



**CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO,
INDUSTRIA, SERVICIOS Y
NAVEGACION DE LA PROVINCIA DE
MALAGA**

**INFORME DE GOBIERNO
CORPORATIVO
AÑO 2019**

Fecha: Mayo 2020

Índice

1. PRESENTACIÓN

2. DATOS RELATIVOS A LA ENTIDAD

2.1. Datos identificativos

2.1.1. Denominación social

2.1.2. CIF

2.1.3. Domicilio social

2.1.4. Otras dependencias

2.1.5. Página web

2.2. Naturaleza jurídica y fines

2.3. Ámbito territorial y adscripción

2.3.1. Demarcación

2.3.2. N° empresas censo

2.3.3. N° empresas aportación voluntaria

2.4. Encomiendas de gestión

2.5. Procedimientos de contratación

3. MARCO NORMATIVO BÁSICO

3.1. Marco normativo estatal

3.2. Marco normativo autonómico

3.3. Marco normativo interno

4. GOBIERNO CORPORATIVO

4.1. Órganos de gobierno

4.1.1. Pleno

4.1.2. Comité Ejecutivo

4.1.3. Presidente

4.2. Desarrollo de las reuniones y quórum

4.2.1. Del Pleno

4.2.2. Del Comité Ejecutivo

4.3. Principios de buen gobierno corporativo

- 4.3.1. Código de buenas prácticas
- 4.3.2. Protección de datos personales
- 4.3.3. Prevención de riesgos laborales
- 4.3.4. Comunicación
- 4.3.5. Control y transparencia

5. ÓRGANOS DE GOBIERNO EN EL AÑO 2019

- 5.1. Pleno
- 5.2. Comité Ejecutivo
- 5.3. Presidente
- 5.4. Comisiones
- 5.5. Representaciones en otras entidades
- 5.6. Nº de Plenos y Comités Ejecutivos celebrados y nº de asistentes.
 - 5.6.1 Plenos
 - 5.6.2 Comités Ejecutivos

6. CORTE DE ARBITRAJE

- 6.1. Funciones
- 6.2. Consejo Superior Arbitral
- 6.3. Comité Permanente de la Corte de Arbitraje

7. SERVICIO DE MEDIACION



1. PRESENTACIÓN

La Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Provincia de Málaga con el propósito de dar mayor transparencia y de poner en conocimiento del empresariado y de la sociedad en general su funcionamiento y estructura organizativa, elabora el presente informe de “Buen Gobierno”.

Este informe junto con las cuentas anuales y el informe de auditoría se depositarán en el Registro Mercantil de Málaga de acuerdo con lo previsto en los artículos 45.5 y 47.2. e) de la Ley 4/2019, de 19 de noviembre, de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Andalucía.

Para su elaboración se ha tenido en cuenta la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, en cuyo artículo 2.1.e) hace referencia dentro de su ámbito de aplicación a las corporaciones de Derecho Público en lo relativo a sus actividades sujetas a Derecho Administrativo.

2. DATOS RELATIVOS A LA ENTIDAD

2.1. Datos identificativos

2.1.1. Denominación social: CAMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACION DE MALAGA

2.1.2. CIF: Q2973001G

2.1.3. Domicilio social: Calle Cortina del Muelle, 23 – 29015 Málaga.

2.1.4. Otras dependencias:

Escuela de Negocios: Calle Pedro de Toledo, 1 -5º, 29015 Málaga.

Vivero de Empresas (Galia): Calle Jaén, 9 - 29004 Málaga.

Vivero de Empresas (San Pedro Alcántara): Calle Eslovaquia, 15 - 29670 Marbella.

2.1.5. Página web: camaramalaga.com

2.2. Naturaleza jurídica y fines

La naturaleza y fines de las Cámaras de Comercio están definidos en los artículos 2 y 3 de la Ley 4/2014, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación (BOE nº 80 de 2 de abril de 2014).

- Naturaleza jurídica

Las Cámaras de Comercio son corporaciones de derecho público con personalidad jurídica y plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines, que se configuran como órganos consultivos y de colaboración con las Administraciones Pública, sin perjuicio de los intereses privados que persiguen.

- Fines

Las Cámaras de Comercio tienen como finalidad la representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, la industria, los servicios y la



navegación, así como la prestación de servicios a las empresas que ejerzan las indicadas actividades. Asimismo, ejercerán las competencias de carácter público que les atribuye la ley y las que les puedan ser asignadas por las Administraciones Públicas.

2.3. Ámbito territorial y adscripción

2.3.1. Demarcación: Toda la provincia de Málaga.

2.3.2. N° empresas censo: 209.111 licencias comerciales.

2.3.3. N° empresas de aportación voluntaria: 0.

2.4. Encomiendas de gestión

INNOCÁMARAS - INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN POR Y PARA LAS EMPRESAS.

