas técnicas de ámbito interno son una parte importante de las tareas asignadas al área de Nuevas Tecnologías.

Mantenemos íntegramente los sistemas de la corporación, tanto las telecomunicaciones, como redes, servidores, y estaciones de trabajo.

En cuanto al soporte técnico a los trabajadores de la corporación, resolvemos todas las incidencias desde la propia área, en pocos minutos más del 90% de ellas, tanto en los problemas de software como de hardware.

Ponemos a disposición de nuestros usuarios las utilidades y dispositivos adecuados a sus necesidades.

PROGRAMAS Y PROYECTOS

En 2019 se ha llevado a cabo la coordinación de la ejecución de los programas de innovación InnoCámaras y TicCámaras, que tienen por objeto contribuir a la mejora de la competitividad de las pequeñas y medianas empresas, mediante la adopción de una cultura a favor de la innovación permanente para lograr un crecimiento económico sostenido.

A través de estas iniciativas hemos realizado 60 diagnósticos asistidos de innovación en InnoCámaras, dando paso a 57 planes de apoyo, y 60 diagnósticos asistidos TIC, facilitando 49 planes de implantación.

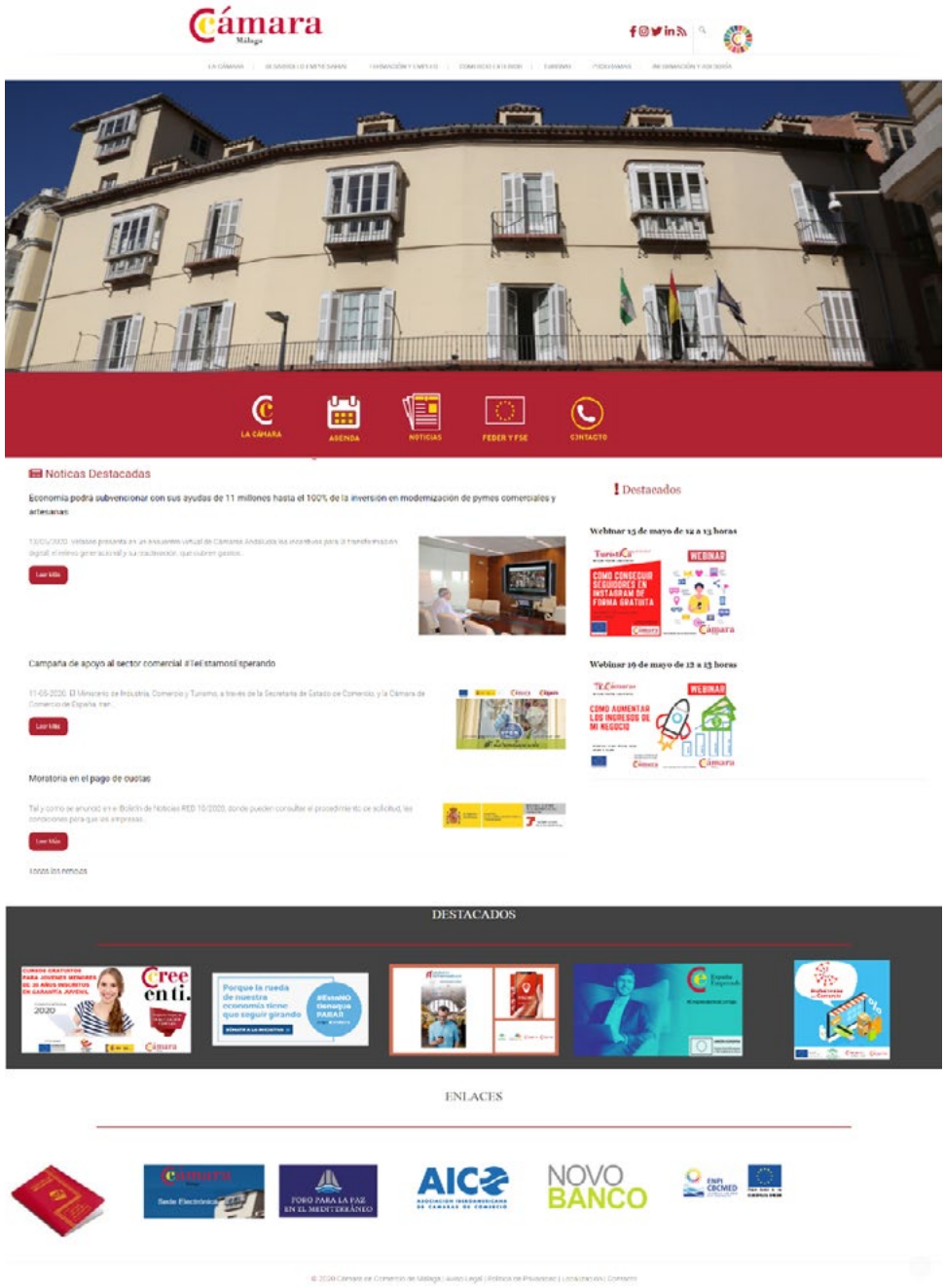
La ejecución de estos trabajos se ha llevado a cabo por técnicos de las áreas de la Corporación: recursos humanos, formación, nuevas tecnologías, secretaría general ...

VOLVER AL INDICE

ESPACIOS WEB

CAMARAMALAGA

Este año 2019 hemos realizado y actualizado la nueva web de nuestra Corporación, dándole un aspecto más moderno y adaptada a la nueva era en la que nos encontramos. A diario actualizamos las noticias, publicamos nuevas convocatorias y noticias de interés que nuestros compañeros nos proporcionan, y que estiman de interés para el tejido empresarial de nuestra provincia. Nuestra página web es consultada continuamente por cientos de usuarios, que buscan y encuentran en ella información de interés para sus negocios.

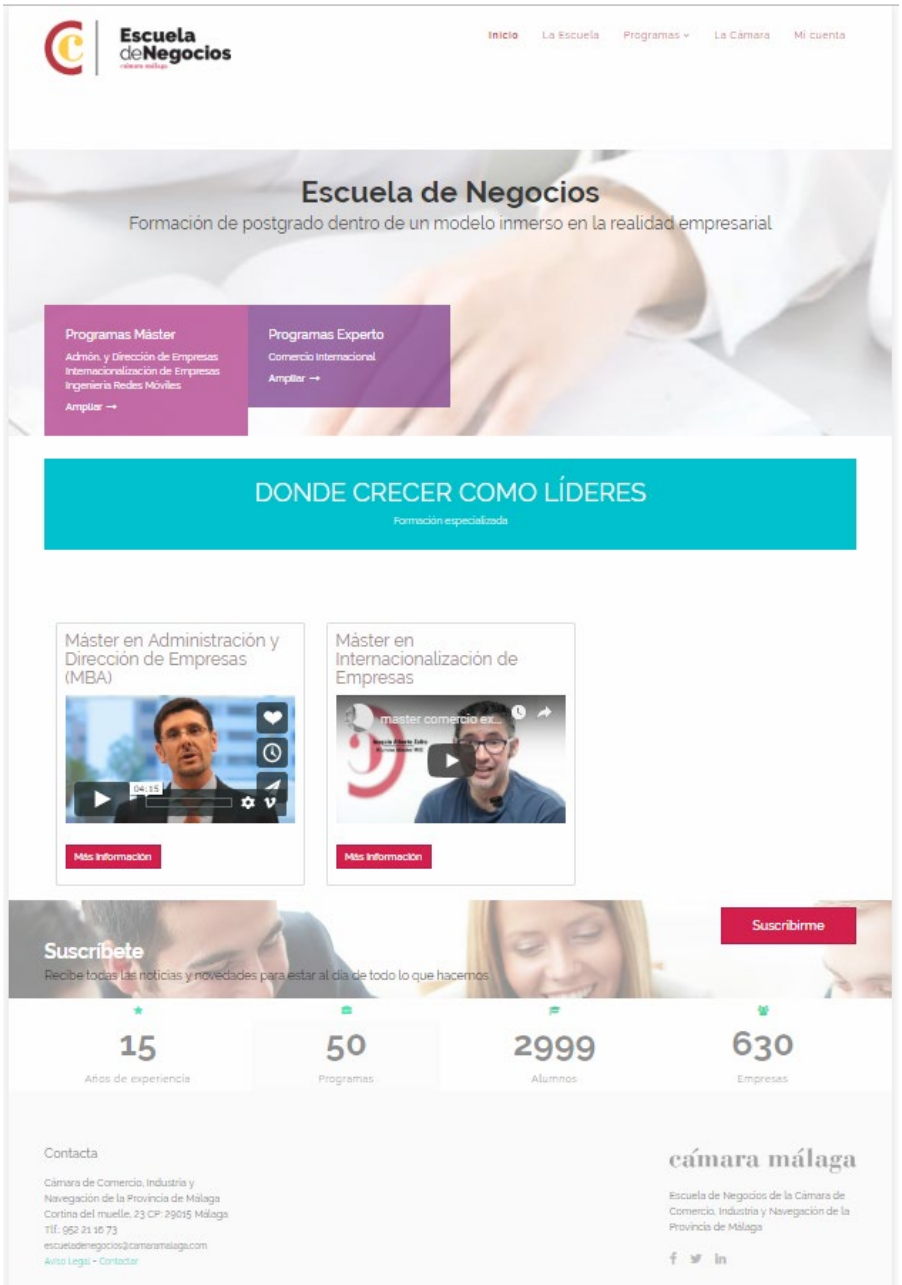


VOLVER AL INDICE

ESCUELA DE NEGOCIOS

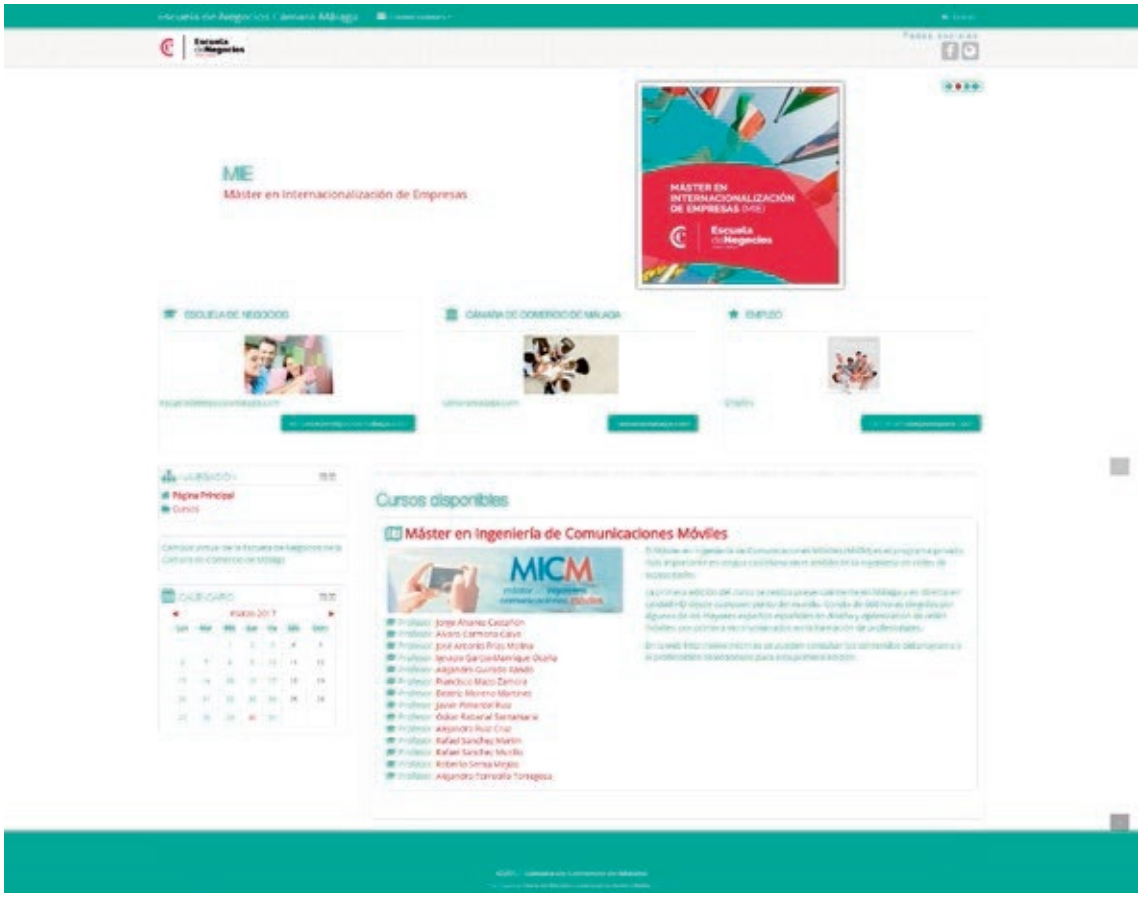
En esta web están publicados todos los cursos que la Cámara oferta en cada momento.

Los alumnos tienen la posibilidad de inscribirse en los cursos que así lo permitan, o apuntarse para estar informados de las novedades:



VOLVER AL INDICE

También tenemos un campus virtual para los cursos en que se imparte formación a distancia:



Donde los alumnos y los profesores pueden interactuar, y que ha sido diseñado con el objetivo de crear un entorno docente que facilite a nuestros estudiantes el desarrollo de sus estudios.

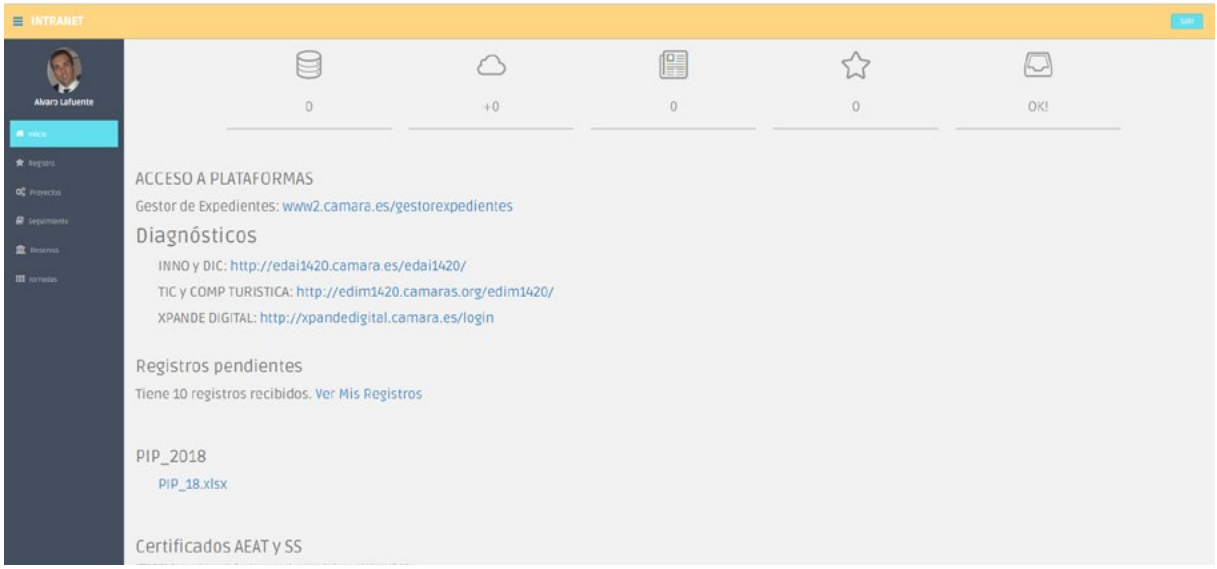
VOLVER AL INDICE

INTRANET

En 2016 iniciamos el proyecto de creación de una intranet nueva, que permitiese agilizar la gestión de los proyectos que desde la Cámara se gestionan, y que todavía está vigente.

Esta herramienta multiplataforma, desarrollada dentro de la Corporación íntegramente, incorpora la gestión interna de los proyectos y jornadas de la Cámara,

Esta herramienta nos permite automatizar la mayor parte de las gestiones, agilizando el control de fases y proyectos, con el desarrollo interfaces muy intuitivos, siguiendo las directrices de los técnicos que ejecutan las tareas, con el fin de ayudarles todo lo que podamos.



VOLVER AL INDICE

CERTIFICADO DIGITAL

CAMERFIRMA:

Un año más hemos seguido prestando este servicio. Colaborando con la Secretaría General, emitimos los certificados empresariales de Camerfirma, en muchos casos los únicos admitidos para ciertos trámites con la administración.

Camerfirma
Servicios de Confianza Digital

También colaboramos en el programa de Garantía juvenil, a través de los certificados digitales para las personas en búsqueda de empleo.

VOLVER AL INDICE

VOLVER AL INDICE

V.- DEPARTAMENTO DE FORMACIÓN, EMPLEO Y SERVICIOS A PYMES Y AUTÓNOMOS

VOLVER AL INDICE

V.- DEPARTAMENTO DE FORMACIÓN, EMPLEO Y SERVICIOS A PYMES Y AUTÓNOMOS

VOLVER AL INDICE

V.I.- ÁREA DE SERVICIOS A PYMES Y AUTÓNOMOS

VOLVER AL INDICE

V.I.- ÁREA DE SERVICIOS A PYMES Y AUTONOMOS

V.I.1.- PROGRAMA DE COMERCIO MINORISTA

Desde el año 2013 el Ministerio de Economía y Competitividad impulsa la elaboración del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España. Parte de las acciones del Plan se llevan a cabo por la Cámara de Comercio de España, a través de las Cámaras de Comercio territoriales, para mejorar la competitividad del comercio minorista y, en especial, del comercio tradicional, que se estaba viendo afectado por el retraimiento del consumo debido a la crisis económica.

Las actuaciones del Programa de Comercio Minorista, desarrolladas por la Cámara de España a través de las Cámaras de Comercio territoriales, incluye acciones dirigidas a mejorar la competitividad del pequeño comercio y en él participan también asociaciones de comerciantes y administraciones locales y autonómicas.

En 2019 desde la Cámara de Comercio de Málaga hemos realizado las siguientes actuaciones:

1.- DINAMIZACIÓN DE CENTROS COMERCIALES URBANOS:

Esta acción consiste en el desarrollo de acciones promocionales innovadoras dirigidas a incentivar el consumo y las ventas en los centros comerciales abiertos, en los mercados municipales con especial incidencia en visitantes y turistas y en campañas de promoción de ventas en el pequeño comercio con eventos orientados a promover sus valores en fechas señaladas de interés comercial. Estas actuaciones se llevaron a cabo en colaboración con las asociaciones gestoras de las áreas comerciales correspondientes y en coordinación con las Comunidades Autónomas y los Ayuntamientos.

Hemos realizado un total de ocho acciones de dinamización cuyos objetivos han sido el de dinamizar los centros comerciales abiertos e incentivar el consumo en el área de influencia de los mismos.

1.1.- ASOCIACIÓN DEL COMERCIO E INDUSTRIAS Y CENTRO COMERCIAL ABIERTO DE ANTEQUERA:

La acción llevada a cabo en Antequera consistió en la actualización y renovación de la imagen corporativa de la asociación:

- **PÁGINA WEB:** www.acia.es
- **VIDEO PROMOCIONAL DEL CCA.**
- **APP DEL CCA**

VOLVER AL INDICE

1.2.- ASOCIACIÓN CENTRO COMERCIAL ABIERTO DE BENALMÁDENA (ACCAB):

Aplicación móvil para el Centro Comercial Abierto de Benalmádena.

Se trata de la elaboración de una aplicación nativa para todos los dispositivos iOs y Android del mercado, totalmente personalizada a la imagen corporativa del CCA Benalmádena.

VOLVER AL INDICE

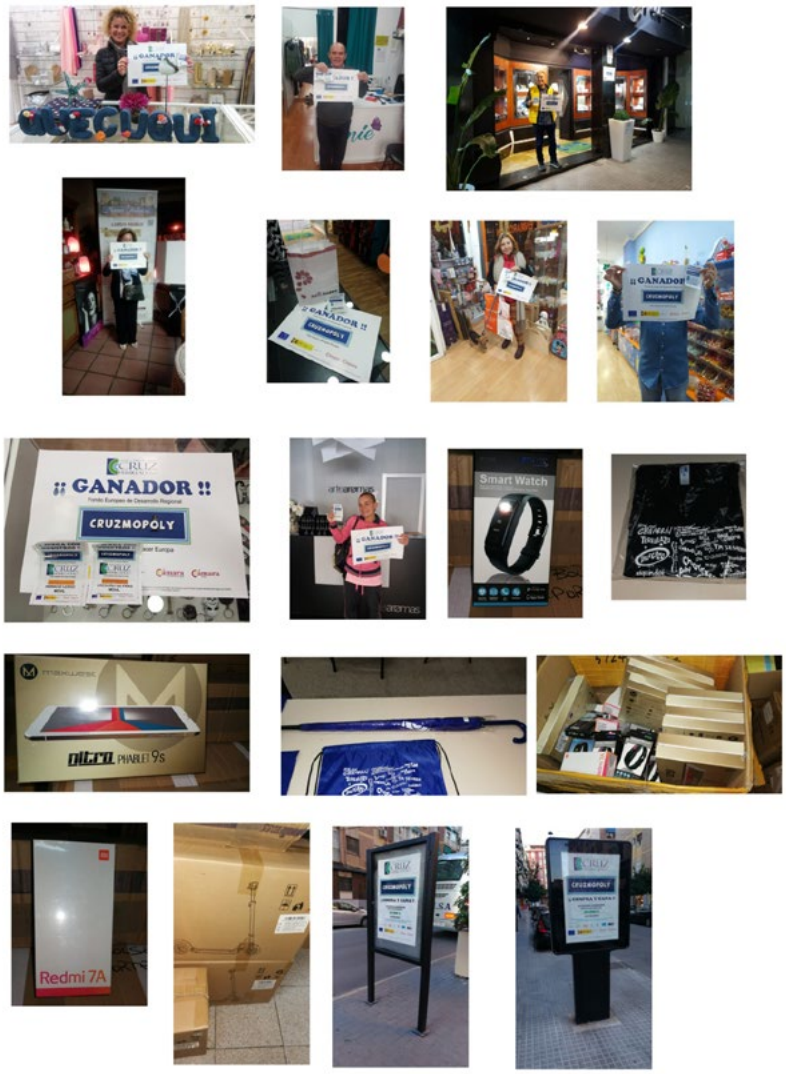
1.3.- ASOCIACIÓN CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA. CENTRO COMERCIAL ABIERTO: "ACTUALÍZATE. VEN AL CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA. TÚ CENTRO COMERCIAL ABIERTO"

Tras el éxito de la campaña del año 2018, el proyecto llevado a cabo por la Asociación Centro Histórico de Málaga. Centro Comercial Abierto ha consistido en realizar una campaña de envío gratuito de las compras realizadas en los establecimientos del centro de la ciudad, rediseño de la imagen del Centro Comercial Abierto y por último acciones de Marketing digital enfocadas al incremento de las ventas.