En el periodo 2014-2020 InnoCámaras continuará vigente, en el marco del “PROGRAMA OPERATIVO PLURIRREGIONAL DE ESPAÑA FEDER 2014-2020”. Está cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) de la Unión Europea y con aplicación en todo el territorio nacional, y aprobado por la Comisión Europea en la Decisión de ejecución 19.12.2017, C (2017) 8950 final, siendo la fecha de comienzo de elegibilidad de los gastos el 1 de Enero de 2014, siendo su Objetivo Temático potenciar la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación y su Objetivo Específico el 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.

La tasa de ayuda para actuaciones de empresas será del 70% de subvención sobre el gasto elegible a inversiones en innovación para PYMES y Autónomos. Cofinanciada la subvención por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

El Programa está dirigido a autónomos, microempresas, pequeñas o medianas empresas, pertenecientes a los sectores industriales, comerciales y de servicios, sin perjuicio del pleno respeto a lo dispuesto por los Reglamentos y Directivas comunitarias especiales, que cumplan la norma MINIMIS y estén al corriente de pago con las obligaciones tributarias y de Seguridad Social.

El objetivo general del Programa es 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 y sostenible.

Como **objetivos específicos**, se pretende:

- Desarrollar una metodología que ofrezca al empresario fórmulas para adoptar una actitud sensible y favorable a la innovación.
- Apoyar a las pequeñas y medianas empresas en el desarrollo de soluciones para aplicar la cultura de innovación.
- Favorecer la creación de redes empresariales que fomenten la difusión del conocimiento y las mejores prácticas.
- Favorecer la transferencia de tecnología y conocimiento desde organismos e instituciones públicas y privadas a las pequeñas y medianas empresas.

El Programa se materializa a través de las siguientes actuaciones:

Acciones Individuales. Plan de Apoyo a la Innovación. Se desarrollan una serie de actuaciones para sensibilizar y apoyar a las empresas y engloba dos fases secuenciales y progresivas:

Fase I: Diagnóstico asistido de Innovación. Elaborado por Tutores especializados, previamente seleccionados y contratados por la Cámara de Comercio para detectar la estrategia y posicionamiento de la empresa frente a sus competidores, conocer el modelo de negocio con el fin de determinar qué procesos de su cadena de valor pueden ser objeto de mejora, determinar qué papel juega la innovación y la tecnología dentro de la estrategia y cadena de valor de la empresa, así como su capacidad para impulsar de forma sistemática proyectos de i+D+i e identificar las áreas prioritarias de mejora para la empresa.

Fase II: Plan de Apoyo a la innovación. El Programa pone a disposición de cada empresa participante un Asesor experto en procesos de innovación empresarial, con el fin de guiarles en la incorporación de soluciones y métodos de gestión de la innovación detectados en el Diagnóstico previo.

Acciones Transversales complementarias, para fomentar la difusión de la cultura de la innovación y del conocimiento entre las empresas destinatarias.

La Cámara de Comercio de Málaga, ejecuta el Programa desde el año 2007, captando empresas beneficiarias del Programa con interés en abordar actuaciones en materia de innovación y siempre que estén dispuestas a aportar tiempo y recursos para cofinanciar su participación en el Programa Innocámaras; En el ejercicio 2019 se tramitaron 356 solicitudes y se beneficiaron del Programa 60 empresas de las cuales a 57 de ellas se les realizó un diagnóstico individualizado e informó sobre planes de innovación a implantar



en las mismas, de las cuales 55 decidieron seguir adelante con la implantación, en la Fase II del Programa.

PROGRAMA TICCÁMARAS

La Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, junto con la Cámara de Comercio de Málaga, puso en 2014 en marcha el *Programa TICCámaras* en el marco del Programa Operativo “Investigación, Desarrollo e Innovación por y para las Empresas – Fondo Tecnológico” con aplicación en el territorio nacional, estando cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y por la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Málaga.

Este Programa tiene como objetivo impulsar la incorporación sistemática de las TIC a la actividad habitual de las pymes, como herramientas competitivas claves en su estrategia, así como maximizar las oportunidades que ofrecen para mejorar su productividad y competitividad. Para ello, potenciará la adopción, por parte de éstas, de metodologías que permitan incorporar las TIC de modo sistemático a su actividad empresarial habitual.

Se trata, en definitiva, de contribuir a la mejora de la competitividad de las PYME, microempresas y autónomos, mediante la adopción de una cultura, uso y aprovechamiento permanente de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en sus estrategias empresariales, para lograr un crecimiento económico sostenido.

El Programa TICCámaras se caracteriza por su orientación hacia las necesidades específicas de las empresas destinatarias, mediante el desarrollo de una metodología mixta de diagnóstico, apoyo en el proceso de implantación de soluciones y difusión del conocimiento. El Programa se materializa a través de las siguientes acciones de apoyo directo:

Fase I: Diagnóstico Asistido de TIC. En esta fase, se incluye un sistema de diagnóstico asistido y personalizado. Consiste en la realización de un análisis exhaustivo del nivel de digitalización de la empresa que permite conocer el esquema y situación del nivel de competitividad de la misma en su entorno económico y de mercado, así como identificar sus necesidades tecnológicas (alineadas con sus necesidades estratégicas y operativas). En base a estas necesidades y a la identificación de las áreas estratégicas donde las TIC pueden convertirse en oportunidades de mejora de la competitividad, tanto a nivel interno (procesos, información y personas), como a nivel externo (relaciones con clientes, proveedores y colaboradores), se realizará una serie de recomendaciones de implantación de soluciones pertenecientes a las tres líneas de actuación que contempla el Programa.