VOLVER AL INDICE

1.4.- CENTRO COMERCIAL ABIERTO CRUZ DEL HUMILLADERO:

El objetivo estuvo centrado en dinamizar y aumentar las ventas en los meses de octubre y noviembre en los comercios pertenecientes al Centro Comercial Abierto de la Cruz del Humilladero, meses donde las ventas caen de manera más significativa dado la cercanía de las Navidades. El proyecto "*Cruzmopoly*" consistió en crear un juego físico y virtual similar al juego del "Monopoly" clásico pero cuyas plazas y calles estarán formadas por las calles y plazas que forman parte del Centro Comercial Abierto de la Cruz del Humilladero.



VOLVER AL INDICE

1.5.- CCA CASCO ANTIGUO DE MARBELLA- ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES Y PROFESIONALES DEL CASCO ANTIGUO DE MARBELLA:

El Proyecto persigue, a partir del retrato diagnóstico-competitivo del CCA, y el estudio de otras experiencias inspiradoras, plantear un Plan transformador que, de forma colaborativa con el sector y coordinadamente con las instituciones competentes en el área, fije los objetivos y establezca la hoja de ruta para la dinamización competitiva y el impulso de la innovación del CCA; tanto a nivel empresarial individual como a nivel colectivo.

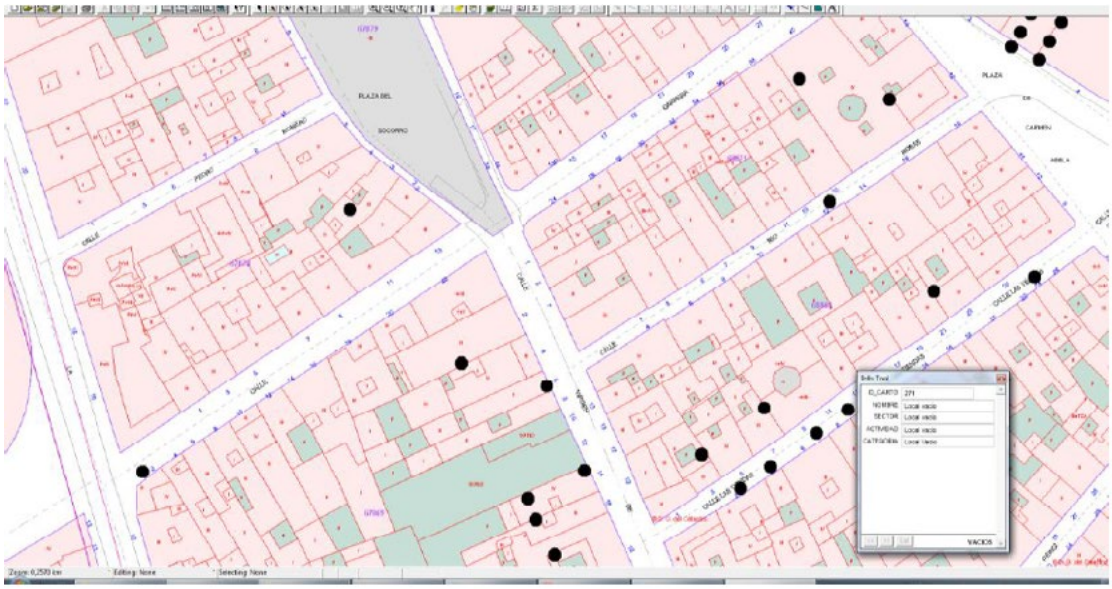
1.6.- CENTRO COMERCIAL ABIERTO DE NERJA (NERJA CENTRO): "EL CENTRO TE SONRÍE"

La dinamización consistió en la realización de una campaña específica de Marketing Digital donde se incluyó una nueva web, generación de contenidos para redes sociales, creación nuevos perfiles en redes, edición y entrega de folletos a consumidores, etc...

VOLVER AL INDICE

1.7.- CCA RONDA-ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE RONDA: "PLAN ESTRATÉGICO DEL CENTRO COMERCIAL ABIERTO DE RONDA"

Se realizó un estudio, en base a un Censo actualizado de todos los establecimientos existentes y a través de encuestas personalizadas a los empresarios del sector para conocer el grado de implantación de TICs y otros aspectos como necesidades formativas, en los comercios y realizar propuestas que permitan mejorar la competitividad de éstos y su adaptación a las nuevas tecnologías.



Proceso de georreferenciación de puntos en Sistema de Información Geográfica

1.8.- TORREMOLINOS ABIERTO. CENTRO COMERCIAL ABIERTO:

Plan Estratégico de Desarrollo e Innovación Digital "CCA Torremolinos Abierto"

La acción de dinamización a través de la incorporación de varias herramientas digitales, tuvo como objetivo

- **MEJORAR EL VÍNCULO ENTRE LA MARCA CCA TORREMOLINOS ABIERTO Y EL CLIENTE.**
- **AUMENTAR LA AFLUENCIA DE CONSUMIDORES.**
- **CONVERTIR EL CCA EN UN LUGAR LLENO DE EXPERIENCIAS PARA LOS USUARIOS.**

Para ello se desarrolló y diseñó una APP, una página web y un plan de marketing con gestión de redes sociales.

2.- ACTIVIDADES DIVULGATIVAS Y DE INNOVACIÓN.

Celebración de acciones colectivas de divulgación con el objeto de incentivar y mejorar la capacidad de las pymes comerciales en diferentes áreas o materias estratégicas.

En cuanto a las actividades divulgativas hemos realizado un total de 5 talleres a los que han asistido un

total de 153 usuarios, la mayoría de ellos comerciantes que buscan en nuestras acciones formativas el mejorar su competitividad empresarial y comercial.

2.1.-MERCADO DEL CARMEN, MÁLAGA

- "Técnicas de venta y desarrollo de negocio: cómo conseguir y fidelizar clientes hoy" Celebrada el 26 de junio en el Mercado Municipal Eel Carmen" de Málaga capital y en colaboración con la Asociación ARRABAL-AID.

VOLVER AL INDICE

2.2.- MARBELLA

- "Saber Comunicar en la empresa: marca personal, marketing digital y redes sociales". Celebrada en el Palacio de Congresos de Marbella, el día 28 de junio y en colaboración con CIT Marbella.

2.3- VIVERO DE EMPRESAS SAN PEDRO DE ALCÁNTARA

"La venta emocional Vs venta técnica: reinventando la gestión de la venta comercial". En esta ocasión la jornada se celebró el día 11 de julio en el Vivero de Empresas de San Pedro de Alcántara. En esta jornada contamos con la colaboración del CADE de Marbella y el Ayuntamiento de Marbella.

VOLVER AL INDICE

2.4- CÁMARA DE COMERCIO DE MÁLAGA

"Organización de Eventos en el comercio". Taller celebrado en el Salón de Actos de la Cámara el día 12 de noviembre y en el taller se abordaron temas tan interesantes como las técnicas que se pueden utilizar para organizar actos y eventos en un establecimiento comercial.

VOLVER AL INDICE

2.5- TORREMOLINOS

“Mejora la competitividad a través de FB e Instagram”. Taller práctico que celebramos en el Palacio de Ferias y Congresos de Torremolinos en colaboración de la ACET el día 13 de noviembre.

VOLVER AL INDICE

V.I.2.- VIVEROS DE EMPRESAS

La Cámara de Comercio de Málaga y la Fundación INCYDE disponen en Málaga de dos Viveros de Empresas, uno en Málaga capital, en el edificio Galia Center del Parque Comercial Málaga Nostrum y el segundo en el Polígono Industrial de San Pedro de Alcántara puesto a disposición de los emprendedores desde el mes de febrero de 2017.

A nuestra red de viveros podrán acceder todos aquellos emprendedores que hayan participado o vayan a participar en alguno de los programas de las Fundación INCYDE que se desarrollan por toda la provincia a de Málaga y que reúnan los requisitos necesarios de acceso.

La media de ocupación del Vivero Galia ha sido de 9 despachos.

La media de ocupación del Vivero de San Pedro ha sido de 4 despachos.

Los despachos cuentan con todos los recursos y comodidades para el desarrollo del proyecto empresarial.

Málaga Además de lo anterior, la Cámara de Comercio, forma parte de las comisiones mixtas constituidas en los siguientes Viveros de Empresas de la Fundación INCYDE:

VIVERO DE EMPRESAS PLAZA DE LOS NARANJOS DE MARBELLA.

VIVERO DE EMPRESAS AYUNTAMIENTO DE ALHAURÍN DE LA TORRE.

VIVERO DE EMPRESAS TRAPICHE DE VÉLEZ-MÁLAGA.

VIVERO DE EMPRESAS ANTIGUO MERCADO DE SAN FRANCISCO DE VÉLEZ MÁLAGA.

La finalidad de estas comisiones es la de verificar que la documentación presentada sea correcta, al tiempo que valora las solicitudes en base a diferentes criterios como viabilidad económica, carácter innovador, generación de empleo o capacitación, entre otros. Además, las solicitudes son evaluadas individualmente y posteriormente los solicitantes defienden su proyecto ante la comisión.

EDIFICIO GALIA CENTER
Parque Comercial
Málaga Nostrum
C/ Jaén, número 9

VIVERO SAN PEDRO DE ALCÁNTARA
Polígono Industrial
San Pedro de Alcántara.
C/ Helsinki, 15.
Marbella

VOLVER AL INDICE

V.I.3.- PLAN DE EMPRENDIMIENTO ESPAÑA EMPRENDE

En 2019 hemos hecho llegar los servicios del programa EMPRENDIMIENTO-ESPAÑA EMPRENDE a usuarios con inquietudes emprendedoras, en este sentido se han realizado una serie de jornadas informativas en diferentes municipios de la provincia, Málaga capital, San Pedro de Alcántara y Antequera

El Programa EMPRENDIMIENTO-ESPAÑA EMPRENDE se va consolidando en la provincia de Málaga, la mayoría de los usuarios que se ponen en contacto con el Gabinete de la Cámara es porque han visto información del proyecto en la web de la Corporación y en las RRSS.

Durante el año 2019, al igual que en años anteriores los usuarios que han acudido a este Servicio eran en su mayoría emprendedores.

Las edades de los usuarios se comprenden mayoritariamente entre los 25 y 54 años con el 74% de usuarios, ocupando los menores de 25 años y mayores de 54 el 13% cada uno de manera respectiva. . En cuanto a la situación laboral, los perfiles de los usuarios son muy variados, sin ser destacable ninguno en concreto, así tenemos, 32% de personas inactivas, un 23% de empleados por cuenta propia, 18% de empleados por cuenta ajena, sumando los desempleados en general el 27% .

USUARIOS DEL PROGRAMA

El número total de usuarios atendidos a lo largo del período 01-01-2019 al 15-12-2019 ha sido de 217

	Emprendedores	Empresarios	Otra situación
Tipo de usuario	80%(174)	18%(39)	2%(4)

EDAD Y SITUACIÓN LABORAL

La edad de los usuarios atendidos comprende el siguiente porcentaje:

	Menor de 25	Entre 25-54	Mayor de 54
Edad	13%(28)	74%(158)	13%(28)

En cuanto a la situación laboral de los mismos, podemos destacar que atendimos a:

	Desem.	Empleados Cuenta ajena	Empleados Cuenta propia
Situación Laboral	59% (127)	18%(38)	23% (49)

VOLVER AL INDICE

EMPRESAS CREADAS

El total de empresas creadas a lo largo del período comprendido entre el 01/01/2019 y 01/12/2019 ha sido de 16 empresas. Los sectores principales serían el de comercio y el de servicios.

EMPLEO GENERADO

El total de empleo generado a lo largo del programa ha sido de 30 puestos de trabajo.

EMPRENDEDORES TITULARES DE LA ACTIVIDAD	EMPLEO ASALARIADO
26	4

1 "CÓMO MONTAR EMPRESA Y NO MORIR EN EL INTENTO. ATRÉVETE A EMPRENDER": I.E.S JESÚS MARÍ TU N DE MÁLAGA CAPITAL.

Nombre de la acción: "Cómo montar tu empresa y no morir en el intento. Atrévete a emprender". La jornada se realizo el 12 de febrero de 2019, a la que asistieron 67 personas de las cuales 13 fueron mujeres y 54 fueron hombres.

VOLVER AL INDICE

2 "ESTRATEGIAS PROFESIONALES DE COMUNICACIÓN DIGITAL"

Desarrollamos en el Vivero de Empresas de San Pedro de Alcántara.

La jornada se realizo el día 03 de julio de 2019 a la que asistieron un total de 29 usuarios de las cuales 21 fueron mujeres y 8 hombres..

VOLVER AL INDICE

3 "TÉCNICAS EXPERTAS EN MARKETING DIGITAL"

Se celebró el 05 de julio en el Vivero de Empresas de San Pedro de Alcántara y asistieron un total de 34 personas de las cuales 22 son mujeres y 12 hombres.

4 "CÓMO MONTAR TU EMPRESA Y NO MORIR EN EL INTENTO. ATRÉVETE A EMPRENDER":

En colaboración con el Colegio San Francisco Javier La Sallé Birlocha de Antequera realizamos el taller de emprendimiento dirigido principalmente a los alumnos de los grados superiores. El taller se celebró el 12 de diciembre y al mismo asistieron un total de 62 personas de las cuales 38 fueron mujeres y 24 fueron hombres.

VOLVER AL INDICE

VOLVER AL INDICE

5 II FERIA DE EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO DE LA CIUDAD DE MARBELLA

6 DE MARZO DE 2019

El 6 de mayo asistimos con stand propio a la II Feria de Empleo y Emprendimiento de la Ciudad de Marbella invitados por el Excmo. Ayuntamiento de Marbella.

Se trata de un encuentro para acercar las empresas y las instituciones a las personas que se encuentran en búsqueda de empleo. La Feria se celebró en el Palacio de Ferias y Congresos de Marbella y según los datos oficiales, la visitaron unas 2500 personas.

Durante la mañana del evento, se atendieron tanto a personas que estaban en búsqueda activa de empleo como a emprendedores que buscaban asesoramiento para poner en marcha su idea de negocio.

VOLVER AL INDICE

6 PARTICIPACIÓN JORNADA E-WOMAN
11 de abril de 2019

eWoman, es un encuentro, organizado por La Opinión de Málaga, y se celebró en la Fábrica de Cervezas Victoria.El objetivo del encuentro es dar a conocer a los asistentes la trayectoria profesional de algunas de las mujeres más influyentes en la actualidad en el entorno digital y tecnológico.

En el marco del evento y con el objetivo de dar a conocer el Programa de Emprendimiento España Emprende, La Opinión de Málaga nos invitó a asistir al evento.

VOLVER AL INDICE

VOLVER AL INDICE

V.I.4.- PROFESIONALES DEL COMERCIO-PROCOM

PROFESIONALES DEL COMERCIO tuvo como **objeto** trabajar con desempleados, preferentemente mujeres, **fomentando el emprendimiento**, **capacitándolos y facilitándoles herramientas para su desarrollo profesional e incorporación al mercado laboral** ya sea por cuenta propia, poniendo en marcha un establecimiento comercial, o por cuenta ajena, trabajando en un comercio. Se diseñó para ofrecer una formación especializada en las distintas áreas que afectan a un establecimiento comercial.

Es un proyecto financiado por el Fondo Social Europeo 2014-2020 enmarcado en el Programa de Fomento del Autoempleo y las Iniciativas Empresariales, Convocatoria 2019 Andalucía de la Fundación INCYDE en el marco del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación y por la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de la Junta de Andalucía y en él participan las Cámaras andaluzas.

En el marco del programa, el 16 de octubre, se realizó una jornada de sensibilización "¿QUIERES MONTAR TU PROPIO COMERCIO?, NO ERES UN LOC@, ERES EMPRENDED@R". A la misma asistieron un total de 37 usuarios, de los que decidieron realizar el curso 20.

La acción formativa tuvo lugar entre el 21 de octubre y el 22 de noviembre, y en la misma formamos a los alumnos en todas aquellas materias relativas a la creación, gestión y consolidación de un establecimiento comercial.

El curso que tuvo una duración de 90 horas, estuvo compuesto tanto de sesiones grupales en las que participaron todos los alumnos como de sesiones individuales a través de las que tutorizamos los proyectos de cada uno de ellos.

Para fomentar el emprendimiento a través de esta acción contamos con varios jóvenes emprendedores que, habiendo decidido crear su propia empresa en el sector comercio, nos contaron su experiencia en venta online, en la puesta en marcha de la actividad económica y en animación y gestión del punto de venta.

Por último, y como acción innovadora en este tipo de programas, a cada uno de los participantes le grabamos un videocurrilum a través del que pueden presentar su proyecto tanto en redes sociales, a inversores informales, etc...

VOLVER AL INDICE

VOLVER AL INDICE

VOLVER AL INDICE

VOLVER AL INDICE

VOLVER AL INDICE

VOLVER AL INDICE

VOLVER AL INDICE

V.I.5. ACCIONES PARA EL AVANCE EN LA PROFESIONALIZACIÓN DE LOS CENTROS COMERCIALES ABIERTOS DE ANDALUCIA

La Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad apostando por el apoyo y la dinamización del comercio, puso en marcha el Programa de "Acciones para el Avance en la Profesionalización de los Centros Comerciales Abiertos de Andalucía.

Para llevar a cabo las actuaciones de este programa se contó con la colaboración de las Cámaras Oficiales de Comercio de Andalucía.

En el ámbito territorial de la Cámara de Comercio de Málaga se llevaron a cabo ocho talleres en los ocho Centros Comerciales Abiertos reconocidos legalmente por la Junta de Andalucía en la provincia.

En total se realizaron cinco talleres de Escaparatismo y tres talleres de Neuromarketing.

El taller de "Visual Retail Escaparatismo" es una acción que centra su formación en el escaparate del comercio minorista. El escaparate es el principal canal de comunicación a pie de calle que tiene una marca para mostrar su producto, por lo que, el mensaje que muestre debe ser cuidado y analizado diariamente, pues puede influir en la rentabilidad de nuestro negocio.

Este programa está especializado en el diseño, la decoración y el montaje de escaparate de espacios comerciales, basándose en las exigencias del mercado así como en las nuevas características del consumidor.

VOLVER AL INDICE

El taller de Neuromarketing es una formación teórico-práctica sobre la unión entre las emociones y el proceso de compra de un cliente. El neuromarketing es una técnica que estudia el funcionamiento del cerebro para dirigir la comunicación y las estrategias de marketing de una forma efectiva.

El Taller de Neuromarketing está destinado a profesionales en activo del sector atención al cliente y venta que desean actualizar sus conocimientos sobre marketing para espacios comerciales o empresarios que desean adquirir nuevos conocimientos sobre estrategias de comunicación para captar nuevos clientes y mejorar su experiencia.

En total se han formado a 136 comerciantes que ha valorado de una manera muy satisfactoria la celebración de los talleres.

A su vez y en colaboración con el Consejo Andaluz de Cámaras de Andalucía, celebramos el 14 de noviembre una jornada TIC dirigida a los comerciantes de los Centros comerciales Abiertos de la provincia. Esta jornada tuvo como objetivo la formación y sensibilización en materia TICs para acercar temáticas de gran relevancia para las pymes comerciales relacionadas con el marketing digital, el comercio online, la utilización de herramientas tecnológicas para la gestión del negocio o las ayudas e incentivos existentes para poner en marcha dichas soluciones y herramientas.

VOLVER AL INDICE

VOLVER AL INDICE

VOLVER AL INDICE

V.I.6. COLABORACIÓN CON CENTROS DOCENTES

FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS UMA: JORNADAS "CÓMO HACER NEGOCIOS EN ESPAÑA"

Como ya es tradición y por duodécimo año consecutivo, en colaboración con la Facultad de Económicas de la Universidad de Málaga se han impartido las Jornadas "Cómo hacer Negocios en España".

Se han realizado dos jornadas el 27 de marzo y el 16 de diciembre de 2019 con un total de 20 alumnos.

En ambas ocasiones los estudiantes a los que nos hemos dirigido han sido de, Ciencias Empresariales y Económicas y Comercio Internacional provenientes de distintas universidades de Alemania.

En las jornadas se realizaron una síntesis del sistema fiscal español, de las dificultades de emprender un negocio en España, así como los trámites a seguir para la puesta en marcha del negocio. Asimismo se explicaron las distintas líneas de financiación a las que puede acceder un emprendedor y un empresario en Andalucía a la hora de iniciar o consolidar una actividad económica.

V.I.7. IKEA MÁLAGA TALENTO, V EDICIÓN

En virtud del acuerdo de colaboración entre IKEA Málaga y La Cámara hemos participado, entre otras acciones, como jurado en la V Edición IKEAMALAGATALENTO. El objetivo de este proyecto se encuentra en la mejora de la empleabilidad de universitarios de 3º y 4º Grado de la UMA y de emprendedores noveles mediante el acceso a sesiones formativas teóricas y prácticas que imparten profesionales de IKEA durante aproximadamente 9 meses.

Tras varias intensas sesiones de selección, los miembros del jurado eligieron aquellos proyectos de emprendimiento que más se ajustan a la filosofía del proyecto.

VOLVER AL INDICE

VOLVER AL INDICE

Cámara Málaga

V.I.8. COMERCIO INTERIOR Y ASESORAMIENTO

En 2019, desde el servicio de Comercio se han atendido unas 100 consultas comercio interior y asesoramiento. Estas consultas han sido muy variadas, ventas en liquidación, contratos de garantía de productos, periodos de rebajas, contratos de arrendamiento de local de negocio, traspasos de locales, horarios comerciales, zonas de gran afluencia turística, registro de patentes y marcas, etc..

VOLVER AL INDICE

V.- DEPARTAMENTO DE FORMACIÓN, EMPLEO Y SERVICIOS A PYMES Y AUTÓNOMOS

V.II.- ÁREA DE FORMACIÓN

VOLVER AL INDICE

V.II ÁREA DE FORMACIÓN

Escuela de Negocios cámara málaga

ESCUELA DE NEGOCIOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE MÁLAGA

PROGRAMAS FORMATIVOS DESARROLLADOS EN 2019

VOLVER AL INDICE

V.II.1 12ª ED. MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

El MBA es un programa de estudios superiores internacionalmente reconocido, basado en el contrastado y práctico método del caso, y la resolución de situaciones empresariales basadas en entornos reales. Este Máster ha sido diseñado con el objetivo de adquirir las habilidades técnicas, los conocimientos prácticos y la confianza necesaria para asumir las responsabilidades generales de la dirección y administración de empresas. El Programa Máster en Administración de Empresas (MBA) de la Cámara de Comercio de Málaga es una experiencia formativa de primer nivel, con profesores de las mejores Escuelas de Negocio y Universidades españolas e internacionales. En esta edición 2018-2019 se graduaron un total de 14 alumnos.

VOLVER AL INDICE

V.II.2 8ª ED. MÁSTER EN INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS (MIE)

Diseñado para brindar la mejor formación adaptada a la demanda del mercado laboral y empresarial actual. Avalado por un claustro de prestigiosos profesionales con gran experiencia en el ámbito internacional y formación de directivos.

Vincula al alumno a un entorno global que amplía la visión de negocios y oportunidades empresariales fuera de nuestras fronteras. Estudios de nuevos mercados emergentes, formas de acceso, Regímenes Aduaneros; Contratos y Negociación Internacional, Medios de Pago, Transporte Internacional , Web exportadora, Protocolos Internacionales.....etc.

El MIE incorpora elementos distintos a otros Máster, como es la apertura a empresas de servicios como son Turismo, Construcción, Ingeniería y Sanidad..... Además de estudiar todas las herramientas tecnológicas y Redes Sociales para la Internacionalización. Inteligencia Competitiva. Creación de Filiales y Delegaciones en el Exterior. En esta edición 2018-2019 se graduaron un total de 12 alumnos

VOLVER AL INDICE

V.II.3 3ª EDICIÓN MÁSTER EN INGENIERÍA DE COMUNICACIONES DE REDES MÓVILES

En la actualidad, las comunicaciones móviles ocupan un lugar destacado en todos los ámbitos de la sociedad. El desarrollo tecnológico, el industrial o incluso las relaciones interpersonales no pueden entenderse sin la revolución que supuso la llegada de los smartphones. Las posibilidades que la movilidad y los crecientes ecosistemas de aplicaciones han dado a los usuarios de telefonía móvil son gigantescas, y el uso de las redes que soportan esos servicios se ha multiplicado de manera exponencial.

Estamos asistiendo al despliegue de las redes 4G a nivel global y se menciona continuamente el horizonte de 2020 como el advenimiento de un 5G destinado a continuar transformando nuestra forma de vida como soporte para un Internet de las Cosas (IoT, de sus siglas en inglés) que ya es foco de grandes anuncios por parte de los fabricantes de dispositivos.

Conscientes del cambio de paradigma en el que nos encontramos, desde la Cámara de Comercio de Málaga hemos desarrollado este máster que aspira a compensar las deficiencias existentes en el sector mediante la creación de un entorno de conocimiento en redes celulares, dentro del cual tiene un lugar prominente el Máster en Ingeniería de Comunicaciones Móviles (MICM). En esta edición 2018-2019 se graduaron un total de 8 alumnos.

V.II.4 1ª EDICIÓN EXPERTO EN REDES LTE

El Curso Experto en Redes LTE se abordan todos los aspectos relacionados con las redes LTE ofreciendo una visión de conjunto de toda la tecnología. Se estudian la red de acceso, las redes auto-organizadas, la planificación, el dimensionado y la evolución de LTE.

En esta edición 2018-2019 se graduaron un total de 2 alumnos.

V.II.5 1ª EDICIÓN EXPERTO EN OPTIMIZACIÓN DE REDES MÓVILES

El Curso Experto en Optimización de Redes Móviles es un Curso dirigido a ingenieros con conocimiento fuerte del estándar con interés en optimización de redes móviles celulares, optimización extremo a extremo, uso de análisis de datos y visualización avanzada, análisis de señalización y gestión de la alta carga en redes móviles.

En esta edición 2018-2019 se graduaron un total de 5 alumnos.

VOLVER AL INDICE

V.II.6 ACTO DE GRADUACIÓN Y ENTREGA DE DIPLOMAS 2018-2019

El pasado 10 de octubre de 2019 se celebró el acto de entrega de diplomas de todos los programas Másters y de cursos de Experto. En total más de 60 alumnos recibieron el diploma acreditativo de la mano del Sr. Secretario General de la Cámara de Comercio y sus tutores correspondientes.

VOLVER AL INDICE

VOLVER AL INDICE

V.II.7 PROGRAMA FP DUAL

El objetivo del programa es fortalecer la calidad y la extensión del sistema de Formación Profesional Dual en España mediante la promoción, el asesoramiento y el apoyo a las empresas participantes en el mismo, así como apoyar a las empresas que quieran participar en la Formación Dual con las máximas garantías de calidad.

Durante el período 2019 el Departamento de Formación ha asesorado a 55 empresas y ha validado como centros idóneos para realizar la FP Dual a 16 de ellos.

El día 15 de noviembre se llevó a cabo una jornada FP DUAL UN MODELO PARA TU EMPRESA, a la que asistieron 32 personas.

VOLVER AL INDICE

V.II.8 ALQUILER DE ESPACIOS

El Departamento de Formación pone a disposición del tejido empresarial malagueño distintos espacios para que le saquen todo el partido a sus reuniones y/o formaciones.

Alquilamos nuestras instalaciones pero también todos los servicios que necesiten. Desde un coffe break hasta el más sofisticado catering. Ofrecemos servicios de prensa, fotografía o grabación en vídeo de sus actos; creación de presentaciones a medida o impresión de murales y photo-calls. Incluso azafatas o técnicos en audiovisuales. Ponemos toda nuestra experiencia organizando actos al servicio de nuestras empresas.

Este año hemos realizado 10 eventos corporativos de empresas malagueñas y nacionales en nuestras instalaciones.

VOLVER AL INDICE

V.- DEPARTAMENTO DE FORMACIÓN, EMPLEO Y SERVICIOS A PYMES Y AUTÓNOMOS

V.III.- ÁREA DE EMPLEO

VOLVER AL INDICE

V.III.1 PROGRAMA INTEGRAL DE CUALIFICACIÓN Y EMPLEO, ENMARCADO EN EL PROGRAMA OPERATIVO DE EMPLEO JUVENIL FSE 2014-2020

EL PROGRAMA INTEGRAL DE CUALIFICACIÓN Y EMPLEO - 2019

Las Cámaras de Comercio de España desarrollan el Programa Integral de Cualificación y Empleo (en adelante, PICE) en el marco del Programa Operativo de Empleo Juvenil FSE 2014-2020, conformando una serie de medidas destinadas a todo el colectivo de jóvenes destinatarios de la Garantía Juvenil en España (jóvenes menores de 30 años que no estén trabajando ni estudiando en este momento), medidas que cuentan con un enfoque personalizado, con forma de itinerario, y que pretenden abordar tanto la mejora de la educación y la formación como el fomento de la contratación y el autoempleo.

El Programa presta una atención individualizada al participante durante todo el proceso, desde su inscripción inicial hasta su potencial inserción en el mercado de trabajo o el autoempleo. Como el grupo de jóvenes objeto de la Garantía Juvenil es muy heterogéneo, engloba desde jóvenes sin estudios ni formación a titulados superiores con experiencia, el Programa contiene medidas ajustadas a los distintos perfiles.

La Cámara de Málaga desarrolla dentro del programa PICE el plan de capacitación:

El Plan de Capacitación consiste en un conjunto de acciones variadas, diseñadas como un itinerario formativo completo.

1. En primer lugar la Cámara tendrá que realizar un **análisis de las competencias** y características individuales de cada uno de los participantes en el Plan, y así dividir a estos en cuatro grupos diferentes según su nivel de estudios y experiencia laboral.

2. Dicha clasificación del participante determinará para él/ella una hoja de ruta formativa concreta que contará con una parte **troncal y otra específica**. Dentro de la parte específica podrá elegir entre formación presencial o formación on line.

3. Tras la formación se pondrán en marcha una serie de acciones de **acercamiento a las empresas y de incentivos a la contratación** para las empresas, tratando de dar una respuesta de orientación y formación a los ninis y a las empresas, en la mayor brevedad de tiempo.

VOLVER AL INDICE

En definitiva a ambos colectivos se les ofrece:

EMPRESAS:

1. Personal para contratación
2. Incentivo de 4.950 € para contrato de 6 meses a jornada completa a añadir a otras bonificaciones existentes
3. Sello de reconocimiento de su contribución al empleo juvenil

JÓVENES:

1. Desarrollo de habilidades sociales y para el empleo
2. Mejorar de las competencias tecnológicas
3. Mejora del nivel de inglés
4. Formación específica para el puesto de trabajo: presencial y online
5. Intermediación para la inserción laboral
6. Ayuda al joven emprendedor de 600 € a la creación de empresa, tras 1 año de actividad

Empresa comprometida con el empleo juvenil

Con la cofinanciación de:

UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo
Iniciativa de Empleo Juvenil
El FSE invierte en tu futuro

ACCIONES DESARROLLADAS CON LAS EMPRESAS

Hasta ahora hay 337 empresas colaboradoras en el programa, son empresas que se han adherido al programa y nos han facilitado información sobre sus necesidades de contratación, esta información nos ayuda a planificar las acciones de formación para los jóvenes.

Esta participación les ha valido para obtener el sello de Empresa Comprometida con el Empleo Juvenil, que pueden utilizar en su imagen de su empresa, web, publicidad, etc.

CONVOCATORIA DE AYUDAS A LA CONTRATACIÓN

En 2019 se ha publicado una convocatoria de ayudas a la contratación a través de la cual las empresas podían solicitar una ayuda de 4.950€ a la contratación de jóvenes inscritos en el programa PICE, siempre que el contrato tuviera 6 meses de duración y fuera a jornada completa y 600€ los jóvenes emprendedores beneficiarios de garantía juvenil, que estén al menos 1 año dados de alta como autónomo. Se han concedido un total de 27 ayudas a empresas.

VOLVER AL INDICE

LAS ACCIONES DESARROLLADAS CON LOS JÓVENES ESTÁN DIVIDIDAS POR TRAMOS:

TRAMO 0:

Atención inicial e inscripción del joven en el PICE.

TRAMO 1:

Orientación Vocacional. El joven es atendido en orientación profesional para el asesoramiento en la búsqueda activa de empleo y realiza unas pruebas de nivel de competencias digitales e inglés para ajustar la posterior formación a su nivel.

TRAMO 2:

Formación troncal. 65 horas. Formación común para los/as usuarios/as según niveles previos evaluados. Áreas de formación: Empleabilidad y habilidades Sociales, Competencias digitales e Idiomas.

TRAMO 3:

Formación específica. Comprende dos tipos de formación:

- PRESENCIAL: con una duración de 120 horas: Formación adaptada a las necesidades del mercado de trabajo, a elegir una entre la relación del cuadro formativo.

- FORMACIÓN ON LINE: de 100 o 150 horas, tenemos un amplio catálogo para que el joven pueda realizar el curso desde casa.

Tramo 0	**Atención inicial**	**Información e inscripción del joven en el programa. En la que recogeremos su experiencia, intereses, etc., mejoramos el currículum y su búsqueda de empleo**	
Tramo 1	**Entrevista de orientación vocacional**		
Tramo 2	**Formación troncal**	**Competencias Digitales** **Empleabilidad y Habilidades Sociales** **Idiomas**	**10 h** **30 h** **25 h**
Tramo 3	**Formación específica**	**Nicho de Empleo** **Formación on line**	**90/ 120h** **150 h**
	Posibilidad de inserción laboral	**Durante todo el programa se realiza intermediación entre los jóvenes y las empresas**	

NÚMERO DE PERSONAS QUE SE HAN BENEFICIADO DE LAS DIFERENTES ACCIONES EN EL 2019:

Tramo 0 Inscripción en PICE	Tramo 1 Orientación vocacional	Tramo 2 Formación Troncal	Tramo 3 Formación Específica	Tramo 3 Formación on line	Tramo 4 Acompaña-miento	Tramo 5 Ayudas a empresas
760	739	315	293	236	69	27

VOLVER AL INDICE

ESTE AÑO SE HAN REALIZADO LOS SIGUIENTES CURSOS DE FORMACIÓN TRONCAL Y ESPECÍFICAS:

CURSOS DE FORMACIÓN TRONCAL	Nº de cursos	Alumnos
Empleabilidad, TICs e idiomas	18	316
FORMACIÓN ESPECÍFICA	**18**	**297**
Mozo de almacén	4	72
Auxiliar de comercio	5	77
Educación infantil	2	19
Camarero	3	54
Monitor de ocio y tiempo libre	2	36
Ayudante de cocina	2	29
Imagen personal	1	10

FORMACIÓN ON LINE:

finalizados	236
no finalizados	47
TOTAL	**283**

ÁMBITOS	
Administración y gestión	Seguridad y medioambiente
Comercio y marketing	Mantenimiento de vehículos
Hostelería y turismo	Informática
Sociocultural	Imagen y sonido
Sanidad	Idiomas

VOLVER AL INDICE

VOLVER AL INDICE

V.III.2. LA AGENCIA DE COLOCACIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE MÁLAGA

INDICE

1. Resolución de autorización de Agencia de Colocación
2. Indicadores de eficacia del fichero acumulado anual
3. Actividad económica
4. Personal de la Agencia

1. RESOLUCIÓN DE AUTORIZACIÓN DE AGENCIA DE COLOCACIÓN

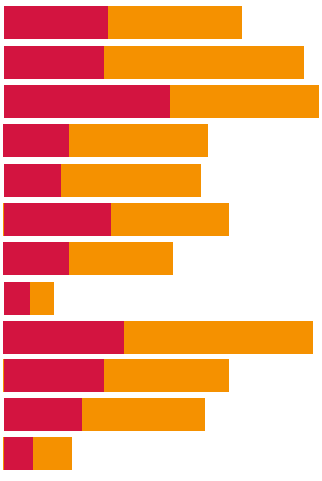
Fecha de autorización como Agencia de Colocación utilizando exclusivamente medios electrónicos: 15 de Enero de 2016

Código de Agencia de Colocación: 9900000526
Entidad: Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Málaga
Dirección: C/Cortina del Muelle, 23, 29015, Málaga
Sitio web: www.camaramalagaempleo.com

2. DATOS

En el año 2019 de un total de 6680 c.v. actualmente en el sistemas se dieron de alta 1045 c.v. repartidos de la siguiente forma

	TOTAL	%	HOMBRES	MUJERES
Ene	99	4.9%	43	56
Feb	125	6.19%	42	83
Mar	131	6.49%	69	62
Abr	85	4.21%	27	58
May	82	4.06%	23	59
Jun	94	4.66%	45	49
Jul	70	3.47%	27	43
Ago	20	0.99%	11	9
Sep	129	6.39%	50	79
Oct	94	4.66%	42	52
Nov	84	4.16%	32	52
Dic	28	1.39%	12	16



VOLVER AL INDICE

En el año 2019 de un total de 6.680 c.v. actualmente en el sistema se dieron de alta 1.045 c.v. repartidos de la siguiente forma:

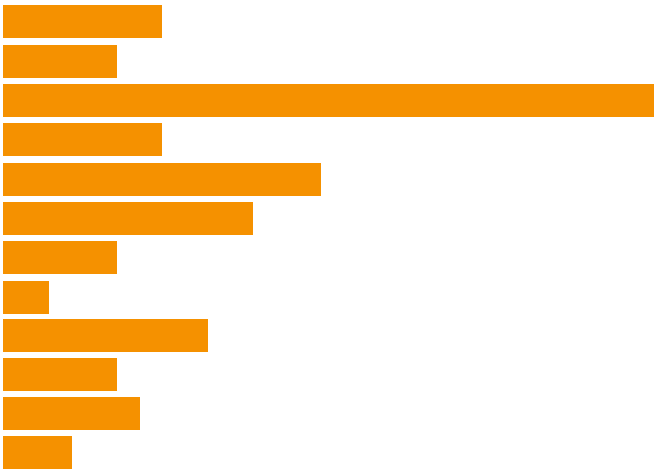
	TOTAL	%	MUJERES	HOMBRES
• Sin estudios	8	0.4%	6	
• Educación Secundaria Obligatoria	148	7.33%	77	71
• Formación Profesional Grado Medio	130	6.44%	82	48
• Formación Profesional Grado Superior	244	12.09%	136	108
• Bachillerato	152	7.53%	89	63
• Diplomado	92	4.56%	62	30
• Ingeniero Técnico	13	0.64%	9	4
• Licenciado	170	8.42%	104	66
• Ingeniero Superior	21	1.04%	9	12
• Postgrado	42	2.08%	20	22
• Master	209	10.35%	135	74
• Doctorado	1	0.05%	1	0
• Enseñanzas artísticas (regladas)	4	0.2%	2	2
• Grado	241	11.94%	160	81

En el año 2019 de un total de 378 empresas actualmente en el sistemas se dieron de alta 40 empresas repartidos de la siguiente forma :

Ene	4 Empresas
Feb	2 Empresas
Mar	6 Empresas
Abr	3 Empresas
May	5 Empresas
Jun	5 Empresas
Jul	2 Empresas
Ago	2 Empresas
Sep	5 Empresas
Oct	2 Empresas
Nov	2 Empresas
Dic	2 Empresas

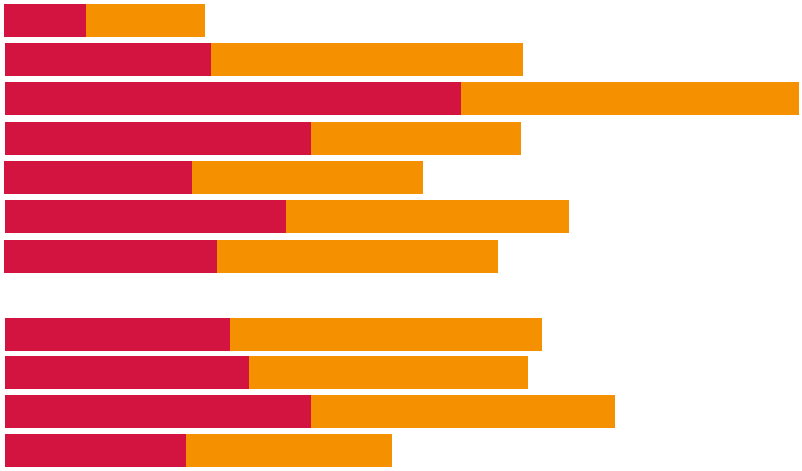
En el año 2019 de un total de 714 ofertas actualmente en el sistema se dieron de alta 101 empresas repartidos de la siguiente forma:

Ene	7 ofertas
Feb	5 ofertas
Mar	27 ofertas
Abr	7 ofertas
May	14 ofertas
Jun	11 ofertas
Jul	5 ofertas
Ago	2 ofertas
Sep	9 ofertas
Oct	5 ofertas
Nov	6 ofertas
Dic	3 ofertas



En el año 2019 de un total de 6680 c.v. actualmente en el sistema hay 625 c.v. que se han adherido a ofertas repartidos de la siguiente forma:

	HOMBRES	MUJERES
Ene	13	19
Feb	33	50
Mar	73	67
Abr	49	34
May	30	37
Jun	45	46
Jul	34	45
Ago	0	0
Sep	36	50
Oct	39	45
Nov	49	49
Dic	29	33



VOLVER AL INDICE

En el año 2019 de un total de 6680 c.v. actualmente en el sistema hay 2873 c.v. inscritos en ofertas repartidos de la siguiente forma:

	HOMBRES	MUJERES
Ene	83	105
Feb	165	235
Mar	217	169
Abr	111	138
May	96	123
Jun	137	115
Jul	95	127
Ago	14	10
Sep	117	164
Oct	113	133
Nov	143	148
Dic	56	56

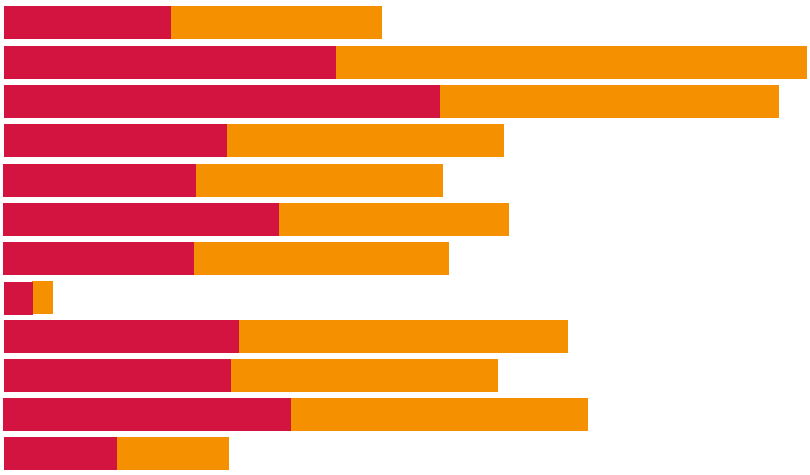


Imagen de Alejandro Cuenca. Pixabay.com

VOLVER AL INDICE

VI.- DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

VOLVER AL INDICE

VI.- DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

VI.I.- ÁREA DE COMERCIO EXTERIOR

1.- PLAN DE ACCIÓN (PIP) 2019
2.- JORNADAS Y SEMINARIOS 2019
3.- INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

1.- PLAN DE ACCIÓN (PIP) 2019

VOLVER AL INDICE

1.- PLAN DE ACCIÓN (PIP) 2019

El Plan Internacional de Promoción (PIP) 2019, dentro del Área de Comercio Exterior, se han realizado acciones de promoción que han consistido en visitas y/o participación agrupada en ferias sectoriales y misiones comerciales directas, participando más de 30 empresas y gestionando ayudas a las empresas por aproximadamente 177.000 euros, de los cuales más de 140.000 € fueron ayudas a empresas ya que todas estas acciones contaban con la cofinanciación Feder (70%) aportando la empresa el 30 % dependiendo de la acción.