Utilización de las TIC para la mejora de la competitividad: herramientas de productividad, ERP, CRM... con clara orientación a la nube (*cloud computing*).

Comercio Electrónico.

Marketing Digital: SEO, SEM, email marketing, analítica web, *social media*, reputación online, aplicaciones móviles o cualquier otra herramienta, buena práctica o tendencia tecnológica que aparezca en el mercado.

Para la ejecución de esta fase, el Programa contará con una red de Asesores Tecnológicos, pertenecientes a las Cámaras, especializados y formados en la metodología del Programa, que dinamizarán y apoyarán el desarrollo del mismo y serán el referente o soporte de las empresas destinatarias a nivel local.

Una vez concluido el diagnóstico se continuará con la elaboración, por parte del Asesor Tecnológico de la Cámara, de un Informe de Recomendaciones y de uno o varios Documentos de Definición de Proyecto, que servirán como base para la solicitud de ofertas a proveedores y la elaboración del Plan personalizado de Implantación.

Al final de esta fase se concretará el Plan Personalizado de Implantación, que recogerá las características de los proyectos a implantar, los proveedores seleccionados para acometer los mismos y la financiación comprometida. Para cada proyecto se definirán los conceptos y costes elegibles, así como los plazos de ejecución y justificación de la inversión realizada.

Fase II: Implantación. Tras su participación en la primera fase del Programa, una vez que la empresa cuenta con el diagnóstico y el correspondiente Plan Personalizado de Implantación consensuado, las empresas que se encuentren interesadas en avanzar en el proceso iniciarán una segunda fase en la que, proveedores registrados, externos a las Cámaras, realizarán la implantación de las soluciones que las empresas beneficiarias deseen implantar, recogidas en el Plan Personalizado de Implantación.

El coste elegible asociado a la implantación de las soluciones incluidas en la fase II será variable en cada caso, estimándose **un máximo** de 7.000 € (IVA no incluido) por empresa, siendo prefinanciados en su totalidad por la empresa destinataria, quien recuperará el 70% del coste elegible asociado a la inversión realizada según los términos y cuantías acordados en su plan de implantación, siempre y cuando se justifique la inversión realizada en los términos y plazos acordados.

A lo largo del desarrollo de este Programa se han tramitado en 2019 un total de 280 solicitudes y se beneficiaron 60 empresas a las que se les ha desarrollado un diagnóstico de situación de las TICs en las mismas junto a un informe de actuaciones preferentes. En una segunda fase han sido 49 las empresas que han incorporado distintas soluciones tecnológicas a sus empresas.



PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

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.

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

- 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:

- 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. 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.

PROGRAMA XPANDE DIGITAL (2014-2020)

La Cámara de Comercio de Málaga, junto con la Cámara de Comercio de España, contando con la cofinanciación 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.

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)

FASES DEL PROGRAMA

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 70% 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.

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.

EMPRESAS ATENDIDAS EN EL PROGRAMA XPANDE DIGITAL 2019: Cincuenta empresas atendidas en el programa Xpande Fase 1 y Fase 2. Entre ellas hay empresas pertenecientes a todo tipo de sectores.



PLAN DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL "PIP":

La Cámara de Comercio de Málaga, junto con la Cámara de Comercio de España, contando con la cofinanciación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional / FEDER), ha puesto en marcha el **Plan Internacional de Promoción (PIP)**, destinado a **promover la internacionalización de las empresas** a través de diferentes actuaciones de promoción internacional, tales como misiones comerciales directas, misiones comerciales inversas, participación agrupadas en ferias, visita a ferias, etc.

OBJETIVOS PRINCIPALES:

- Fomentar la cultura de la internacionalización como aspecto clave previo al aumento de la base exportadora española.
- Fortalecer la capacitación del capital humano en materia internacional con el fin de mejorar la competitividad exterior de la empresa española a medio plazo.
- Facilitar información a las empresas para un mejor desarrollo de sus procesos de internacionalización.
- Facilitar la salida al exterior de la empresa española.
- Apoyar la mejora de la posición de la empresa y su competitividad a través de la internacionalización.
- Contribuir al aumento de la base exportadora española y favorecer la consolidación de un número mayor de empresas exportadoras regulares.
- Contribuir a la diversificación de los mercados de destino de las exportaciones españolas.
- Favorecer el incremento del valor añadido de las exportaciones españolas.

EN QUÉ CONSISTE:

Desde el Departamento de Comercio Exterior y Turismo organizamos fundamentalmente **4 tipos de acciones de promoción: Misiones Comerciales Directas** (donde se organizan agendas de reuniones personalizadas para cada una de las empresas participantes en destino), **Misiones Comerciales Inversas** (donde se invitan a los compradores a visitar el destino para conocerlo de primera mano, también llamado en el sector turístico FamTrip o viaje de familiarización), **Visitas a Ferias** (en estas acciones no se cuenta con espacio expositivo) y **Participación en Feria** (en esta acción sí se cuenta con espacio expositivo).

Las acciones que se desarrollaron durante 2019:

MISIONES COMERCIALES				
ACCION	SECTOR	CIUDAD/ES (DESTINO)	FECHA DE CELEBRACIÓN (INICIO)	FECHA DE CELEBRACIÓN (FIN)
MISION COMERCIAL DIRECTA A JAPÓN Y TAIWÁN	TURISMO	TOKIO Y TAIPEI	08/06/2019	15/06/2019
MISION COMERCIAL DIRECTA A CANADÁ	TURISMO	TORONTO Y MONTREAL	22/06/2019	29/06/2019
MISIÓN COMERCIAL DIRECTA A EMIRATOS ÁRABES Y OMÁN	MULTISECTORIAL	DUBAI Y MUSCATE	05/04/2019	13/04/2019
MC COLOMBIA - PANAMA	MULTISECTORIAL	CIUDAD DE PANAMÁ Y BOGOTÁ	22/06/2019	29/06/2019
MC INDONESIA / SINGAPUR	MULTISECTORIAL	YAKARTA	12/10/2019	19/10/2019
MC CHINA	MULTISECTORIAL	BEIJIN Y SHANGHAI	09/11/2019	16/11/2019

VISITA A FERIAS				
ACCION	SECTOR	CIUDAD/ES (DESTINO)	FECHA DE CELEBRACIÓN (INICIO)	FECHA DE CELEBRACIÓN (FIN)
VISITA A LA FERIA ITB BERLÍN	TURISMO	BERLIN	05/03/2019	08/03/2019
VISITA A LA FERIA IFTM TOP RESA	TURISMO	PARÍS	01/10/2019	04/10/2019
VISITA A LA FERIA ICEF	TURISMO	BERLÍN	03/11/2019	05/11/2019

VISITA A LA FERIA WORLD TRAVEL MARKET	TURISMO	LONDRES	04/11/2019	06/11/2019
VISITA A LA FERIA AMERICAN FILM MARKET	TURISMO	LOS ANGELES	06/11/2019	13/11/2019
VISITA FERIA INTERCIONAL MIPIM 2019	INMOBILIARIO	CANNES	11/03/2019	14/03/2019

PARTICIPACION EN FERIA AGRUPADA				
NOMBRE DE LA ACTUACIÓN	SECTOR	CIUDAD/ES (DESTINO)	FECHA DE CELEBRACIÓN (INICIO)	FECHA DE CELEBRACIÓN (FIN)
PARTICIPACIÓN AGRUPADA FERIA DEL LIBRO DE BUENOS AIRES	EDITORIAL	BUENOS AIRES	21/04/2019	26/04/2019

PROGRAMA DE GESTIÓN DE MARCA PARA LA INTERNACIONALIZACION (GMI):

Descripción del Programa 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.

El Programa consta de las siguientes fases:

- Fase I de 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 de Ayudas. La fase de ayudas del Programa GMI, a su vez se divide en:

– Fase II-A de 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 de 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 del programa cinco empresas.

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 de 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.

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 del programa cinco empresas.

PROGRAMA DE COMERCIO MINORISTA 2019

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.

Estas actuaciones tienen como principal destinatario a las microempresas, pymes, autónomos y emprendedores del comercio minorista. Abordan distintas problemáticas existentes en el ciclo de vida del comercio, ayudándoles a satisfacer, a través de

metodologías comunes y homogéneas para todas las Cámaras, necesidades particulares de las pymes y emprendedores mediante la prestación de servicios personalizados y asistidos por técnicos especialistas de las propias Cámaras.

Durante el ejercicio 2019 se han realizado las siguientes actuaciones:

1.1.- Dinamización de Centros Comerciales Urbanos:

Hemos realizado un total de 8 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.

1.1.1.- **Asociación 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

1.1.2.- **Asociación Centro Comercial Abierto de Benalmadena (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.

1.1.3.- **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.

1.1.4.- **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 “*Cruzopoly*” 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.

1.1.5.- **CCA Casco Antiguo de Marbella- Asociación de Comerciantes y profesionales del Casco Antiguo de Marbella** : “Plan Estratégico del Centro comercial Abierto”, 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.

1.1.6.- **Centro Comercial Abierto de Nerja (Nerja Centro)**: ”El Centro te Sonríe”, ”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...

1.1.7.- **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.

1.1.8.- **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.

1.2.- Actividades divulgativas y de innovación.

En cuanto a las actividades divulgativas hemos realizado un total de 5 talleres en los que se han formado un total de 153 comerciantes de la provincia de Málaga.

1.2.1.- **“Técnicas de venta y desarrollo de negocio: cómo conseguir y fidelizar clientes hoy”**, realizada en Mercado Municipal Del Carmen de Málaga.