MISIONES COMERCIALES DIRECTAS	SECTOR
MC EMIRATOS ÁRABES - OMÁN	MULTISECTORIAL
MC COLOMBIA - PANAMA	MULTISECTORIAL
MC CANADÁ	MULTISECTORIAL
MC INDONESIA / SINGAPUR	MULTISECTORIAL
MC CHINA	MULTISECTORIAL
VISITA/PARTICIPACIÓN EN FERIA	**SECTOR**
VISITA FERIA MIPIM CANNES (Ayto. Málaga)	INMOBILIARIO
PARTICIPACIÓN AGRUPADA FERIA DEL LIBRO BUENOS AIRES	EDITORIAL

VOLVER AL INDICE

1.1- VISITA A FERIA MIPIM CANNES

La visita a la FERIA MIPIM tuvo lugar entre el 11 y el 14 de marzo de 2019 en la ciudad de Cannes.

En esta edición han participado las siguientes empresas malagueñas:

INTARC HOUSING COMMERCIAL PROJECTS SL
JOSE ENRIQUE TENA SL (MAQUETAS TECH)
JUST 3D SL (JET COMMUNICATION)
KINOS PARTNER SL
KINOS VEGA SL

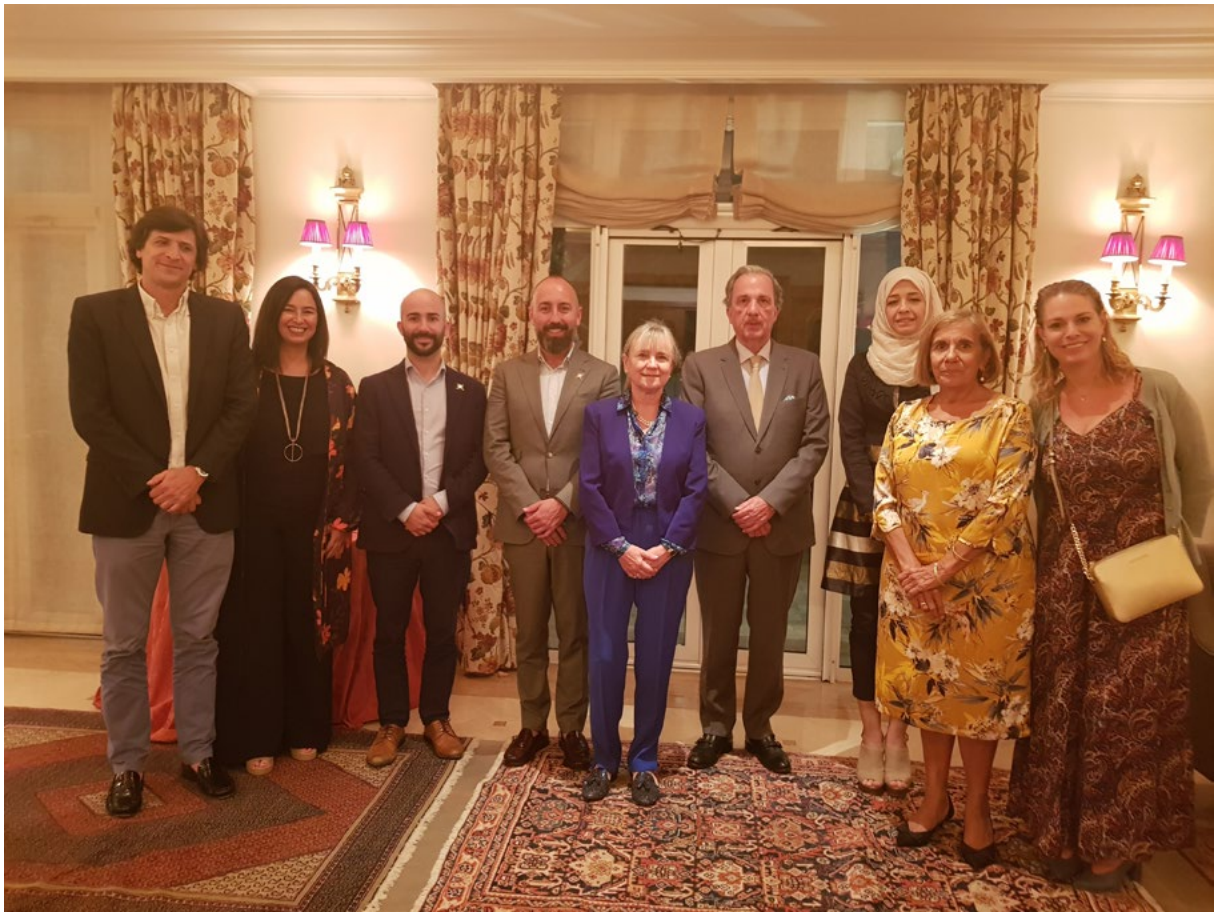
La Feria MIPIM es el evento más importante del sector inmobiliario a nivel mundial y en esta 30ª edición ha recibido la visita de 26.000 participantes y han expuesto 3.350 empresas de más de 100 países.

La ciudad de Málaga tiene una representación importante en esta Feria con un stand del Ayuntamiento de Málaga ubicado dentro del Pabellón Español.

VOLVER AL INDICE

1.2- MISIÓN COMERCIAL DIRECTA A EMIRATOS ÁRABES UNIDOS Y OMÁN 2019

Reunión en la Oficina económica y comercial de la Embajada de España en el Sultanato de Omán.



Cena en la casa del Excmo. D. José Antonio Bordallo Huidobro, Embajador de España en el Sultanato de Omán.

VOLVER AL INDICE

MOTIVO Y ANTECEDENTES DE LA ACTUACIÓN

La Cámara de Comercio de Málaga viene apostando fuertemente por la realización de acciones de promoción en mercados donde las empresas tienen más dificultad de acceder, bien por ser mercados complejos, distantes geográficamente o culturalmente. Es el caso de estos dos países de Oriente Medio, donde la distancia cultural es muy grande pero la imagen de los productos de España, y concretamente de Málaga – Costa del Sol cuenta con muy buena reputación.

METODOLOGÍA

Las empresas participantes gracias a estas acciones tienen la oportunidad de conocer de primera mano estos mercados así como de presentar los productos y servicios que ofrecen a las empresas locales, mediante agendas de negocios que mayoritariamente han sido organizadas por las Oficinas Económicas y Comerciales de España en EAU y Mascate.

La Cámara de Comercio de Málaga contactó con la Oficina Económica y Comercial en Dubai y en Mascate con el fin de buscar apoyo para la elaboración de las agendas de las empresas participantes. Aunque algunas empresas participantes acudieron con agenda propia ya que tenían contactos que habían establecido en años anteriores y algunos otros nuevos.

Tras la convocatoria de beneficiarios publicada, las empresas beneficiarias han sido:

EMPRESAS BENEFICIARIA	
1	GESTION 360 SL
2	APOGEA CONSULTORES SL
3	PARATY HOTELES SL
4	DEL PASO SOLAR SL

RESUMEN AGENDA DE CADA EMPRESA

Cada empresa contó con su agenda de reuniones (elaborada por la Oficina Comercial o por la propia empresa) manteniendo encuentros en las ciudades de Mascate y Dubai.

RESULTADOS OBTENIDOS

Se trata de mercados muy interesantes donde existen oportunidades para las empresas malagueñas, aunque por otra parte requieren de una gran inversión en tiempo y persistencia para poder llegar a materializar las ventas y poder comenzar a trabajar en los mismos. Como ejemplo, hay que tener en cuenta que para poder crear una sociedad en estos países se requiere la existencia de un socio local en el cual la empresa se ha de apoyar para poder operar. Por ello, es crucial la elección y buen funcionamiento del socio local adecuado para poder introducir los productos con garantía de éxito. Algunos de los consejos que estas oficinas comerciales han recomendado a las empresas participantes durante las reuniones han sido: posicionar los productos en un segmento medio-alto; presentar referencias de otras ventas en países de la zona; estar muy presente en el mercado con viajes cada dos o tres meses.

Las empresas han valorado muy positivamente esta acción ya que han podido conocer de primera mano las peculiaridades de estos dos mercados árabes, así como poder entablar relaciones con empresas locales, lo que permitirá incrementar a medio y largo plazo las transacciones malagueñas a estos dos importantísimos mercados de Oriente Medio.

VOLVER AL INDICE

1.3- PARTICIPACIÓN AGRUPADA FERIA DEL LIBRO DE BUENOS AIRES 2019

La Feria del Libro de Buenos Aires es el evento más importante para el sector editorial en la región. Cada año cuenta con más de 12.000 participantes en las Jornadas Profesionales que tuvieron lugar entre el martes 23 y el viernes 26 de abril de 2019.

La Cámara de Comercio de Málaga ha organizado la participación de 6 editoriales de nuestra provincia (Arguval SL, Bibliomanager SL, Ediciones Daly SL, Espacio Formación SL, Innovación y Cualificación SL e Interconsulting Bureau SL) la mayoría de ellas ubicadas dentro del Pabellón Español de la Feria. Esta acción ha contado con la cofinanciación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

En 2018 Argentina fue el tercer destino de las exportaciones de libros desde Málaga, sólo por detrás de México y Estados Unidos, que ocupan el primer y segundo puesto respectivamente. Estos tres mercados supusieron un valor de las ventas cercanas al millón de euros en ese año.

A pesar de las dificultades económicas que atraviesa el país Argentina sigue siendo un destino fundamental para las exportaciones del sector editorial malagueño y punto de encuentro con actores clave del sector de todos los países latinoamericanos.

1.4- MISIÓN COMERCIAL DIRECTA A PANAMÁ Y COLOMBIA 2019

La Misión Comercial a Panamá y Colombia tuvo lugar del 22 al 29 de junio de 2019 y se desarrolló fundamentalmente en las ciudades de Panamá y Bogotá aunque, en el caso de Colombia, las empresas se movieron por todo el país en la búsqueda del cierre de acuerdos comerciales

PARTICIPARON EN LA MISIÓN LAS SIGUIENTES EMPRESAS:	
1	ACQUA MALOVA
2	APOGEA CONSULTORES
3	BETTERGY
4	DVINO EXPORT SL
5	GENERAL ELEVADORES
6	HERMANOS SANCHEZ LAFUENTE
7	KUBO ARQUITECTOS

La mayor parte de las empresas participaron en la Misión con agendas de trabajo realizadas por las Cámaras de Comercio Españolas tanto en Panamá como en Colombia consiguiendo, en general, muy buenos resultados.

VOLVER AL INDICE

1.5- MISIÓN COMERCIAL DIRECTA A INDONESIA Y SINGAPUR 2019

MOTIVO Y ANTECEDENTES DE LA ACTUACIÓN

La Cámara de Comercio de Málaga viene apostando fuertemente por la realización de acciones de promoción en mercados donde las empresas tienen más dificultad de acceder solas, bien por ser mercados complejos, distantes geográficamente o culturalmente. Es el caso de estos dos mercados a los cuales pueden acceder pymes malagueñas dado que en el tejido empresarial de la provincia hay empresas con productos y servicios de excelente calidad, y que están preparadas para ello.

Según los informe de las Oficinas Económicas y Comerciales de la Embajada de España, se trata de mercados muy interesantes donde existen oportunidades para las empresas malagueñas, por ejemplo, Singapur apuesta claramente por el turismo, especialmente por aquel de calidad y lujo, no solo proveniente de Occidente sino también del resto de países asiáticos. En 2018, más de 18,5 millones de turistas visitaron Singapur, lo que significó un récord histórico. Singapur se ha posicionado en los últimos años como hub de operaciones empresariales, comerciales y tecnológicas no solo en el Sudeste Asiático sino en la región más amplia de de Asia Pacifico, donde las empresas eligen establecer sus headquarters desde donde deciden la

VOLVER AL INDICE

actividad económica de sus plantas y unidades regionales o mundiales, y en términos comerciales incluso deciden sobre la reexportación de sus productos a otros países de la zona como Malasia, Indonesia, etc.

Esta figura de la reexportación, tan presente en Singapur se produce también en el sector agroalimentario y en particular puede producirse en el de determinados tipos de fruta, de manera que un importador/distribuidor local puede acceder a clientes de terceros mercados en la zona.

Con una renta per cápita de más de 60.000 dólares americanos, la economía de Singapur lleva creciendo de forma positiva desde la última crisis del 2010 en particular los últimos años a una media del 3,5% en términos reales .

El nuevo tratado de libre comercio con la Unión Europea, en concreto, el ALC UE-Singapur reducirá las barreras técnicas en el sector del automóvil, los dispositivos electrónicos y los equipos de generación de energías renovables. Básicamente, en los tres casos se trata de que se homologuen los estándares de seguridad y fabricación para los bienes producidos en ambos países.

Según un informe de la Comisión Europea de septiembre de 2013, con este ALC no sólo se pretende facilitar las relaciones comerciales entre la UE y Singapur, sino que también se quieren establecer unos mínimos para futuros acuerdos con otros países de la ASEAN.

Por lo que se refiere a los problemas sanitarios y fitosanitarios, todo producto destinado a la alimentación es sometido a un control por parte de la autoridad competente (SFA, Singaporean Food Agency) antes de su introducción en el país. Desde septiembre de 2006, Singapur ha reconocido a España como país exportador de productos cárnicos porcinos y derivados; ahora bien, los exportadores españoles interesados (mataderos e instalaciones de elaboración de derivados de la carne), tienen que estar también expresamente autorizados, y para ello deben seguir un procedimiento previsto al efecto. Al igual que con los productos industriales, el nuevo tratado de libre comercio podría llevar a que un producto que esté autorizado en un país de la Unión Europea también lo estará en Singapur. Desde 2019 España también puede exportar productos vacunos y aviares, y los ovinos se aprobarán pronto.

Respecto a las inversiones, la norma general es la de libertad de establecimiento para cualquier negocio o empresa. Los únicos sectores con limitaciones a la inversión o participación extranjera son los medios de comunicación, la banca, la gestión de valores y activos, la asesoría jurídica, los servicios de ingeniería (como ya se ha mencionado) y arquitectura y la propiedad inmobiliaria. Los estatutos sociales limitan la participación extranjera en sectores sensibles como las industrias militares, astilleros y líneas aéreas.

Por su parte Indonesia es la economía de mayor tamaño del sudeste asiático y una de las más importantes de Asia. Es el cuarto país más poblado con más de 262 millones de habitantes en la actualidad, siendo el país de mayor población musulmana del mundo, con un 87% de su población perteneciente a esta confesión.

Existen factores positivos que apuntan hacia la continuidad del crecimiento económico en el medio plazo, como el tamaño del mercado interno y del país en la región, el crecimiento de la clase media y consumidora y del poder de compra, la existencia de diferente tipo de recursos naturales y las necesidades de inversión en infraestructuras para reducir los cuellos de botella existentes.

VOLVER AL INDICE

Desde organismos internacionales como el Banco Mundial se señala la conveniencia impulsar mejoras en capital humano y sector educativo, capital tecnológico e infraestructuras, mejoras de eficiencia en los sectores productivos, reducción de riesgos y concentración en los sectores extractivos y mejoras en transparencia que impulsen las medidas anti-corrupción existentes. El objetivo es reforzar las bases de un crecimiento económico sólido que permita mayor dinamismo con aumentos del PIB superiores al 7% para acercarse al crecimiento potencial y evitando las trampas en que pueden incurrir los países de renta media por el importante crecimiento de su población. Para ello es deseable que se materialicen los planes de inversiones en los necesarios proyectos de infraestructuras planeados, y contar con una mayor capacidad recaudatoria que permita mayor programación de proyectos, con los que el país podría alcanzar un crecimiento superior al 6,5% en los próximos años. Es necesario por tanto canalizar la inversión hacia el desarrollo de proyectos de infraestructuras.

Según PwC, Indonesia será la cuarta economía más grande del mundo para el año 2050, por lo que ingresar al mercado más temprano que tarde podría ofrecer un importante retorno de la inversión y permitirles las empresas de la provincia aprovechar las crecientes oportunidades antes de que sus competidores puedan ingresar al mercado.

Indonesia se beneficia del régimen general del Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG), que permite el acceso al mercado europeo, en condiciones preferenciales, de los productos de los países en desarrollo. En cuanto a los intercambios comerciales, la Unión Europea ha sido tradicionalmente el primer destino de las exportaciones indonesias no energéticas. La situación se revirtió en 2015, cuando EEUU superó a la UE. En 2017, la UE se encuentra en tercer lugar, tras Estados Unidos y China.

Para la UE, Indonesia supuso en 2017 el vigésimo segundo país en importaciones y el vigésimo noveno en cuanto a exportaciones, lo que sitúa al país como el vigésimo séptimo en el cómputo total de intercambios comerciales con la Unión, y el primero dentro de la ASEAN. Las exportaciones anuales europeas se situaron en 2017 en los 7.875 millones de euros (cifra muy inferior a los 11.207 millones de euros de 2016), frente a unas importaciones de en torno a los 15.391 millones de euros, lo que genera un déficit de 7.516 millones. Alemania, seguido de Francia, Italia y Reino Unido son los principales suministradores. Por el lado de la importación, los principales mercados europeos para Indonesia son Países Bajos, Alemania y España; pasando en 2017 del quinto al tercer puesto. España ocupa el séptimo puesto en suministro.

Los sectores principales de la exportación europea a Indonesia corresponden a máquinas y artefactos mecánicos, aeronaves y vehículos especiales, aparatos y material eléctrico, vehículos automóviles y tractores, aparatos ópticos, de medida y médicos. Respecto a las principales exportaciones de Indonesia a la UE, destacan grasas, aceites animales, aceite de palma, calzado y sus partes, aparatos y material eléctrico, caucho y sus manufacturas.

A ambos mercados pueden acceder pymes malagueñas dado que en el tejido empresarial de la provincia hay empresas con productos y servicios de excelente calidad, y que están preparadas para ello.

VOLVER AL INDICE

METODOLOGÍA

Las empresas participantes cuentan con agendas de reuniones organizadas por las Oficinas Económicas y Comerciales de la Embajada de España en Yakarta y Singapur para presentar sus productos y servicios a las empresas locales e incrementar su volumen de negocio en estos mercados. Los sectores representados por las empresas malagueñas en esta Misión Comercial que se enmarca dentro del Plan Internacional de Promoción y cuenta con el apoyo del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) son fundamentalmente el agroalimentario, distribución y de servicios marítimos.

Algunas de las pymes participantes ya tenían algunos contactos en el mercado, con lo que aprovecharon el viaje y trabajaron según una agenda propia y/o combinada, es decir, algunos días visitaron contactos propios y otros los proporcionados por las Ofocmes.

Por otro lado, en ambos países se mantuvieron reuniones con ambas Oficinas Económicas y Comerciales con el fin de informar sobre las peculiaridades de los mercados en cuestión.

Igualmente, la Cámara de Comercio de Málaga como miembro del Grupo de Estrategia Internacional Conjunta que agrupa a las instituciones y entidades más destacadas de nuestra provincia, ha ofrecido una amplia visión del tejido empresarial malagueño.

Del mismo modo, se ha podido recabar detallada información de las oportunidades de negocio e inversión en Indonesia y Singapur especialmente en los sectores de Turismo, Construcción y Obra Civil y Agroalimentario.

TRAS LA CONVOCATORIA DE BENEFICIARIOS PUBLICADA, LAS EMPRESAS BENEFICIARIAS HAN SIDO:

	EMPRESA BENEFICIARIA
1	ZENER MARINE ELEVATOR SERVICES SL
2	DVINO EXPORT. S.L.
3	X 37 GRADOS NORTE SL

RESUMEN AGENDA DE CADA EMPRESA

La Cámara de Comercio de Málaga contactó con la Oficina Económica y Comercial en Yakarta y Singapur con el fin de buscar apoyo para la elaboración de las agendas de las empresas participantes.

Algunas empresas elaboraron sus propias agendas de contactos .

Las empresas malagueñas, después de un amplio programa de encuentros de trabajo, han podido concretar o establecer las bases para una serie de posibles acuerdos comerciales con empresas locales de estos países asiáticos, lo que han calificado como muy positivo.

RESULTADOS OBTENIDOS

Las empresas han valorado muy positivamente esta acción ya que han podido 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 en los mismos.