.2.2- **“Saber Comunicar en la empresa: marca personal, marketing digital y redes sociales”**, realizada en el municipio de Marbella.

1.2.3.- **“La venta emocional Vs venta técnica: reinventando la gestión de la venta comercial”**, jornada que se realizó en las instalaciones del Vivero de Empresas de San Pedro de Alcántara.

1.2.4.- **“Organización de Eventos en el comercio”**, celebrada en el Salón de Actos de la Corporación.

1.2.5.- **“Mejora la competitividad a través de FB e Instagram”**, la celebramos en la sede de la Asociación de Torremolinos Abierto.

PROGRAMA PLAN DE EMPRENDIMIENTO – ESPAÑA **EMPRENDE**

Este programa está centrado en la asistencia técnica de todo el ciclo vital de un proyecto empresarial habiéndose atendido en el ejercicio 2019 a 217 usuarios.

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

En el marco del Programa hemos organizado una serie de actuaciones de formación, tanto para informar de la creación de la empresa como desde el punto de vista de consolidación empresarial. Estas actuaciones han sido:

1.- “CÓMO MONTAR TU EMPRESA Y NO MORIR EN EL INTENTO. ATRÉVETE A EMPRENDER”: I.E.S Jesús Marín de Málaga capital.

La jornada se realizó el 12 de febrero de 2019, a la que asistieron 67 personas de las cuales 13 fueron mujeres y 54 fueron hombres, en ella explicamos el proceso de constitución de una empresa.

2.- “ESTRATEGIAS PROFESIONALES DE COMUNICACIÓN DIGITAL”

Esta formación la celebramos en el Vivero de Empresas de San Pedro de Alcántara 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.



3.- “TÉCNICAS EXPERTAS EN MARKETING DIGITAL”

Esta jornada la organizamos como continuación de la anterior con el objetivo de dar una formación más completa a los empresarios asistentes. 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. ATREVETE A EMPRENDER”:

En colaboración con el Colegio San Francisco Javier La Salle 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.

Por último, también en el marco del Programa España Emprende participamos en los siguientes eventos:

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.

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.

PROFESIONALIZACIÓN DE LOS CENTROS COMERCIALES ABIERTOS DE ANDALUCÍA

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.

En total se han formado a 136 comerciantes que han 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.

PROGRAMA 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 video curriculum a través del que pueden presentar su proyecto tanto en redes sociales, a inversores informales, etc...

V Edición IKEA MÁLAGA TALENTO

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.

PROGRAMA INTEGRAL DE CUALIFICACIÓN Y EMPLEO - PICE. GARANTÍA JUVENIL

El Ministerio de Empleo y Seguridad Social junto con las Comunidades Autónomas han puesto en marcha el **Sistema Nacional de Garantía Juvenil**.

La Garantía Juvenil es una iniciativa europea que pretende facilitar el acceso de los jóvenes menores de 30 años al mercado de trabajo. En España se enmarca en la estrategia de Emprendimiento Joven aprobada en febrero de 2013 por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social. La Recomendación sobre la Garantía Juvenil establece que los jóvenes menores de 30 años puedan recibir una oferta de empleo, de educación o formación tras haber finalizado sus estudios o quedar desempleados.

Las Cámaras de Comercio dentro de este Sistema desarrollamos el programa PICE: Programa Integral de Cualificación y Empleo **para jóvenes entre 16 y 29 años**.

El objetivo principal es facilitar la inserción laboral de los jóvenes y mejorar su situación en el mercado de trabajo a través de la formación y las prácticas en empresa.

Líneas de actuación

Para la empresa: Les ofrecemos:

- Ofrecemos personal para contratación
- **Incentivo de 4.950 €** para contrato de 6 meses a jornada completa a añadir a otras bonificaciones existentes.
- Sello de reconocimiento de su contribución al empleo juvenil

Para el joven: Ofrecemos

- Desarrollo de habilidades sociales y para el empleo
- Mejorar las habilidades tecnológicas e idiomas
- Formación específica para el puesto de trabajo.
- Prácticas no laborales
- Intermediación para la inserción laboral
- Ayuda al joven emprendedor de 1.800€ a la creación de empresa

Acciones desarrolladas con las empresas

En el año 2019 hemos dado de alta 82 **empresas colaboradoras** en el programa, son empresas que se han adherido al programa, algunas han solicitado la ayuda a la contratación y nos han facilitado información sobre sus necesidades de contratación.

Esta participación les ha valido 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 han 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. Las empresas receptoras de las ayudas han sido 27.

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. 90 horas: Formación adaptada a las necesidades del mercado de trabajo, a elegir una entre la relación del cuadro siguiente:

Usuarios atendidos:

1. Usuarios inscritos en el programa	760
2. Usuarios Orientados Laboralmente	739
3. Empresas receptoras de ayudas	27

4. Usuarios con Formación Troncal	315
5. Usuarios con Formación Específica	293
6. Usuarios con formación on line	231
7. Usuarios inscritos en Garantía Juvenil	700

Formaciones impartidas:

AREA	ACCIONES	ALUMNOS	HORAS
1. Empleabilidad, TIC e Inglés (TRONCAL)	18	315	1.170
2. formación Específica	18	293	2.160
3. Formación on line	231	231	25.800
Total	52	736	29.130

2.5. Procedimientos de contratación

En relación a las contrataciones de la Cámara existen varios tipos de procedimientos aplicables:

Acuerdos Marco

La Cámara de Comercio de Málaga podrá celebrar Acuerdos Marco con varios empresarios, en número no inferior a tres, siempre que ello sea posible y por un periodo máximo de tres años.

No se han llevado a cabo Acuerdos Marco durante el año 2019.



Procedimientos de adjudicación directa por razón del importe

Procede adjudicar un contrato mediante el procedimiento de adjudicación directa por razón del importe cuando el valor estimado del contrato sea inferior o igual a 50.000 euros o cuando, tratándose de contratos de servicios o suministros financiados con fondos europeos o de aquellos en que así se establezca en la normativa aplicable a las operaciones objeto de cofinanciación, su valor estimado sea inferior a 18.000 euros.

En 2019 se han llevado a cabo 96 procedimientos de este tipo.

Procedimientos Negociados por razones distintas al importe

Procede adjudicar un contrato mediante el procedimiento negociado por razones distintas al importe, con o sin publicidad, siempre que concurren las causas previstas en el Manual de Contratación.

No se han llevado a cabo procedimientos negociados por razones distintas al importe durante el año 2019.

Procedimientos Negociados por razón del importe

Procede adjudicar un contrato mediante el procedimiento negociado por razón del importe con publicidad en la web, cuando el valor estimado del contrato sea superior a 50.000 euros e inferior o igual a 100.000 euros en los de servicios y suministros, y cuando sea superior a 50.000 euros e inferior o igual a 250.000 euros en los de obras.

Asimismo, se aplica este procedimiento de adjudicación a los contratos de servicios o suministros financiados con fondos europeos y a aquellos en que así se establezca en la normativa aplicable a las operaciones objeto de cofinanciación, cuyo valor estimado sea igual o superior a 18.000 euros e inferior o igual a 100.000 euros.

No se ha llevado a cabo ninguna contratación bajo este procedimiento.

Procedimientos Restringidos y Procedimientos Abiertos

Con carácter general, y siempre que no sea procedente la adjudicación del contrato mediante otro procedimiento regulado en el Manual de Contratación, se ha de acudir al procedimiento abierto o restringido cuando el valor estimado del contrato sea superior a 100.000 euros en suministros y servicios y a 250.000 euros en obras. No obstante, por debajo de estas cantidades la Cámara de Comercio de Málaga también puede acudir al procedimiento abierto o restringido, si lo estima conveniente y así lo indique en el expediente de contratación.

En 2019 no se han llevado a cabo contrataciones bajo este procedimiento.

Procedimientos Armonizados

Según determina el Texto Refundido de Contratos del Sector Público, están sujetos a regulación armonizada:

- Los contratos de obras cuyo valor estimado sea igual o superior a 5.225.000 euros.
- Los contratos de servicios y suministros que superen los 209.000 euros.

No se han llevado a cabo procedimientos armonizados.

3. MARCO NORMATIVO BÁSICO

3.1. Marco normativo estatal

- Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación (BOE nº 80 de 2 de abril de 2014).
- Real Decreto 669/2015, de 17 de julio, por el que se desarrolla la Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación. (BOE nº 171 de 18 de julio de 2015).

3.2. Marco normativo autonómico

- Ley 4/2019, de 19 de noviembre, de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Andalucía.
- Decreto 189/2018, de 9 de octubre, por el que se regula la composición de los órganos de gobierno de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Andalucía y el procedimiento electoral.

3.3. Marco normativo interno

- Orden de 23 de abril de 2019, por la que se aprueba la modificación del Reglamento de Régimen Interior de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Málaga, para su adaptación a lo establecido en el Decreto 189/2018, de 9 de octubre, por el que se regula la composición de los órganos de gobierno de las Cámaras Oficiales de



Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Andalucía y el procedimiento electoral.

- Reglamento de Régimen Interior aprobado por Orden de 23 de abril de 2019, de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de la Junta de Andalucía.
- Convenio Colectivo propio publicado en el Boletín Oficial de la Provincia de Málaga de 9 de enero de 2006.
- Manual de Contratación de la Cámara aprobado en sesión plenaria de 22 de diciembre de 2016 y aplicación, cuando corresponda, del Reglamento o normativa que al efecto procedan de la Cámara de Comercio de España como complementarias al propio Manual de Contratación de la Cámara de Málaga (Acuerdo del pleno de 19 de junio de 2013).

4. GOBIERNO CORPORATIVO

La organización de las Cámaras de Comercio está recogida en la Ley 4/2014 (en la normativa autonómica, en su caso), así como en los Reglamentos de Régimen Interior de cada Cámara.

4.1. Órganos de gobierno

4.1.1. Pleno

Es el órgano supremo de gobierno y representación de la Cámara, compuesto por un número no inferior a 10 ni superior a 60 vocales y cuyo mandato es de cuatro años.