VOLVER AL INDICE

1.6- MISIÓN COMERCIAL DIRECTA A CHINA 2019

MOTIVO Y ANTECEDENTES DE LA ACTUACIÓN

La Cámara de Comercio de Málaga viene apostando fuertemente por la realización de acciones de promoción en mercados donde las empresas tienen más dificultad de acceder solas, bien por ser mercados complejos, distantes geográficamente o culturalmente. Es el caso de China, un país con grandes oportunidades en donde han visitado dos ciudades Shanghai y Beijing, un mercado de grandes oportunidades en pueden acceder las pymes malagueñas dado que en el tejido empresarial de la provincia hay empresas con productos y servicios de excelente calidad, y que están preparadas para ello.

Se trata de una misión multisectorial en la que participan empresas del sector agroalimentario y turismo. El objetivo de esta misión es acercar las oportunidades existentes en China, segunda economía mundial con altas tasas de crecimiento, a nuestras empresas y facilitarles el acceso al mercado, que puedan conocer de primera mano la situación de su sector, ya que además, en los próximos años se espera un cambio en el patrón de funcionamiento del consumidor chino, lo que abre la puerta a la importación de nuevos productos.

METODOLOGÍA

Cada empresa participante ha contado con una agenda de reuniones personalizada que ha sido diseñada por la Cámara de Comercio Española

VOLVER AL INDICE

en China, por la Oficina Comercial de la Embajada de España en Pekín colaboradores con los que ya hemos trabajado en años anteriores con un buen resultado por parte de las empresas participantes.

También, algunas de las empresas han participado en la Misión Comercial con agendas elaboradas por ellos mismos ya que tenían experiencia en este mercado y ya poseían contactos propios.

Con una antelación de unos dos meses aproximadamente las empresas han estado en contacto con el organismo que ha diseñado la agenda con el fin de ir preparando la visita. Una vez llegada la fecha, la delegación de empresas ha viajado junto con el técnico de la Cámara de Comercio y han desarrollado la acción comercial.

La organización de las entrevistas ha sido de tal manera que las empresas malagueñas participantes se desplazaban a cada una de las sedes principales de las empresas chinas, acompañadas algunos por su intérpretes, con el fin de llegar a la cita de una manera segura.

Los sectores representados por las empresas malagueñas en esta Misión Comercial que se enmarca dentro del Plan Internacional de Promoción y cuenta con el apoyo del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) son fundamentalmente el agroalimentarios, distribución y turismo.

Igualmente, la Cámara de Comercio de Málaga como miembro del Grupo de Estrategia Internacional Conjunta que agrupa a las instituciones y entidades más destacadas de nuestra provincia, ha ofrecido una amplia visión del tejido empresarial malagueño.

TRAS LA CONVOCATORIA DE BENEFICIARIOS PUBLICADA, LAS EMPRESAS BENEFICIARIAS HAN SIDO:

	EMPRESA BENEFICIARIA
1	ACEITES MALAGA SL
2	X 37 GRADOS NORTE SL
3	ANMAR, IMPORTS & EXPORT SL
4	REYSOL NERJA S.A.

RESUMEN AGENDA DE CADA EMPRESA

Las empresas malagueñas, después de un amplio programa de encuentros de trabajo, han podido concretar o establecer las bases para una serie de posibles acuerdos comerciales con empresas locales de estos países asiáticos, lo que han calificado como muy positivo.

Algunas de las pymes participantes ya tenían algunos contactos en el mercado, con lo que aprovecharon el viaje y trabajaron según una agenda propia .

RESULTADOS OBTENIDOS

Las empresas han valorado muy positivamente esta acción ya que han podido 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 en los mismos.

A continuación aportamos algunos de los comentarios que nos han transmitido las empresas malagueñas:

VOLVER AL INDICE

"Después de varios meses explorando el mercado chino, gracias a la Misión de la Cámara a Shanghái y Pekín, avanzamos y convertimos en realidad las negociaciones previas. Abriendo el mercado en el sur de China y explorando las provincias de norte. En las fechas actuales constatamos que existe un gran interés por XY Aceite de oliva y su apuesta por la excelencia, exclusividad y sus reconocimientos en otras latitudes cercanas y lejanas." Dña. María Luisa Povedano Gámiz, Fundadora de XY aceite de oliva.

"Un año más visitamos Shanghái para afianzar a nuestros clientes y captar nuevas perspectivas de proyectos. Este año hemos observado con gran satisfacción un afianzamiento de nuestra marca La Flor de Malaga en este mercado lo cual nos llena de orgullo". D. Antonio Pérez Gerente Aceites Malaga SL

En relación al sector turístico D. Rafael Luque Gerente del Hotel Villa Flamenco de Nerja apunta a que "es un mercado difícil pero con un gran potencial en el cual hay que reincidir, dedicarle muchos recursos y esfuerzo pero que en nuestra experiencia ha valido la pena".

VOLVER AL INDICE

VI.- DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

VI.I.- ÁREA DE COMERCIO EXTERIOR

2.- JORNADAS Y SEMINARIOS SOBRE INTERNACIONALIZACIÓN

VOLVER AL INDICE

2.- JORNADAS Y SEMINARIOS SOBRE INTERNACIONALIZACIÓN

En 2019 en total se organizaron 5 jornadas en las cuales asistieron más de 200 empresas.

Las Jornadas y seminarios son de carácter informativo y gratuito para las empresas.

Como cada año, se organizaron Jornadas sobre mercado concretos que normalmente coincide con un destino del Plan de Promoción de la Cámara de Comercio (país destino de nuestras Misiones Comerciales Directas)y , donde habitualmente participan como ponentes Embajadores o Representantes institucionales del país, organismos especializados en el mercado objetivo y/o empresarios que exponen su experiencia en el mercado en cuestión. Además ofrecemos una gran ocasión para ellas poder reunirse con representantes de los gobiernos de estos países quienes les exponen las oportunidades que ofrecen estos mercados.

VOLVER AL INDICE

2.1- JORNADA SOBRE EL BREXIT

La Cámara de Málaga y el ICEX organizaron una jornada en la que se analizó la situación actual y las perspectivas del BREXIT y cómo puede afectar a la actividad de nuestras empresas.

Para ello, estuvieron presentes representantes de la Secretaría de Estado de Comercio, de la Secretaría de Estado de Turismo y de la Dirección general de Aduanas, una ocasión muy apropiada para conocer de primera mano las consecuencias de los distintos escenarios que se presentan a raíz de la salida del Reino Unido de la UE.

2.2- JORNADA SOBRE INDONESIA

Con motivo de la Misión Comercial a Indonesia y Singapur la Cámara de Comercio de Málaga organizó una Jornada informativa " Sobre las oportunidades de negocio e inversión en Indonesia En dicha Jornada tuvimos el honor de contar con la presencia del Excmo. Embajador de la República de Indonesia en España, Sr. D. Hermono y la Agregada de Comercio de la República de Indonesia Sra. Dña. Elisa Rosma.

Como así también, la experiencia de una empresa malagueña en Indonesia, D. Carlos Pena Director General de Genosa I+D, S.A.

VOLVER AL INDICE

2.3.- JORNADA INFORMATIVA "LA IMPORTANCIA DE LA CERTIFICACIÓN EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO. NORMAS IFS Y BRC". ESTRATEGIAS EMPRESARIALES Y ASPECTOS TÉCNICOS

El sector agroalimentario es uno de los más relevantes en la exportación malagueña y genera un notable efecto arrastre sobre la economía de esta provincia.

En un entorno globalizado y competitivo, en el que cada vez se exige más que los alimentos que se consumen cuenten con un elevado nivel de calidad y con una seguridad alimenticia garantizada, resulta importante y, en muchos casos imprescindible, ofrecer confianza y garantías de calidad para lo cual es posible utilizar un instrumento fundamental que es la certificación del cumplimiento de las normas de seguridad alimentaria.

En este ámbito, los grupos de distribución alimenticia publican una serie de normas de obligado cumplimiento como las normas IFS y BRC que deben incluirse en el sistema de calidad de las empresas fabricantes.

En esta jornada se presentaron , de la mano de los expertos, las características de estas normas y las novedades que se han producido recientemente en la norma BRC. Las empresas ola forma en la que han adaptado sus sistemas para cumplir con estas exigencias tan relevantes.

2.4.- JORNADA ECUADOR: CLIMA DE NEGOCIOS Y OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN

En esta jornada sobre las oportunidades de negocio que ofrece Ecuador, se contó con la presencia del Embajador de Ecuador en España, D. Cristóbal Roldán y con el equipo de la Embajada.

También, con el objetivo de tratar de manera bilateral los intereses de las empresas asistentes, se dio la posibilidad de mantener una reunión con los representantes de la Embajada de Ecuador en España tras la celebración de la jornada.

VOLVER AL INDICE

2.5.- JORNADA: PYMES-UE: HABLAMOS DE INTERNACIONALIZACIÓN

La jornada contó con la ponencia “Las pymes españolas se abren al mundo”, impartida por D. Jaime Montalvo, Director Internacional de la Cámara de España

También hubo una Mesa redonda: Europa impulsa la internacionalización de las Pymes

AREn donde participaron, D. Arturo Bernal, Consejero Delegado de EXTENDA, Agencia Andaluza de Promoción Exterior, D. Rafael Fuentes Candau, Director Territorial de Comercio y del ICX en Málaga, D. Carlos Saura, Del Paso Solar (Misión Comercial EAU)

Ana Isabel Fernández Guerrero, Prefabricados Metálicos Tafer (Beneficiario Xpande)

La modelradora de la mesa redonda fue: *Nuria Triguero, Redactora de Economía del Diario Sur.*

VOLVER AL INDICE

VI.- DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

VI.I.- ÁREA DE COMERCIO EXTERIOR

3.- PROGRAMAS DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN

3.- PROGRAMAS DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN

3.1.- PROGRAMA XPANDE DIGITAL (2014-2020)

La Cámara de Comercio de Málaga, junto con la Cámara de Comercio de España, contando con la co-financiación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional / FEDER), ha puesto en marcha el Programa XPANDE DIGITAL, destinado a ayudar a las empresas a implementar un plan de marketing digital orientado a su internacionalización, centrándose en un determinado mercado objetivo.

OBJETIVOS:

Fomentar y potenciar la utilización del marketing digital como herramienta básica para mejorar el posicionamiento de la Pyme en mercados internacionales, a través de un asesoramiento personalizado, organizado en varias fases, así como un paquete de ayudas a la inversión. El programa XPANDE DIGITAL también persigue:	
	Desarrollar una metodología que permita al empresario iniciarse en el marketing digital.
	Permitir a la pyme contar con un análisis pormenorizado de la situación actual de la empresa; objetivos, detección y análisis de competidores, estrategias seguidas por los mismos, recomendaciones, etc.
	Posibilitar la detección de fortalezas y debilidades en base a un análisis completo, sistemático y aplicado de forma objetivo.
	Facilitar a la pyme una orientación estratégica en función del mercado y producto / servicio, desarrollando su estrategia en internet, en el marco de la internacionalización.
	Dotar a la pyme de las herramientas necesarias para fortalecerse en el mercado exterior objetivo, seleccionando y planificando las acciones de marketing digital más adecuadas en función de su cliente, producto, servicio y país.

VOLVER AL INDICE

DIRIGIDO A:

PYMEs de productos o servicios exportables que cumplan con los siguientes requisitos:	
	* Disponer de página Web operativa. * Disponer previamente de un producto o servicio seleccionado por la empresa. * Tener decidido un mercado objetivo para posicionar dicho producto o servicio. * Cumplir y aportar todos los documentos requeridos establecidos en la convocatoria.

DURACIÓN MÁXIMA: 6 MESES (FASES 1 Y 2)

FASE 1: ASESORAMIENTO:

En esta primera fase, el técnico asesor de la Cámara de Comercio realizará para la empresa:

- Un **análisis pormenorizado** de la situación actual de la empresa.
- **Detección y análisis de competidores**: estrategias seguidas por los mismos y recomendaciones.
- Todo ello en materia de **marketing digital** orientado a un mercado destino.
- Un **informe personalizado** de recomendaciones.
- Un **plan de acción** a medida para el mercado de destino.

SUBVENCIÓN: Esta fase se encuentra totalmente subvencionada y es GRATUITA para la empresa (100% financiado con Fondos FEDER y Cámara Málaga)

FASE 2: PAQUETE DE AYUDAS A LA INVERSIÓN:

SUBVENCIÓN: Hasta el 80% de un presupuesto máximo de 4.000 € (IVA excluido) en gastos elegibles detallados en convocatoria destinados a fortalecer la posición competitiva de la Pyme en el mercado objetivo y para el producto / servicio seleccionado previamente por la Pyme. La empresa prefinancia los gastos y posteriormente mediante la correcta justificación de los mismos recibirá la ayuda.

GASTOS ELEGIBLES:

SE DETALLAN EN LA CONVOCATORIA COMPLETA. COMO POR EJEMPLO:

- Diseño y creación de campañas en Google AdWords (SEM). Gasto CPC/CPM de Campañas.
- Modificación, ampliación y reforma de la web respecto a posicionamiento orgánico (SEO).
- Preparación de la Analítica web; integración general, configuración de objetivos y conversiones, creación de un panel de control personalizado
- Acciones de generación de contenidos “content marketing”.
- Acciones de E-Mail Marketing; herramientas digitales para reforzar estrategia de captación, desarrollo y fidelización de clientes y potenciales.
- Diseño y creación de campañas en Redes Sociales (SMM). Gasto CPC/CPM de Campañas.
- Creación y diseño de landingpages, microsites
- Alta en directorios y / o market places
- Edición, creación de videos para redes sociales (Ej. Youtube)
- Traducciones

VOLVER AL INDICE

Todos los gastos enumerados con anterioridad deberán destinarse exclusivamente al posicionamiento en el mercado internacional seleccionado previamente por la empresa y editarse al menos en un idioma extranjero (salvo en los casos de empresas cuyos mercados objetivos sean exclusivamente aquellos con idioma oficial Español) bajo la marca y nombre de la empresa española.

En la anualidad 2019 han sido beneficiarias un total de 48 empresas malagueñas.

3.2- PROGRAMA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA (2014-2020)

El Programa de Competitividad Turística, en el marco del título de la prioridad de inversión 1b "fomento de la inversión empresarial en I+i, el desarrollo de vínculos y sinergias entre las empresas, los centros de investigación y desarrollo y el sector de la enseñanza superior, en particular mediante el fomento de la inversión en el desarrollo de productos y servicios, la transferencia de tecnología, la innovación social, la innovación ecológica, las aplicaciones de servicio público, el estímulo de la demanda, la interconexión en red, las agrupaciones y la innovación abierta a través de una especialización inteligente, y mediante el apoyo a la investigación tecnológica y aplicada, líneas piloto, acciones de validación precoz de los productos, capacidades de fabricación avanzada y primera producción, en particular, en tecnologías facilitadoras esenciales y difusión de tecnologías polivalentes" contribuye a la consecución del objetivo específico OE 1.2.1. "Impulso y promoción de actividades de I+i lideradas por las empresas, apoyo a la creación y consolidación de empresas innovadoras y apoyo a la compra pública innovadora".

En este objetivo específico se persigue, en el periodo 2014-2020, mejorar la posición de las pymes y micro pymes del sector turístico y de su competitividad a través de la incorporación de la innovación en su estrategia empresarial; Incrementar el número de PYMES innovadoras mediante el asesoramiento para la ejecución de proyectos de innovación para el desarrollo de nuevos productos y servicios, la mejora de procesos productivos, y la internacionalización de las PYMES turísticas; mejorar las capacidades de absorción de conocimientos de las PYMES; e Impulsar la innovación desde la demanda, mediante el asesoramiento en la búsqueda de soluciones innovadoras.

El Programa de Competitividad Turística tiene como objeto contribuir a la mejora competitiva del sector turístico, a través de medidas que establezcan las bases adecuadas para su desarrollo.

VOLVER AL INDICE

Más concretamente, el Programa de Competitividad Turística tiene como objetivos principales los siguientes, que ayudarán a la consecución del objetivo específico antes mencionado:

OBJETIVOS:

Potenciar 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 a las nuevas necesidades.

Para lograr este objetivo, el Programa de Competitividad Turística ofrece a las empresas participantes un conjunto de apoyos en base a sus necesidades y características. Estos apoyos se desarrollan a través de un servicio de diagnóstico individualizado y/o de ayudas para el desarrollo de sus planes de implantación.

Las ventajas que el Programa de Competitividad Turística proporciona a las empresas participantes se resumen a continuación:

VENTAJAS:

Inversión mínima
Mejora de la productividad y la gestión de procesos
Identificación de márgenes de mejora
Adaptación a nuevos entornos
Mejoras económicas: Reducción de costes y/o aumento de ingresos
Mayor capacidad innovadora

CONTENIDO:

El Programa de Competitividad Turística tiene como finalidad mejorar la competitividad de las pymes del sector turístico atendiendo a las diferentes áreas de las empresas y sus posibilidades de mejora y dividiendo las actuaciones por subsectores de actividad.

Se caracteriza por su orientación hacia las demandas específicas de las PYME del sector, mediante el desarrollo de una metodología mixta de diagnóstico, apoyo en el proceso de implantación de soluciones y difusión del conocimiento.

Consta de un conjunto de líneas de acción diferenciadas y relacionadas entre sí:

FASE I: ASESORAMIENTO A LA PYME – DIAGNÓSTICO ASISTIDO

Se realiza un diagnóstico individualizado a las empresas turísticas sobre diferentes aspectos y sus posibilidades de mejora, mediante el estudio de su cadena de valor, que permite conocer la situación del nivel de competitividad de la empresa destinataria en su entorno económico y de mercado.

En base a la identificación de dichos aspectos estratégicos, se realiza una propuesta de proyectos de innovación y/o soluciones TIC específicos, así como un informe de recomendaciones sobre materias prioritarias para la empresa relacionadas con innovación, TIC y medioambiente.

El diagnóstico es totalmente gratuito para la empresa.

FASE II: PLAN PERSONALIZADO E IMPLANTACIÓN (PPI).

Implantación: en esta fase, proveedores externos a las Cámaras, realizan la implantación de las soluciones establecidas en el Diagnóstico.

VOLVER AL INDICE

Supone una inversión mínima para la empresa: el importe máximo financiable es de 7.000 €, si bien las implantaciones pueden ser de mayor cantidad.

Financiación: subvención de un máximo del 80%/85%/50% (tasa máxima, según la intensidad de la ayuda FEDER en cada región), prefinanciado por la empresa beneficiaria.

Seguimiento de la implantación: se realizará un seguimiento del ritmo de ejecución y de la adecuación de los proyectos de implantación. Este seguimiento no tiene coste para la empresa.

Las empresas pueden acogerse directamente al plan de ayudas si han participado en el último año en: la fase I del Programa de Competitividad Turística y no han sido beneficiarias de fase II del Programa de InnoCámaras o del propio Programa de Competitividad Turística; o en un programa similar de asesoramiento para la incorporación de la innovación y las TIC en las pymes, de organismos de Promoción del Sector Turístico de las Comunidades Autónomas, de organismos públicos regionales o locales. La Cámara de Comercio solicitará la documentación necesaria para acreditar esta condición.

En la anualidad 2019 han sido beneficiarias un total de 37 empresas malagueñas.

3.3- PROGRAMA INNOXPORT

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA INNOXPORT

El Programa InnoXport se basa en un asesoramiento personalizado a la Pyme en materia de innovación para la internacionalización, orientado a un producto / servicio y país previamente seleccionado por la misma y tiene como objetivo fundamental incorporar la innovación en el proceso de internacionalización de las pymes españolas.

EL PROGRAMA CONSTA DE LAS SIGUIENTES FASES:

FASE I: ASESORAMIENTO:

En esta fase se valorará la situación actual de la empresa en cuanto a su internacionalización para un producto y mercado previamente definido y su potencial para la introducción de mejoras innovadoras para afrontar los mercados internacionales. El asesoramiento constará de tres partes:

Análisis de la situación inicial de la empresa
Análisis de áreas con potencial de innovación para potenciar la exportación
Análisis de la propuesta de valor para el mercado objetivo

El asesoramiento permitirá así detectar áreas para la implementación de mejoras innovadoras que incrementen la posición competitiva de la empresa en los mercados internacionales, a través de un listado priorizado de soluciones innovadoras.

VOLVER AL INDICE

La duración máxima de la Fase I será de 2 meses.

FASE II DE PUESTA EN MARCHA DEL PLAN DE ACCIÓN:

Consiste en un conjunto de apoyos

destinados a implementar soluciones innovadoras en la estrategia internacional de la empresa. La empresa contará con un presupuesto máximo de 7.000 € (IVA no incluido).

En el anexo correspondiente a Gastos Elegibles se detallan los conceptos subvencionables en el Programa.

La duración máxima de la Fase II será de 6 meses.

En la anualidad 2019 han sido beneficiarias un total de 5 empresas malagueñas.

3.3- PROGRAMA GESTIÓN DE LA MARCA INTERNACIONAL (GMI)

El Programa GMI se basa en un asesoramiento personalizado a la Pyme sobre la competitividad de su marca de cara a la internacionalización y tiene como objetivo principal contribuir a la mejora de la competitividad internacional de las empresas, mediante la adopción de una cultura a favor de la marca como herramienta estratégica de competitividad y diferenciación en el proceso de internacionalización.

VOLVER AL INDICE

EL PROGRAMA CONSTA DE LAS SIGUIENTES FASES:

FASE I: ASESORAMIENTO

En la cual se valorará la competitividad de la marca de la empresa de cara a la internacionalización a través de un diagnóstico que constará de las siguientes partes:

- Análisis de la situación inicial de la empresa
- Análisis interno de la empresa
- -Análisis de la propuesta de valor para el mercado objetivo.