Los vocales que componen el pleno están determinados en los siguientes grupos:

- a. Como mínimo, dos tercios de los vocales del pleno son los representantes de todas las empresas pertenecientes a la Cámara en atención a la representatividad de los distintos sectores económicos que determina la administración tutelante teniendo en consideración su aportación al PIB, el número de empresas y el empleo. Estos vocales son elegidos mediante sufragio libre, igual, directo y secreto, entre todas las personas físicas y jurídicas que ejercen una actividad comercial, industrial, de servicios y de navegación en la demarcación.

- b. Representantes de empresas y personas de reconocido prestigio de la vida económica dentro de la circunscripción de la Cámara, en la forma que determine la administración tutelante, a propuesta de las organizaciones empresariales intersectoriales y territoriales más representativas. A este fin, las citadas organizaciones empresariales presentan la lista de candidatos propuestos en número que corresponda a las vocalías a cubrir.
- c. Representantes de las empresas de mayor aportación voluntaria en la demarcación, elegidos en la forma que se determine por la administración tutelante.

4.1.2. Comité Ejecutivo

Es el órgano permanente de gestión, administración y propuesta de la Cámara y está formado por: presidencia, vicepresidencia primera, vicepresidencia segunda, tesorería y cinco vocalías elegidas entre los miembros del pleno y una persona representante de la administración tutelante.

A las reuniones del comité ejecutivo asiste con voz pero sin voto el secretario general (y el director gerente si lo hubiere).

4.1.3. La Presidencia

Elegido por el pleno por votación nominal y secreta, resultando elegida la persona candidata al cargo que obtenga la mayoría absoluta del número legal de personas vocales electas. Si ninguna de las personas candidatas obtuviese esta mayoría en primera votación, se hará necesario una segunda en la que sólo participarán las dos personas candidatas más votadas en la primera vuelta, salvo renuncia de una de ellas, en cuyo caso pasaría a ser candidato o candidata la tercera más votada, bastando en esta segunda vuelta la mayoría simple. En caso de empate en esta segunda votación se proclamará electa la candidatura de mayor antigüedad en el censo de la Cámara. En caso de una sola candidatura no será necesaria la votación resultando elegida automáticamente.

Ostenta la representación de la Cámara, impulsa, coordina y preside la actuación de todos sus órganos, siendo responsable de la ejecución de sus acuerdos.

4.2. Desarrollo de las reuniones y quórum

4.2.1. Del Pleno

El Pleno celebrará como mínimo cuatro sesiones ordinarias al año, pudiendo celebrarse cuantas sesiones extraordinarias acuerden la presidencia, el Comité Ejecutivo, o cuando lo soliciten por escrito a la presidencia más de la cuarta parte de las personas integrantes del Pleno con expresión de los asuntos a tratar.

Las sesiones se convocan por la presidencia notificándolas a los vocales con antelación mínima de cuarenta y ocho horas.

En la convocatoria figurará el Orden del Día, que será fijado por el Presidente teniendo en cuenta en su caso las peticiones de los demás miembros formuladas con la suficiente antelación, no pudiendo ser objeto de acuerdo ningún asunto que no figure en el Orden del Día.

Para poder celebrar válidamente sus sesiones en primera convocatoria, deberá estar constituido, al menos, por la mitad más una de las vocalías con derecho a voto, estando presentes las personas titulares de la Presidencia y la Secretaría General, o personas que legalmente les sustituyan, adoptando los acuerdos por mayoría simple de los asistentes, salvo que por precepto expreso se exija una mayoría cualificada.

La asistencia a las sesiones del Pleno de la Cámara es obligatoria para las personas que lo integren y el ejercicio del voto ha de ser personal, no permitiéndose delegaciones o emisión por correo.

4.2.2. Del Comité Ejecutivo

El Comité Ejecutivo celebrará, como mínimo cuatro sesiones ordinarias al año. Las sesiones en cuanto a asistencia, quórum y adopción de acuerdos, se regirán por las mismas normas que el pleno.

Las reuniones del Comité Ejecutivo se convocarán por iniciativa de la Presidencia o a petición de tres vocalías del mismo.

Para poder celebrar válidamente sus sesiones deberá estar constituido al menos por la mitad más uno de sus componentes y los acuerdos se adoptarán por mayoría simple.

4.3. Principios de Buen Gobierno Corporativo

4.3.1. Código de buenas prácticas

Con el fin de garantizar una conducta ética en el marco de sus actuaciones, la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Málaga tiene documentadas las siguientes políticas y procedimientos:

Código de Buenas Prácticas: El Código de Buenas Prácticas de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la provincia de Málaga tiene por objeto establecer las normas de conducta y obligaciones que deben respetar los miembros de los Órganos de Gobierno de la Corporación y, en general, toda la organización, con el fin de garantizar la imparcialidad y transparencia en el desarrollo de sus funciones público-administrativas, y ofrecer una mejor representación, promoción y defensa de los intereses generales de la industria, el comercio, la navegación y los servicios en su demarcación, aplicándose a todos aquellos actos y relaciones de los miembros de los Órganos de Gobierno de la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Málaga, directivos y demás trabajadores internos, entre sí y con otras organizaciones, Administración Pública, así como con los medios de comunicación y el resto de personas o instituciones con las que se relacionen, en el desarrollo de sus funciones público-administrativas.