El resultado final de la Fase de Asesoramiento quedará plasmado en un informe en el que se reflejaran, entre otros, los siguientes contenidos: la información recogida a lo largo del diagnóstico y posibles áreas de mejora, información de los tres mercados seleccionados por la empresa y el índice GMI (potencial de la marca para la gestión internacional). El plazo máximo de ejecución de la Fase I será de dos meses.

FASE II: AYUDAS.

La fase de ayudas del Programa GMI, a su vez se divide en:

- Fase II-A: ayudas para consultoría

El objetivo de esta fase es que la empresa obtenga asesoramiento personalizado por parte de profesionales especializados en Consultoría de Marca o Internacionalización de Marca para mercados internacionales, así como el diseño de un plan de acción que permita identificar actividades susceptibles de recibir ayuda económica en la Fase II B del Programa.

Para esta fase, la empresa contará con un presupuesto máximo de 3.000€ (IVA no incluido) y una duración máxima para el desarrollo de la misma de 3 meses.

- Fase II-B: ayudas para implementación de las medidas

Consiste en un conjunto de apoyos destinados a implementar las medidas y recomendaciones que surjan de la fase de consultoría para el refuerzo de la marca como palanca de competitividad para la internacionalización.

La empresa participante en esta fase contará con un presupuesto máximo (IVA excluido) de 7.000 € y un plazo máximo para su ejecución de 6 meses. En el anexo correspondiente a gastos Elegibles se detallan los conceptos subvencionables en el Programa.

En la anualidad 2019 han sido beneficiarias un total de 5 empresas malagueñas.

VOLVER AL INDICE

VI.- DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

VI.I.- ÁREA DE COMERCIO EXTERIOR

4.- PROGRAMA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

VOLVER AL INDICE

4. INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

Acceder a un buen canal de comunicación en lo que a materia de comercio exterior se refiere no es tarea fácil. La Cámara de Comercio de Málaga incrementa cada año sus esfuerzos y recursos en los canales y herramientas de Información, estableciéndose esta materia como pilar básico dentro de los Planes Camerales de Exportación.

VOLVER AL INDICE

El número de consultas sigue una tendencia al alza, lo que nos permite seguir apostando por canales que optimizan las búsquedas de información por un lado y, por otro, la difusión de conocimientos en materia de comercio exterior, todo ello apoyándonos en las ventajas que nos aportan las nuevas tecnologías.

Fundamentalmente, las empresas que comienzan su andadura en la búsqueda de mercados internacionales son las mayores beneficiarias de estos servicios, así como otras con mayor experiencia que requieren en un momento determinado de información más especializada.

La labor de información se complementa con la emisión y legalización de documentos necesarios para la exportación. En este aspecto, y como síntoma de la apertura de las empresas de nuestra demarcación a los mercados internacionales, también estamos recibiendo una mayor demanda.

En 2019, con relación a las consultas, se atendieron aproximadamente 1000 a lo largo de todo el año.

LAS BASES DE DATOS MÁS UTILIZADAS SON LAS SIGUIENTES:

1. **Estadísticas de Comercio Exterior a nivel: provincial, regional y nacional (ICEX – CSC).**
2. **Base de datos arancelaria Taric**
3. **Estudios de mercados exteriores. (Ministerio de Economía)**
4. **Organismos, tanto en España como en el extranjero, que intervienen en la actividad del comercio exterior. (ICEX – Ministerio de Economía)**
5. **Incoterms (Cámara de Comercio Internacional).**

DOCUMENTACIÓN

Cuaderno ATA

La documentación demandada está centrada en los Cuadernos de Admisión Temporal Aduanera (ATA), cuyo uso viene determinado en su utilización durante un año, como máximo, con el objeto de evitar tanto la presentación, en las aduanas de salidas como de entrada, de la documentación habitual para una exportación como los pagos de aranceles e impuestos en destino.

La eliminación de las fronteras interiores en la Unión Europea, redujo su uso por las empresas exportadoras en su conjunto, por lo que su destino se ha centrado en terceros países, así como Ceuta, Melilla y las Islas Canarias y Gibraltar.

En el año 2019 se han emitido un total de 56 cuadernos ATA, emitiéndose un 8 % menos de estos documentos con relación al año ante-

VOLVER AL INDICE

rior, no obstante el valor de la mercancía amparada y garantizada por estos cuadernos aumentó en 245.000 €. El desglose quedaría como sigue:

	CUADERNOS EMITIDOS	CANTIDADES AMPARADAS POR CONVENIO
Muestras Comerciales	12	1.982.204,33 €
Material Profesional	34	913.269,37 €
Ferias y Exposiciones	10	906.441,50 €
TOTAL	56	3.801.915,20 €

CERTIFICADOS DE ORIGEN

Es un documento que debe ser adjuntado por el exportador, siendo la certificación que establece el origen del producto. El certificado debe ser cumplimentado por el exportador y presentado en la Cámara de Comercio para su legalización. Durante el año 2019, en nuestra Cámara se han legalizado 3278 certificados de origen suponiendo un descenso con relación al año anterior del 3,5 % y con destino a los siguientes países:

10 PRIMEROS PAÍSES	
CHINA	1179
ARABIA SAUDI	320
EMIRATOS ARABES	165
COREA DEL SUR	163
FILIPINAS	98
ARGELIA	95
MARRUECOS	89
KUWAIT	87
ESTADOS UNIDOS	80
JAPON	70
RESTO DE PAISES	932

LEGALIZACIÓN DE FACTURAS Y OTROS DOCUMENTOS

En total, este año se han legalizado 1212 facturas comerciales y documentos relacionados con el comercio exterior, lo que supone un descenso del 7 % con relación a la demanda de estas legalizaciones durante el año anterior.

VOLVER AL INDICE

VI.- DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

VI.II.- ÁREA DE TURISMO

1.- ACCIONES DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL REALIZADAS ESPECÍFICAMENTE PARA EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO

2.- ACCIONES DE FORMACIÓN: SEMINARIOS Y JORNADAS TURÍSTICAS DESARROLLADAS

3.- PROYECTOS DESARROLLADOS Y SOLICITADOS

4.- CONSULTAS E INFORMACIÓN SOLICITADA

1.- ACCIONES DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL REALIZADAS ESPECÍFICAMENTE PARA EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO

VOLVER AL INDICE

VI.II.1.- ACCIONES DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL REALIZADAS ESPECÍFICAMENTE PARA EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO

Desde el Área de Turismo de la Cámara se han llevado a cabo las siguientes acciones dirigidas específicamente a empresas del sector turístico, dentro del Programa PIP (Programa Internacional de Promoción), que cuenta con la cofinanciación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER):

VISITA A LA FERIA ITB BERLÍN

DEL 5 AL 8 DE MARZO

El objetivo de esta acción fue apoyar al empresariado pyme del sector turístico para captar y abrir nuevos mercados tanto emergentes como los ya consolidados (europeos) y de esta manera atraer turistas para los segmentos cultural, gastronómico, activo, idiomático, etc. que incrementen el gasto turístico y diversificar el sol y playa y combatir la estacionalidad.

Por todo ello se consideró que esta feria importantísima en Europa era crucial para que las empresas que así lo desearan pudieran mantener contactos con touroperadores y agentes del sector y llegar a acuerdos de negocio que posibilitaran incrementar la importancia del sector de la provincia de Málaga.

Anteriormente la Cámara de Málaga ya había organizado visitas a esta importante feria, con un resultado muy bueno según comentaron las empresas que participaron. Es por ello que se volvió a apostar por mantener esta acción promocional durante el año 2019.

INFORMACIÓN SOBRE EL PERFIL DE ESTA FERIA:

Según fuentes de HOSTELTUR, en la 53ª edición de la feria ITB Berlín acudieron 10.000 empresas de 181 países y recibieron más de 100.000 personas, contando visitantes profesionales y público.

El mercado alemán es clave para España, ocupando la segunda posición en el ranking, tanto en número de llegadas de turistas como en gasto turístico. En 2018, llegaron a España 11,4 millones de turistas de Alemania, con un gasto de 12.002 millones de euros, lo que representó el 13,8% y el 13,4% del total de turistas y de gasto recibido ese año, respectivamente. El gasto medio del turista alemán fue de 1.052€, superior al

VOLVER AL INDICE

británico (972€), y muy por encima del francés (651€).

Los datos anteriores muestran la importancia de este turista para España y también para la provincia de Málaga.

Esta acción permitió que las empresas turísticas participantes pudieran visitar la feria ITB e incrementar su volumen de negocio en este mercado, de manera que realizaron contactos con otras empresas compradoras de viajes y emisoras de turistas con el fin de presentar la oferta turística de la provincia de Málaga.

Las empresas antes de ir a la feria planificaron sus visitas generalmente siguiendo la guía de expositores, y también gestionando sus citas en función de con quién deseaban reunirse. De esta manera mantuvieron encuentros con los diferentes agentes y posteriormente una vez finalizada la acción promocional llevaron a cabo un trabajo post feria, para enviar propuestas y fidelizar a los contactos que hicieron durante la misma.

En esta ocasión no viajó ningún técnico de la Cámara de Comercio acompañando a las empresas.

TRAS LA CONVOCATORIA PUBLICADA, LAS EMPRESAS QUE RESULTARON BENEFICIARIAS FUERON LAS SIGUIENTES:

EMPRESAS BENEFICIARIAS
PRIMA RENT A CAR SL
PINAR HOSPITALITY S.L.U
NEXPROM SA
INDIGO DMC GROUP SL
TRITRAVEL INCOMING SL
FAS SPAIN S.L.(ALANDA HOTEL MARBELLA)
COM. PROP. APARTOTEL MELIA COSTA DEL SOL

MISION COMERCIAL DIRECTA A JAPÓN Y TAIWÁN

DEL 8 AL 15 DE JUNIO

El objetivo de esta acción va dirigido a los mercados taiwanés y japonés ya que tienen un potencial increíble sobre todo en lo que respecta al gasto por turista, así como por el incremento que están teniendo en los últimos años en Andalucía, y también por su carácter desestacionalizador. El mercado japonés es un mercado más amplio, 120 millones, con una propensión viajera del 14%, frente al mercado taiwanés de 23 millones de habitantes, frente a una propensión viajera del 69%. Pero ambos mercados de caracterizan por ser interesantes y por no requerir visado a la entrada en España.

Taiwán y Japón destacan por tratarse de mercados con mucho potencial, sobre todo por su alta rentabilidad, especialmente Japón con un gasto medio diario de 423 euros. Principales destinos de japonenses y taiwaneses en España, son por este orden Cataluña, Madrid y Andalucía. Actualmente viajan a España 560.000 japoneses y unos 40.000 taiwaneses motivados principalmente por la cultural, el arte y la naturaleza.

Además, en el caso de ambos mercados, los turistas suelen viajar a Andalucía en meses de temporada media o baja, como Febrero, Marzo o Noviembre, lo que ayuda a la desestacionalización del destino.

Por otra parte es muy importante el hecho de que dentro de los destinos de España más presentes en los catálogos de los touroperadores japoneses, se encuentren varios destinos de la provincia de Málaga. Así Málaga capital es el 5º destino más presente en los catálogos de TTOO sobre España, Ronda es el 10º y Mijas el 16º.

VOLVER AL INDICE

Este hecho es de especial relevancia, según el Director de la OET de España en Japón, D. Magi Castelltort, ya que es la única provincia que tiene tres poblaciones diferentes entre los 20 principales destinos ofertados dentro de los catálogos de los TTOO japoneses.

Independientemente del interés de ambos mercados, se trata de países complejos a la hora de comenzar una relación comercial, ya que se basa en las relaciones de confianza y con grandes diferencias culturales con respecto a las de nuestro país, pero con este tipo de acción se fomentan las relaciones directas con los agentes y las posibilidades de éxito aumentan considerablemente.

Debido a la complejidad de los mercados y al hecho de que habitualmente solo vienen por periodos de 7 a 10 días, los tours que realizan se centran en muchas grandes ciudades, como Madrid, -Barcelona y Mijas y Ronda, aunque hay varios tours ofertados por los TTOO.

Lo interesante sería conseguir que las agencias de viajes incluyeran, no solo a las empresas de Málaga que viajan sino también tours de varios días pernoctando en Andalucia o Málaga.

Por otro lado, es necesario resaltar el interés que puede tener el insistir en segmentos que pueden viajar todo el año como los jubilados o las madres con hijas, abuelas con nietas o abuelos con nietos. Se trata de grupos muy interesantes pues no cuentan con la estacionalidad de otros segmentos, y están en auge.

Por otro lado, en cuanto a los millenials, Turespaña ha realizado un estudio que muestra como los millenials tienen cada vez menos interés en la cultura, y cada vez más interés por las experiencias. Por ello es importante ofrecer experiencias auténticas para generar visitas más largas.

COMO RESUMEN SE PUEDE DECIR QUE AMBOS PAÍSES SON MERCADOS COMPLEMENTARIOS A LOS EUROPEOS Y SE CARACTERIZAN POR:

- MERCADOS RENTABLES.
- MERCADOS DESESTACIONALIZADORES.
- MERCADOS CON EXENCIÓN DE VISADO.

En esta ocasión la Cámara de Comercio de Málaga ha contado con la colaboración de la Oficina de Turismo de España en Tokio, que ha elaborado las agendas en Japón. Y en el caso de Taiwán, se contrató los servicios de una empresa consultora recomendada por la OET, que estableció las citas con los touroperadores y agencias taiwanesas y las empresas malagueñas.

VOLVER AL INDICE

Las empresas participantes mantuvieron reuniones en Taipei los días 10 y 11 de junio, y en Tokio los días 12,13 y 14 de junio.

Además, el 9 de junio las empresas mantuvieron una reunión informal con la Oficina de Turismo de España en Tokio, y con los representantes de la empresa consultora, en la que el director de la OET, D. Magi Castelltort, realizó una presentación a los empresarios sobre los mercados de Taiwán y de Japón.

Finalmente, con el fin de poner informar a las empresas sobre las características de los mercados de Taiwán y Japón, de manera previa al viaje, se les mandó un estudio que incluía información relevante sobre los mercados.

Por otro lado se mandó un estudio elaborado por la OET sobre el sector turístico en ambos mercados para que las empresas pudieran estar mejor preparadas para afrontar las entrevistas.

Las empresas participantes en la acción han aprovechado la ocasión y han podido participar en dichos encuentros manteniendo una agenda de reuniones con los asistentes locales.

TRAS LA CONVOCATORIA PUBLICADA, LAS EMPRESAS QUE RESULTARON BENEFICIARIAS FUERON LAS SIGUIENTES:

EMPRESAS BENEFICIARIAS
PARATY HOTELES SL
HOTEL VILLAFLAMENCA (REYSOL NERJA S.A.)
PARADISE A LA CARTE SL

MISION COMERCIAL DIRECTA A CANADÁ

DEL 22 AL 29 DE JUNIO

Tras los excelentes resultados de la primera Misión Comercial a Canadá de empresas del sector turístico realizada en el año 2018, organizó por segunda vez consecutiva otra acción promocional dirigida a este sector en las ciudades de Toronto y Montreal.

El mercado canadiense está creciendo en los últimos años en España y se caracteriza por tener una característica que lo hacen un mercado especialmente interesante para Malaga y su provincia.

VOLVER AL INDICE

Canadá es el 8º país en el ranking internacional de gasto en turismo internacional. 33,4 millones de viajes al extranjero en 2018: 2,2% más que en 2017. Dos terceras partes de los turistas canadienses que viajaron fuera de su país lo hicieron a EE.UU. (21,5millones), mientras que Un tercio viajó a otros destinos: (12millones). La Tasa de viajes al extranjero por habitante de 0,9.

Canadá destaca por tratarse de un mercado con mucho potencial: España está dentro de los cinco primeros destinos de los turistas canadienses en Europa, tras Reino Unida, Francia, Alemania e Italia. Tras un continuo crecimiento desde 2014 a 2017, donde se ha duplicado el número de turistas canadiense en España, desciende levemente en el 2018, con 446.719 llegadas, pero los datos del 2019 vuelven a mostrar un incremento de las llegadas.

Andalucía es la tercera Comunidad Autónoma, tras Cataluña y Madrid para el mercado canadiense, atrayendo al 15,7% de los turistas.

En relación a la conectividad, trabajan actualmente con España tres compañías aéreas canadienses, Air Canadá y Air Transat, y Westyet, que opera con Barcelona. Aunque a nivel nacional la conectividad mejora, ya que las compañías aéreas aumentan las frecuencias de los vuelos, algunas tienen vuelo durante todo el año, y llegan nuevas compañías a operar, es necesario seguir trabajando y tratar de que algún vuelo llegue directamente desde Toronto al aeropuerto de Málaga. Los organismos siguen trabajando en esta línea, pero aun siguen pendientes las decisiones, debido, entre otras cuestiones al hecho de que Air Canadá está en proceso de adquisición de Air Transat.

El mercado canadiense es especialmente interesante porque viaja a España principalmente en los meses de temporada media, ya que el groso de las llegadas se producen entre marzo y octubre, con los que ayuda a afrontar algunos de los meses con menos ocupación, y contribuye a la desestacionalización del destino.

Canadá es un país con una población multicultural, por lo que se hablan muchos idiomas. Tras el inglés y francés, idiomas oficiales de Canadá, el idioma español ocupa la quinta posición, y ha tenido un incremento en el último año del 12,2%, lo que muestra un gran potencial para las escuelas de español.

LAS FACTORES QUE EN ESTE MERCADO ESTÁN COBRANDO MAS IMPORTANCIA SON:
VIAJES PARA MAYORES DE 55 AÑOS
MILLENIALS
TURISTAS QUE VIAJAN SOLOS
TURISTAS MULTIGENERACIONALES
VIAJES GASTRONÓMICOS
VIAJES EXPERIMENTALES CON INMERSIÓN CULTURA LOCAL
TURISMO SOSTENIBLE Y RESPETUOSO MEDIOAMBIENTALMENTE
PAQUETES A LA CARTA

Aprovechando la visita a Toronto, la Cámara de Comercio, junto con las empresas malagueñas visitó a la Directora de la OET de España en Toronto, Dña. Laura Pena, que realizó una presentación a los empresarios sobre el mercado de Canadá y explicó el interés de España por este mercado. Así mismo hizo la presentación de la agenda de reuniones que la OET ha realizado en Toronto y en Montreal para las empresas malagueñas participantes.

VOLVER AL INDICE

Para la elaboración de las agendas de las empresas con los contactos locales se ha contado con la colaboración de la Oficina de Turismo de España en Canadá, así como de su Directora, Dña. Laura Pena.

La OET ha elaborado una completa agenda que ha permitido a las empresas encontrarse con las principales agencias de viajes y turoperadores de Toronto y de Montreal.

Se han producido diariamente unas cuatro reuniones entre las empresas malagueñas y las agencias de viajes y turoperadores canadienses, salvo el último día donde hubo una reunión. La calidad de los contactos ha sido muy alta, así como su actitud ante la visita de las empresas.

Las reuniones se han producido en grupo, de manera organizada.

VOLVER AL INDICE

TRAS LA CONVOCATORIA PUBLICADA, LAS EMPRESAS QUE RESULTARON BENEFICIARIAS FUERON LAS SIGUIENTES:

EMPRESAS BENEFICIARIAS
TRITRAVEL INCOMING SL
REYSOL NERJA S.A.
B BOU HOTELS SL
AIDE A VENIR SL
MIDENZ PROPERTY HOLDINGS SL
VIAJES EUROAMERICA SA

VISITA A LA FERIA IFTM TOP RESA PARÍS

DEL 1 AL 5 DE OCTUBRE

Esta feria que se celebra todos los años en París (Francia) es crucial para que las empresas que así lo deseen puedan mantener contactos con touroperadores y agentes del sector y llegar a acuerdos de negocio que posibiliten incrementar la importancia del sector de la provincia de Málaga.

Anteriormente la Cámara de Málaga ya ha organizado visitas a esta importante feria francesa, con un resultado muy bueno según han comentado las empresas que participaron. Es por ello que se ha vuelto a apostar por mantener esta acción promocional.

Importancia de Francia como mercado emisor hacia España:

Según datos de Turespaña y siguiendo los datos disponibles de "Le Memento du Tourisme" publicado por la Dirección General de Empresas, en 2016 España se mantuvo como destino internacional preferido de los franceses, con una cuota de mercado del 17,8% sobre el total de viajes internacionales, seguida de Italia (12,7%), Bélgica y Luxemburgo (6,8% ambos), Reino Unido (6,3%) y Alemania (5,5%).

El turista francés viaja mayoritariamente dentro de su país. El porcentaje de franceses mayores de 15 años que en 2015 realizó al menos un viaje dentro de Francia fue del 87,9% (171,3 millones de viajes), mientras que al extranjero y a los territorios de ultramar franceses sólo viajó el 12%(23,5 millones de viajes).

Los principales factores de elección de un destino internacional son: descubrimiento de culturas, precio y clima. Los franceses consideran a España como su destino preferido para vacaciones en familia y vacaciones de bajo presupuesto, debido a que ofrece servicios e infraestructuras cualitativos, amplia diversidad de actividades en destino y precios bajos (TourHebdo). Valoran el estilo de vida español y tienen consolidada la imagen de nuestro país como destino cultural (solo por detrás de Italia) y de sol y playa. Según el Barómetro LEV y las plataformas de reservas, en el verano de 2018 se consolidó la reactivación de Túnez, Marruecos, Turquía y Egipto, lo que provocó que España registrase tasas de crecimiento más moderadas que en las temporadas precedentes; aun así, se consolidó como un destino rentable para la turoperación, al comercializar menos paquetes, pero con un precio medio por paquete considerablemente superior.

En el año 2018, con 11,3 millones de turistas - cifra que se mantiene estable respecto al año anterior (+0,7%) - Francia repite como tercer mercado emisor de turistas, por detrás de Reino Unido y Alemania.

También en gasto y en pernoctaciones hoteleras Francia se mantuvo en el tercer puesto. El gasto, que se situó en 7.385 millones de euros, experimentó un incremento del 4,7%, crecimiento si-

milar al de las pernoctaciones hoteleras (+4,8%). Los gastos medios por persona (651 euros) y diario (93 euros)se situaron entre los más bajos de todos los mercados emisores, acompañados de una relativamente corta estancia media (7 noches), datos que probablemente obedecen al hecho de ser un país fronterizo, lo que propicia las escapadas frecuentes. De hecho, el 61% de los turistas franceses ha visitado España en más de diez ocasiones, siendo la carretera la vía de entrada principal (63%de los accesos).

En 2018 el turista francés que visitó España viajó principalmente por ocio (84% del total). Pernoctó mayoritariamente en hoteles (48%), siendo este el mercado que en menor medida recurrió al alojamiento hotelero, y el segundo, por detrás de Suiza, que en mayor proporción se alojó en casas de familiares o amigos (17%). Su destino favorito fue Cataluña (36%), donde representaron un 21% del total de turistas recibidos. En el resto de comunidades de la zona norte, a excepción de Galicia, también se repite la hegemonía del turistas francés, llegando a alcanzar en Navarra el 56% del total de turistas recibidos. Predominaron los turistas con estudios superiores (67%), de clase media (68%) y que viajaron en pareja (39%), seguidos de aquellos que viajaron en familia (33%).

Las principales actividades que realizaron fueron visitas a ciudades (65%), compras (52%) y disfrute de la playa (51%). Los turistas franceses son los que menos recurren al paquete turístico, solo un 11% hizo uso de él. Su edad media se situó en 47 años - por encima de la media de edad del total de turistas (44 años)- siendo la tercera edad media más alta, solo por detrás de Suecia e Irlanda (estimación Turespaña).

El primer mes de 2019 muestra un retroceso, tanto en el flujo de turistas (-8,7%), como en el gasto (-8%) y en las pernoctaciones hoteleras (-0,6%)(INE).ΩEsta acción permite que las empresas turísticas puedan visitar la feria IFTM TOP RESA PARÍS e incrementar su volumen de negocio en este mercado, de manera que pueden mantener contactos con otras empresas compradoras de viajes y emisoras de turistas con el fin de presentar la oferta turística de la provincia de Málaga.

Las empresas antes de ir a la feria han planificado sus visitas generalmente siguiendo la guía de expositores, y también van gestionado sus citas en función de con quién desean reunirse. De esta manera van manteniendo encuentros con los diferentes agentes y posteriormente una vez finalizada la acción promocional suelen llevar a cabo un trabajo post feria, para enviar propuestas y fidelizar los contactos que han hecho durante la misma.

En esta ocasión no ha viajado ningún técnico de la Cámara de Comercio acompañando a las empresas.

TRAS LA CONVOCATORIA PUBLICADA, LAS EMPRESAS QUE RESULTARON BENEFICIARIAS FUERON LAS SIGUIENTES:

EMPRESAS BENEFICIARIAS
TRITRAVEL INCOMING S.L.
INDIGO DMC GROUP, SL
INSUR TRAVEL SA

VISITA A LA FERIA ICEF BERLÍN (TURISMO IDIOMÁTICO)

DEL 3 DE AL 5 DE NOVIEMBRE

El sector del turismo idiomático es clave en la provincia de Málaga, siendo uno de los primeros destinos a nivel nacional para el español para extranjeros. Numerosos grupos de estudiantes

extranjeros y otros perfiles escogen la provincia de Málaga con el fin de aprender la lengua española, por su clima excepcional, variada oferta académica, infraestructuras turísticas, comunicaciones, etc.

Es por ello que la Cámara de Comercio siempre ha colaborado muy estrechamente con las escuelas de español para extranjeros desde hace muchos años, desarrollando un gran número de actuaciones promocionales, con un resultado magnifico.

Se trata de unas empresas muy activas en cuanto a la promoción internacional, aunque suelen ser de tamaño pequeño y mediano la mayoría, lo cual hace que el esfuerzo que deben realizar para alcanzar nuevos mercados y consolidar algunos tradicionales sea muy grande.

Concretamente, el mercado alemán es uno de los que posee mayor importancia y gran cantidad de grupos de estudiantes vienen de este país. Es por ello que siempre las empresas eligen esta feria como crucial para darse a conocer, promocionarse, afianzarse y poder llegar a nuevos acuerdos con agentes alemanes. Se trata de la segunda vez que la Cámara de Comercio organiza una visita a esta feria.

Esta Feria, además, reúne a un gran número de agentes internacionales que mandan grupos de estudiantes a nuestro país, por lo que la asistencia a la misma es de gran importancia para nuestras empresas.

Las empresas participantes han podido participar en un workshop que se celebra con motivo de esta feria, durante el cual mantienen multitud de encuentros con agentes alemanes e internacionales a los cuales se les presenta la oferta de cada una de las escuelas.

Por otro lado, la zona expositiva ha permitido a las empresas el contacto con agentes, profesores, empresas, agencias de viajes relacionadas con el sector idiomático.

TRAS LA CONVOCATORIA PUBLICADA, LAS EMPRESAS QUE RESULTARON BENEFICIARIAS FUERON LAS SIGUIENTES:

EMPRESAS BENEFICIARIAS
CENTRO DE LENGUAS CLIC MALAGA SL
RESIDENCIA UNIVERSITARIA TEATINOS SL
DEBLA CURSOS DE ESPAÑOL
MALACA INSTITUTO-CLUB HISPANICO SL
CERVANTES & CERVANTES DEBLA SL

VISITA A LA FERIA WORLD TRAVEL MARKET

DEL 4 AL 6 DE NOVIEMBRE

La Cámara de Comercio de Málaga está convencida de la importancia que tiene apoyar al empresariado pyme del sector turístico para captar y abrir nuevos mercados tanto emergentes como los ya consolidados (europeos) con el objetivo de atraer turistas para los segmentos cultural, gastronómico, activo, idiomático, etc. que incrementen el gasto turístico y diversificar el sol y playa y combatir la estacionalidad.

Por todo ello hemos percibido que esta feria que se celebra todos los años en Londres (Reino Unido) es crucial para que las empresas que así lo deseen puedan mantener contactos con touroperadores y agentes del sector y llegar a acuerdos de negocio que posibiliten incrementar la importancia del sector de la provincia de Málaga.

Anteriormente la Cámara de Málaga ya ha organizado visitas a esta importante feria, con un

resultado muy bueno según han comentado las empresas que participaron. Es por ello que se ha vuelto a apostar por mantener esta acción promocional.

World Travel Market es uno de los eventos de mayor relevancia en Europa para el sector del turismo y las actividades asociadas al mismo. En esta feria se citan desde asociaciones gubernamentales y agencias locales de promoción de diferentes países del mundo para promocionar sus territorios como destinos turísticos, hasta empresas del sector privado de las más variadas actividades, todas ellas relacionadas de alguna manera con los viajes y el turismo.

Dentro del evento principal, hay una zona llamada Travel Forward, que está diseñada especialmente para abarcar a las empresas dedicadas a la tecnología para viajes. En esta zona se encuentran empresas de software de gestión de reservas, de sistemas de distribución, de marketing digital o empresas fintech que ofrecen soluciones de cambios de divisa. Destacan en esta zona de la feria las OTA's (online travel agents) que ofrecen paquetes vacacionales de forma online, muchas de estas compañías aprovechan la feria para reunirse con diferentes agentes que forman parte de los servicios que ellas ofrecen como aerolíneas, cadenas hoteleras o con potenciales proveedores como las empresas de software (buscadores, gestores de reservas, etc). Los visitantes acuden a Travel Forward atraídos por las novedades que se presentan y por el gran número de expositores que pueden encontrar en un único espacio. Travel Forward es uno de los eventos más reconocidos en Reino Unido dentro del sector traveltech por la gran afluencia de público, ya que muchos visitantes acuden, no solo a la zona de empresas tecnológicas, sino también a ver otras áreas de World Travel Market.

La última edición ha registrado más de 7300 asistentes en los días de duración de la feria, el 67% de los asistentes estaba en busca de proveedores para su negocio y el 87%, tenían capacidad de decisión sobre compras y operaciones en sus compañías.

Es por todo ello y por la importancia que tiene este mercado para la provincia de Málaga, que la Cámara ha decidido organizar esta acción de apoyo a la pyme turística y pueda conocer esta feria o afianzar contactos si ya la ha visitado anteriormente.

VOLVER AL INDICE

Esta acción permite que las empresas turísticas puedan visitar la feria WORLD TRAVEL MARKET e incrementar su volumen de negocio en este mercado, de manera que puedan mantener contactos con otras empresas compradoras de viajes y emisoras de turistas con el fin de presentar la oferta turística de la provincia de Málaga.

Las empresas antes de ir a la feria han planificado sus visitas generalmente siguiendo la guía de expositores, y también van gestionado sus citas en función de con quién desean reunirse. De esta manera van manteniendo encuentros con los diferentes agentes y posteriormente una vez finalizada la acción promocional suelen llevar a cabo un trabajo post feria, para enviar propuestas y fidelizar los contactos que han hecho durante la misma.

TRAS LA CONVOCATORIA PUBLICADA, LAS EMPRESAS QUE RESULTARON BENEFICIARIAS FUERON LAS SIGUIENTES:

EMPRESAS BENEFICIARIAS
PRIMA RENT A CAR SL
NEXPROM,SA
PINAR HOSPITALITY S.L.U.
C.P. APARTOTEL MELIA COSTA DEL SOL
PROMOCIONES TURISTICAS SOCIALES S L
ASTROÁNDALUS, S.L.
B BOU HOTELS SL
ASESORIA Y CONSULTORIA DE COMERCIALIZACION Y MARKETING SL
BAY MANAGEMENT SL
BRH-SPAIN DMC SL

VISITA A LA FERIA AMERICAN FILM MARKET LOS ÁNGELES (SECTOR AUDIOVISUAL E INDUSTRIA DEL CINE)

DEL 6 AL 13 DE NOVIEMBRE

El sector de producción de cine y publicidad es un sector creciente en la provincia de Málaga. Las empresas que producen largometrajes, cortometrajes y publicidad generan un gran impacto multiplicador en la economía ya que para el rodaje se necesitan una gran logística de apoyo: audio, cámaras, vallistas, etc, que necesita de otros profesionales relacionados con el sector. Por otro lado, ciertos rodajes generan la visita a la provincia de una gran cantidad de personas que se alojan en la provincia y generan un impacto económico durante una estancia determinada. Finalmente, la aparición de determinados enclaves de la provincia en películas o spot publicitarios generan un impacto positivo en las personas que lo visualizan y que se pueden interesar en visitar el lugar que han podido visualizar en la pantalla.

Por estas razones principalmente la Cámara de Comercio viene apoyando este sector en distintas actividades relacionadas con fomentar el contacto entre empresas productoras de Málaga con empresas inversoras, posibles socios de proyectos o con compradores o plataformas digitales interesadas en adquirir series, cortometrajes o largometrajes de las empresas malagueñas.

Así en los últimos años se han apoyado acciones desde la Cámara de Málaga como la Visita a Feria Cannes, La Visita a Feria Ventana Sur en Argentina y este año, apoya, con la ayuda de los Fondos Europeos a la Visita a Feria American Film Market 2019.

Esta Feria AFM es una de las principales para el mercado estadounidense. Aquí se reúnen los principales compradores de películas y series, así como posibles socios de proyectos a nivel

VOLVER AL INDICE

internacional. Pero, además, al tener lugar en Los Ángeles, cuna de Hollywood, se encuentran representada las principales productoras como Universal o Paramount Pictures, así como las principales compradoras actuales de películas y series como son las plataformas digitales como HBO o Netflix.

y conectarse con los tomadores de decisiones de la comunidad cinematográfica independiente, todo en un lugar conveniente sin la distracción de un festival de cine.

La asociación malagueña de productores, Procinema, solicitó a esta Cámara de Comercio de

Por estas razones la visita a esta feria de especial interés para las empresas malagueñas, por un lado, porque es una oportunidad para aquellas que tienen alguna producción en marcha y por otro lado por el hecho de conocer a potenciales compradores futuros o posibles socios.

La American Film Market reúne a más de 7.000 profesionales de la industria de más de 70 países que convergen en Santa Mónica cada noviembre. Incluyen ejecutivos de adquisición y desarrollo, agentes, abogados, directores, distribuidores, directores de festivales, financieros, comisionados de cine, productores, escritores, la prensa mundial y todos aquellos que brindan servicios a la industria cinematográfica.

En AFM, los participantes pueden descubrir todo el catálogo global de películas y proyectos disponibles, asistir a más de 50 conferencias de clase mundial, mesas redondas y presentaciones,

Málaga la asistencia a esta Feria American Film Market.

Por un lado, la Feria American Film Market proporciona la posibilidad de contactar con potenciales socios y potenciales compradores de producciones ya que reúne a los principales del sector a nivel internacional y se fomentan los encuentros entre los mismos.

Pero, por otro lado, tal y como se ha indicado, al tener lugar esta feria en la ciudad de Los Angeles, se tiene la oportunidad de mantener reuniones en los propios estudios de las grandes empresas. Así algunas de las empresas han confirmado reuniones en plataformas y estudios tan importantes como NETFLIX, HBO o SONY.

TRAS LA CONVOCATORIA PUBLICADA, LAS EMPRESAS QUE RESULTARON BENEFICIARIAS FUERON LAS SIGUIENTES:

VOLVER AL INDICE

EMPRESAS BENEFICIARIAS
DANIDOGFILMS S.L.
MALAS COMPAÑÍAS PC S.L.
ANDALUZA DE INVERSIONES AUDIOVISUALES S.L.
PRODUCCIONES TRANSATLANTICAS S.L.
TARKEMOTO SOCIEDAD LIMITADA
AMOVIE LOCATION COMPANY S.L.
CIENFUEGOS PRODUCCIONES S.L.

VOLVER AL INDICE

VI.- DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

VI.II.- ÁREA DE TURISMO

2.- ACCIONES DE FORMACIÓN, SEMINARIOS Y JORNADAS DESARROLLADAS

VOLVER AL INDICE

VI.II.2.- ACCIONES DE FORMACIÓN, SEMINARIOS Y JORNADAS DESARROLLADAS

Desde el Área de Turismo se han organizado las siguientes jornadas, talleres y seminarios enfocados a la temática del turismo, con el objetivo de mejorar la formación y conocimientos de los profesionales y de las empresas del sector y de este modo posicionar con mayor calidad el destino Málaga – Costa del Sol.

"ACCIONES CLAVE EN LA ESTRATEGIA DE TU ALOJAMIENTO"

21 DE MARZO

Esta jornada se enmarcó dentro del Programa de Competitividad Turística con el objetivo de sensibilizar a las empresas sobre este programa y al mismo tiempo impartir las técnicas de fidelización al cliente turístico, servicio al cliente y mejora de la estrategia de precios.

Finalizó con una mesa debate en la cual se discutieron sobre varios temas de la calidad turística y la importancia de la enseña.

Participaron en esta jornada más de 20 empresarios y empresarias, que acudieron a la sede principal de la Cámara.

A continuación, se muestra el programa que tuvo la jornada:

9:45 – 10:15	**Registro**
10:15 – 10:30	BIENVENIDA Y PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA D. Juan José Ríos. Responsable de Departamento Comercio Exterior y Turismo. Cámara deComercio de Málaga D.Julián López- Arenas. Director de Competitividad. Cámara de España.
10:30– 11:00	CÓMO SEDUCIR AL CLIENTE D. Nestor Rodríguez. Adquiver
11: 00– 11:30	RENTABILIZA EL CANAL DIRECTO GRACIAS A LA PERSONALIZACIÓN Dña. Christiane Sieveking. Travelclick
11:30– 12:00	COFFEE NETWORKING
12:00 – 12:30	ESTRATEGIA DE PRECIOS Y RENTABILIDAD Dña. Paloma Cambero. HotelsDot
12:30 – 13:30	MESA DEBATE: ¿CÓMO MEJORAR LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO ENTRE TANTA SIGLA? **D. Nestor Rodríguez. Adquiver** **Dña. Paloma Cambero. HotelsDot** **Dña. Christiane Sieveking. Travelclick** **Moderador: D. Carlos Dominguez. ITH**

VOLVER AL INDICE

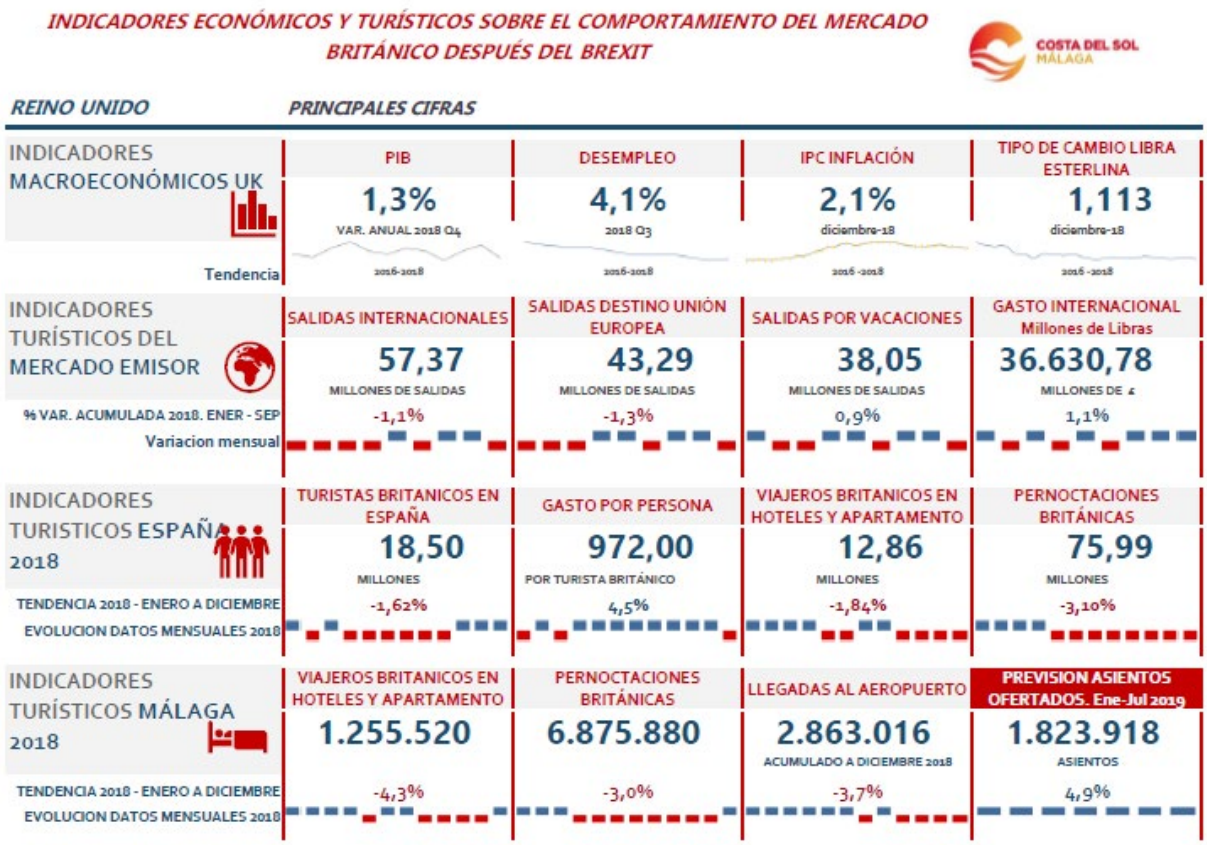
"EL SECTOR TURÍSTICO DE MÁLAGA ANTE EL BREXIT"

17 DE MAYO

Esta jornada se impartió con el objetivo de analizar y hacer reflexionar a los empresarios y empresarias, y resto de agentes que componen el sector turístico sobre el impacto que puede tener la salida del reino unido de la Unión Europea.

Para el turismo y para otros sectores de la provincia de Málaga la salida de este país del mercado comunitario puede tener unos efectos negativos y por ello toda la información que se pueda proporcionar para tomar las medidas oportunas y minimizar las consecuencias negativas es bienvenida.

Esta jornada se celebró en la sede de la cámara de Comercio y se congregaron más de 30 personas.



VOLVER AL INDICE

TALLER "THE TRAVELLING BRAND"

20 DE JUNIO

Este taller se llevó a cabo en la sede del Vivero de Empresas que la Cámara tiene en San Pedro Alcántara (Marbella), lugar de la Costa del Sol donde se concentra una gran cantidad de empresas pymes y emprendedores del sector turístico.

PROGRAMA

10:00 – 10:30	BIENVENIDA Y PRESENTACIÓN DE LA JORNADA Representante de la Cámara de Comercio de Málaga. Representante de Andalucía Emprende. Junta de Andalucía.
10:30 – 11:00	LOS DIFERENTES ASPECTOS DE LA INNOVACIÓN EN LA PYME. PROGRAMAS DE AYUDA DE LA CÁMARA DE COMERCIO D. Iván Cortés. Área de Turismo. Cámara de Málaga.
11:00 – 11:45	NAMING, COMPONENTE VERBAL DE UNA MARCA D. Vicente Ortiz. Redactor, nombrador y social media en Sextaplanta.
11:45 – 12:30	DISEÑO GRÁFICO D. Michele Geroldi. Diseñador gráfico y web en Sextaplanta.
12:30 – 13:15	ESTRATEGIA DIGITAL D. Javier Ortiz. Experto en turismo y estrategia digital y fundador en Sextaplanta.
13:15	**Fin de la jornada**

"ENCUENTROS EMPRESARIALES. DESARROLLO TURÍSTICO MÁLAGA – OMÁN"

19 DE SEPTIEMBRE

Esta jornada tenía el objetivo de analizar las oportunidades de negocio existentes en el ámbito turístico entre Málaga y el Sultanato de Omán. Este pequeño pero importante y rico país del Golfo Pérsico se caracteriza por los numerosos proyectos y oportunidades existentes para el desarrollo de infraestructuras y proyectos relacionados con el turismo. Las autoridades de este país musulmán están apostando fuertemente en los últimos años por el desarrollo de su sector turístico y por el aprovechamiento del lugar

VOLVER AL INDICE

en el cual se encuentra situado este país rico en recursos turísticos.

Al final de la jornada, las empresas y asistentes malagueños interesados pudieron reunirse con otros empresarios omaníes que estuvieron presentes en la jornada. Mantuvieron pequeños encuentros e intercambiaron tarjetas y datos de contacto.

ENCUENTROS EMPRESARIALES. DESARROLLO TURÍSTICO MÁLAGA-OMÁN

19 DE SEPTIEMBRE DE 2019

C/ Cortina del Muelle, 23, 29015–Málaga

"FORO DE COOPERACIÓN BILATERAL ENTRE MOSCÚ Y MÁLAGA"

21 DE OCTUBRE

El 21 de octubre se celebró en la Cámara de Comercio de Málaga un Foro Empresarial de «Desarrollo de la cooperación bilateral entre Moscú y Málaga» en el marco de las Jornadas de Moscú en el Reino de España. En este Foro se propusieron los siguientes temas: atracción turística de las dos capitales, atractivo del turismo cultural e histórico; aumento del flujo turístico entre las ciudades; desarrollo del turismo para mejorar la salud; formación de la zona turística mutua y entre otros.

La delegación de Moscú estuvo encabezada por Sergey Cheremin, Ministro del Gobierno de Moscú, Jefe del Departamento de Relaciones Económicas Exteriores e Internacionales de Moscú. La delegación también incluyó a los jefes y representantes de empresas y organizaciones de Moscú.

La participación en el evento fue de carácter gratuito.

Se reunieron más de una treintena de empresarios de todos los sectores, aunque la gran mayoría fueron del sector turístico. Rusia es un mercado de gran importancia para el turismo malagueño, ya que es un mercado de gran capacidad adquisitiva y por tanto efectúan un gasto muy alto en cuanto a sus vacaciones no solamente en verano sino también en invierno, con lo que también contribuye a la desestacionalización y a que se mantengan los negocios relacionados con el turismo abiertos durante todo el año.

"PRESENTACIÓN PROYECTO GREENINMED"

27 DE NOVIEMBRE

El 27 de noviembre se presentó en la Cámara de Comercio de Málaga el proyecto GREEN IN MED.

Bajo este proyecto la Cámara de España ayudará a PYMES turísticas del arco mediterráneo a ahorrar más de un 10% de su consumo de agua y energía.

La industria turística del Mediterráneo lideró en 2017 el crecimiento del turismo internacional y utiliza grandes cantidades de agua y energía. La Cámara de España lidera el proyecto europeo GREENinMED cuyo objetivo es mejorar la competitividad de las pymes turísticas a través de la innovación ecológica.

En España, participan empresas de Andalucía, Murcia, Valencia, Cataluña y Baleares

Aire acondicionado de agua de mar; dispositivos de ahorro de agua y energía para los spas, riegos eficientes de jardines y campos de golf o sistemas de reutilización de agua para los equipos de climatización, son algunas de las eco-innovaciones que han demostrado ya su eficiencia en

otros sectores o grandes cadenas hoteleras y que pueden ser adoptados por pequeñas y medianas empresas y mejorar así su competitividad.

El proyecto, que lidera la Cámara de España, cuenta con un presupuesto 1.580.135€ y una ayuda del 90 % (1.422.122 €.); participan como socios colaboradores el centro tecnológico francés "Pole de Competitivité Capenergies" y tres socios israelíes, reconocidos internacionalmente por sus avances tecnológicos en materia de agua y energía, como "Israeli WaterAssociation", "AravaInstituteforEnvironmentalStudies" y "KinneretCollege".

En España, el proyecto está dirigido a empresas localizadas en las Comunidades Autónomas de Andalucía, Murcia, Valencia, Cataluña y Baleares y participan en calidad de asociados el Parque Tecnológico de Andalucía, el Ayuntamiento de Málaga, Turismo y Planificación de la Costa del Sol y la Universidad de Málaga.

Los mecanismos de apoyo que utilizará GREENinMED para cumplir sus objetivos son:

Crear una red transfronteriza que identifique y analice las tecnologías y servicios existentes más relevantes sobre ecoinnovación para la industria turística y los adapte a las necesidades reales de las PYME.

Ofrecer servicios de consultoría para mejorar la adaptación de las nuevas soluciones y productos a las necesidades de las PYME, con el fin de fomentar su adopción para ser más eficientes y competitivas.

Apoyar financieramente el desarrollo nuevos sistemas de ecoinnovación (a través de subvenciones) para generar nuevos productos y servicios más eficientes en la gestión de agua y energía. Especialmente, se fomentará el crecimiento de "spin-offs" vinculadas a estas temáticas.

PROGRAMA DE LA JORNADA:

9.00-9.30h	**Recepción de participantes**	
9.30-10 h.:	**Apertura del acto**	
	Intervienen::	**Alcalde de Málaga** **Representante de la Unión Europea en España** **Presidente de Cámara de Málaga.**
10.00-10.45 h	**Mesa Redonda: Tecnologías eficientes en agua y energía relevantes para la industria Turística**	
	Intervienen::	**Centro Tecnológico CapEnergies** **Israel WaterAssociation** **AravaInstitute** **KinneretCollege** **Cámara de España (modera)**
10.45-11.30 h	**Mesa Redonda: Principales Retos y Casos de éxito en Andalucía.**	
	Intervienen::	**Parque Tecnológico de Andalucía** **Facultad de Turismo- Universidad de Málaga** **Empresa- Patronato de Turismo de la Costa del Sol(modera)** **Empresa caso éxito: BIOAZUL, METRICA6.**
11.30 horas:	**Votación Power vote- y café networking.**	

VOLVER AL INDICE

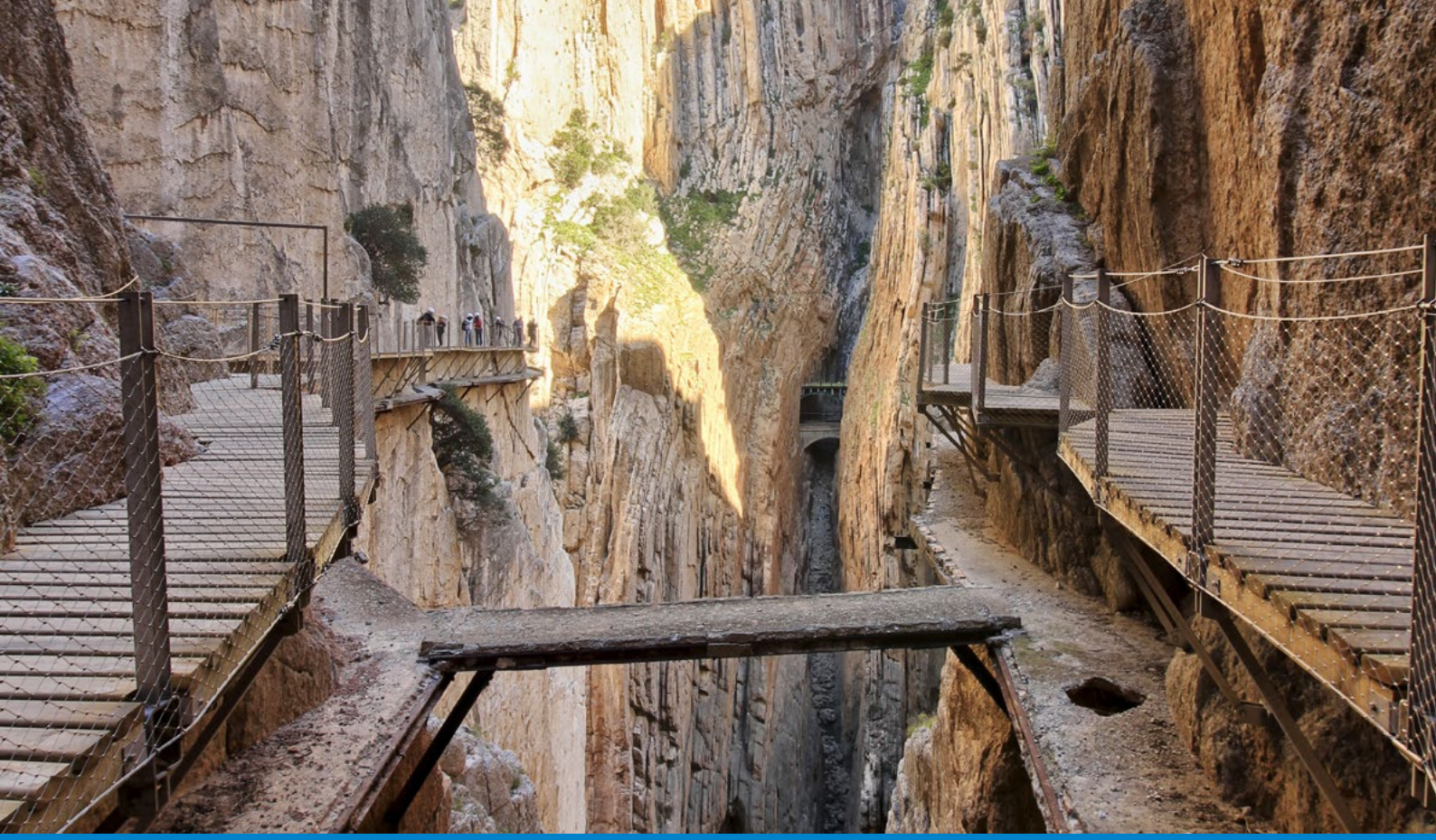


Imagen de Alfonso Cerezo en Pixabay

VI.- DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

VI.II.- ÁREA DE TURISMO

3.- PROYECTOS DESARROLLADOS Y SOLICITADOS

VOLVER AL INDICE

VI.2.3. PROYECTOS DESARROLLADOS Y SOLICITADOS

1. COLABORACIÓN CON LA TERCERA EDICIÓN DEL MÁSTER DE DIRECCIÓN HOTELERA DE LA FACULTAD DE TURISMO DE LA UMA.

Por tercera vez la Cámara de Comercio gestiona las prácticas en empresas de los alumnos del III Máster de Dirección y Gestión Hotelera organizado por la Facultad de Turismo de la Universidad de Málaga. La Universidad de Málaga remunera por esta labor a la Cámara de Comercio.

2. Q DE CALIDAD TURÍSTICA.

La Cámara de Comercio de Málaga continúa siendo sede de la Delegación Territorial del ICTE en Málaga y provincia, fruto de un acuerdo con el Instituto para la Calidad Turística Española y la entidad cameral.

La calidad es el elemento diferenciador por excelencia. Por ello, la Cámara de Comercio de Málaga, desde el Área de Turismo promueve la implantación de la "Q" de Calidad Turística entre todas las empresas del sector turístico la provincia de Málaga."

3. PROYECTOS PRESENTADOS

PROYECTO GREEN IN MED. UNIÓN EUROPEA.

Este programa, cuyo socio es la Cámara de España, cuenta con la colaboración de la Cámara de Comercio de Málaga. Su objetivo se centra en la mejora de soluciones eco innovadoras en materia de gestión de energía y agua en el sector turístico.

La Cámara de Málaga desarrolló una jornada que tuvo lugar el 27 noviembre 2019 con el título "Acercando la innovación en Agua y Energía a las pymes turísticas" y su objetivo fue ofrecer soluciones en estas materias a hoteles, campings, campos de golf, balnearios, centros de ocio, consultoras, etc...

PROYECTO TURISMO AZUL

Dados los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible marcados por la Organización de Naciones Unidas, y conocida la importancia de los mares y océanos, desde la Cámara de Comercio de Málaga y junto a la colaboración del Clúster Marítimo Marino de Andalucía, hemos impulsado esta iniciativa encaminada a promover la consecución de los objetivos marcados en la Agenda 2030, concretamente aquellos enmarcados en el segmento del Turismo Azul, a través de un proyecto piloto que sirva de guía para que las instituciones y empresas puedan contribuir a conseguir el bienestar y el crecimiento económico mundial.

VOLVER AL INDICE

PROYECTO ARCHIPIÉLAGO

Cámara de España solicita la colaboración a Cámara de Comercio de Málaga para participar el proyecto Archipiélago, basado en el desarrollo de especialidades de formación profesional en Mauritania.

SMART LEARNING PATHS FOR TOURISM PROFESSIONALS. UNIÓN EUROPEA.

La Cámara de Comercio de Málaga colabora en la solicitud de este proyecto con la Cámara de Comercio de Sevilla. El objetivo de dicho es proyecto es el apoyo al desarrollo de una oferta enseñanza en el sector turístico.

THE MEDITERRANEAN NET TO EXPORT MSMES AND START UPS TALENT. NEST. UNIÓN EUROPEA

Con la experiencia adquirida tras solicitar el proyecto MEDEXPORT, junto con socios de Egipto, Túnez, Líbano, Francia y España, la Cámara de Comercio de Málaga vuelve a solicitar el proyecto mejorado llamado The mediterranean net to Export mSmes and Start ups Talent. NEST, liderado por la Cámara de Gerona.

El proyecto persigue contribuir al desarrollo económico de Egipto, Túnez, Líbano, Francia y España a través de una mejora en los niveles de internacionalización de sus micro, pequeñas y medianas empresas de reciente creación y start-ups.

4. ASOCIACIÓN DE CÁMARAS DE COMERCIO DEL MEDITERRÁNEO (ASCAME).

PROYECTO HELIX+: REPRESENTACION ASCAME

La Cámara de Comercio de Málaga representó a la Asociación de Cámaras de Comercio del Mediterráneo, ASCAME, y presentó el proyecto Interreg Med 4Helix+, del cual ASCAME es socio, en Croacia en el mes de noviembre.

EBSOMED/LOGISTIC

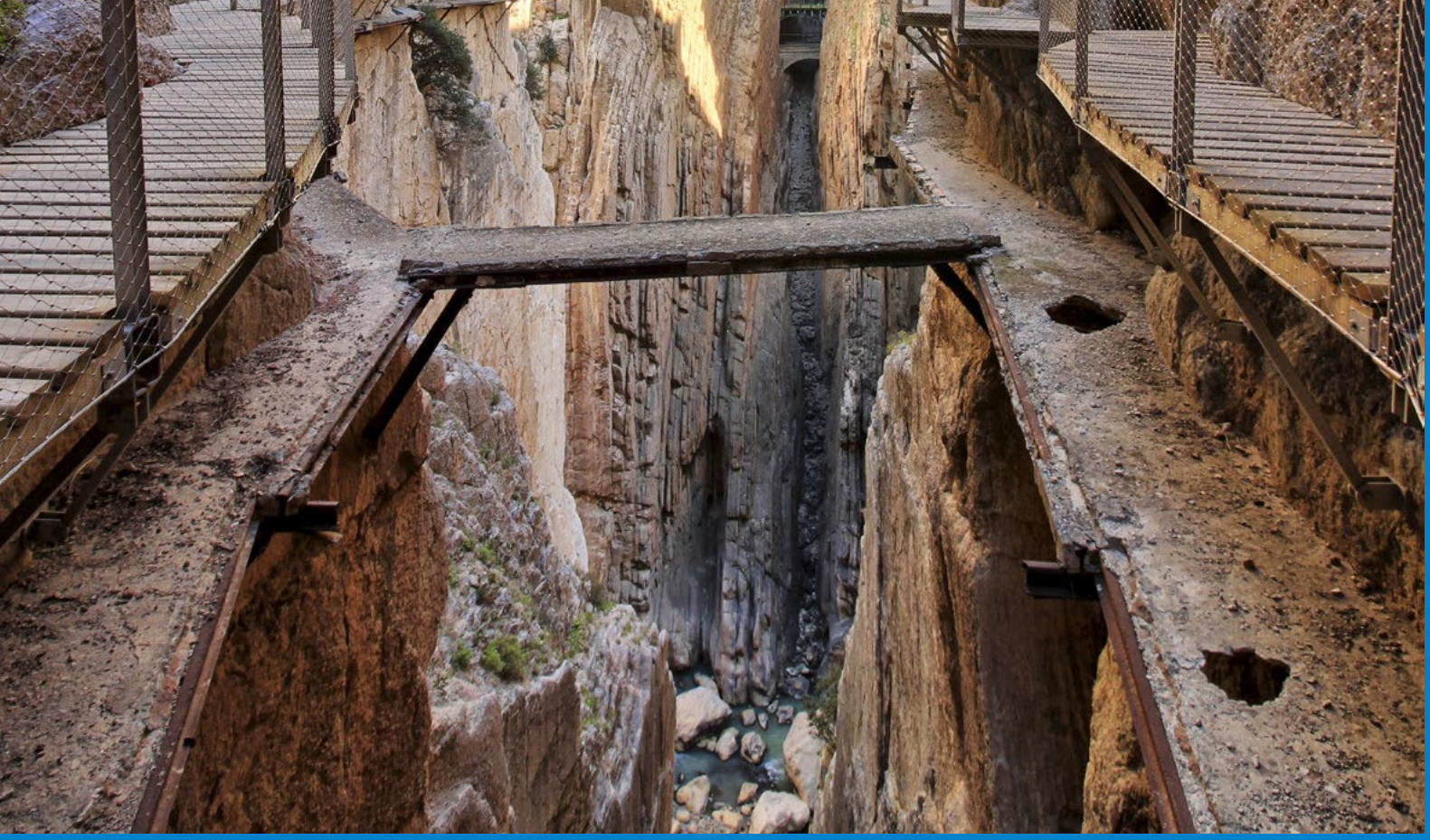
La Cámara de Comercio de Málaga asistió a la presentación del EBSOMED/Medalogistics, que tuvo lugar en el mes de junio en Barcelona.

COMISION DE TURISMO DE ASCAME

La Cámara de Comercio de Málaga, que preside la Comisión de Turismo de ASCAME, organiza una Comisión el 14 de julio, aprovechando la celebración del Foro de Turismo del Mediterráneo, MEDITOUR, que se celebró en Alejandría. El orden del día de la reunión fue el siguiente:

1	**Aprobación del acta de la última reunión.**
2	**Foro de turismo mediterráneo - MEDITOUR 2019**
3	**Departamento de proyectos de ASCAME**
4	**Identificación de desafíos y líneas estratégicas del sector turístico en el Mediterráneo.**
5	**Programas de apoyo al sector turístico: caso de la Cámara de Comercio de Málaga**
6	**Propuestas y preguntas diversas.**

VOLVER AL INDICE



VI.- DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

VI.II.- ÁREA DE TURISMO

4.- CONSULTAS E INFORMACIÓN SOLICITADA

VOLVER AL INDICE

VI.II.4. CONSULTAS E INFORMACIÓN SOLICITADA

Se han atendido más de 100 consultas relacionadas con los diferentes aspectos que más afectan a las empresas turísticas, ayudas y subvenciones en materia turística, cómo registrarse en el Registro de Turismo de Andalucía, normativa sobre las viviendas de uso turístico, listados de agentes en otros países, etc.

Un servicio que cada vez está siendo más solicitado, es la demanda de información por parte de las empresas turísticas en los diferentes campos dentro del sector turístico.

En este sentido, muchas empresas turísticas se han interesado por cómo obtener listados de información sobre posibles contactos en los mercados internacionales con el fin de encontrar posibles vías de negocio y apertura de nuevos clientes. De esta manera y dada nuestra experiencia en la elaboración de agendas de negocio para empresas en determinados mercados así como el conocimiento de varios de ellos podemos hacer llegar algunos contactos filtrados dentro de algunos subsectores como el MICE (Meetings, Incentives, Congress and Events), Sol y Playa, Aventura, etc.

También se han atendido consultas sobre emprendedores que desean crear una empresa turística y quieren conocer posibles ayudas para llevar a cabo su proyecto, o también conocer la normativa turística que rige en nuestra comunidad.

VOLVER AL INDICE

VII.- DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y RECAUDACIÓN

VOLVER AL INDICE

VII.- DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y RECAUDACIÓN

Este Departamento tiene encomendadas distintas funciones, todas ellas relativas tanto a la gestión del denominado "recurso cameral permanente", como a la contabilidad y preparación y liquidación de distintos impuestos.

En el mismo están integradas las tres áreas, que se indican a continuación:

VII.1.- ÁREA DE RECAUDACIÓN

VII.2.- ÁREA JURÍDICA DE RECAUDACIÓN

Estas dos áreas tienen encomendadas distintas funciones, entre las que se hallan toda la gestión del denominado "Recurso Cameral Permanente", referidas exclusivamente a aquellas cuotas no prescritas.

VII.3.- ÁREA DE ADMINISTRACIÓN

Es la encargada de todo lo concerniente a la contabilidad de la Corporación y a la gestión de los distintos impuestos a los que se halla sometida la Cámara (IVA, impuesto sobre sociedades, IRPF, etc.).

El trabajo de la misma consiste en la elaboración de presupuestos ordinarios y extraordinarios, control y contabilización de los distintos ingresos y gastos de la Cámara gestión de la Caja de la Corporación y gestión y emisión de liquidaciones de impuestos con la Agencia Tributaria.

Independientemente de todo lo anterior, lógicamente existe una interrelación y coordinación muy directa con el resto de Departamentos de la Corporación, para permitir que los mismos dispongan de toda aquella información y documentación contable que les son necesarias (documentos, certificados oficiales, informes, justificantes, control de nóminas, etc.), tanto para justificar proyectos, como solicitar subvenciones y liquidar los Planes Camerales de Formación y de Comercio Exterior.

VOLVER AL INDICE

La Memoria de la Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Provincia de Málaga del año 2019, se terminó de maquetar en Málaga, en Gráficas Urania, el 16 de junio de 2020

Cámara
Málaga

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