La versión actual del Código de Buenas Prácticas fue aprobada por el Pleno de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de la provincia de Málaga en su reunión de 24 de junio de 2015.

4.3.2. Protección de datos personales

La Política de Protección de datos de la Cámara de Comercio de Málaga es de obligado cumplimiento para todas las personas que trabajan en la Corporación, a las que se les ha dado formación específica en la materia adaptada a la normativa actual, RGPD 2016/679, LOPD 3/2018. Toda la información al respecto se encuentra a disposición de todos/as, a través de la Delegada de Protección de Datos que facilitará el acceso a una copia, ya sea de manera física (papel) o digital (cd, acceso web, etc.), resolverá las dudas que puedan surgir y adaptará la documentación y Política de Privacidad a las distintas necesidades de la Corporación, debiéndose proceder a su lectura, y en el caso que no entendiesen algunos de los aspectos que se regulan, o tuviesen dudas sobre su contenido, deberán ponerlo en conocimiento del DPD, a efectos de que estas dudas puedan ser resueltas, y, como consecuencia de ello, se alcance una mayor eficacia en el cumplimiento de las obligaciones que se recogen en el mismo.



Por principio, todo el personal de la Cámara está obligado a guardar la debida discreción cuando hable con terceros de asuntos relacionados con ella.

Los Sistemas de Información de LA CÁMARA están compuestos por: el *hardware* considerado como el continente o soporte informático y los activos de Información considerados como el contenido. En los activos de información se incluye tanto el *software* como los datos.

La política de seguridad definida por LA CÁMARA, en materia de Protección de Datos, responde a las obligaciones legales establecidas en la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, Ley 9/2014, de 9 de mayo; General de Telecomunicaciones, Reglamento 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y establece los métodos y procedimiento a seguir por parte de las personas que integran LA CAMARA, tendentes a conseguir una adecuada protección de los datos personales, así como su obtención, tratamiento, transmisión, etc.

La Seguridad de la Información consiste en un conjunto de medidas, controles, procedimientos y acciones destinados a cumplir con los tres aspectos básicos esenciales para el titular de los datos, el cumplimiento de la legalidad vigente y la imagen de la propia entidad:

Licitud: la información debe ser tratada con el consentimiento explícito del interesado o sobre una base o fundamento jurídico.

Lealtad: la información debe recabarse por medios legales no utilizando medios fraudulentos, desleales o al margen de la Ley.

Transparencia: la información facilitada a los interesados debe ser fácilmente accesible, de fácil comprensión y que utilice un lenguaje sencillo y claro.

Confidencialidad: la información debe ser conocida exclusivamente por las personas autorizadas, en el momento y forma prevista.

Integridad: la información tiene que ser completa, exacta y válida, siendo su contenido el previsto de acuerdo con unos procesos predeterminados, autorizados y controlados.

Disponibilidad: la información debe estar accesible y ser utilizable por los usuarios autorizados en todo momento, debiendo estar garantizada su propia persistencia ante cualquier eventualidad.

4.3.3. Prevención de riesgos laborales

Desde el área de Recursos Humanos se gestiona todo lo referente a la Prevención de Riesgos Laborales, Vigilancia de la Salud y Accidentes de Trabajo.

En este año 2019, como establece la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales, se ha realizado la revisión del Plan de Prevención de Riesgos, el Plan de Evacuación, el Plan de Emergencia y el Plan Contra Incendios de los 4 centros de trabajo, las fichas de control documental, la Política Preventiva, la Evaluación de los Riesgos por puestos y la Planificación de la Actividad Preventiva. Así como la revisión de las instalaciones de las 4 sedes con el técnico del Servicio de Prevención.

Dentro de la planificación de la Vigilancia de la Salud se han coordinado los reconocimientos médicos del personal de la Corporación.

4.3.4. Comunicación

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 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 camariales, 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.

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.

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.

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 cameraleas, 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.

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.

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.

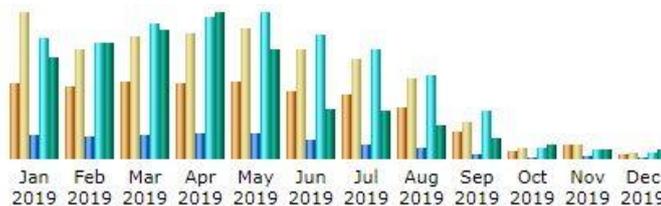
PUBLICIDAD – ANUNCIOS EN PRENSA

Durante el pasado año 2019 se han realizado diversas acciones publicitarias, asociadas a diferentes programas o proyectos llevados a cabo, que han sido diseñados y maquetados por el propio Área de Comunicación.

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 labor de prestación de servicios a las empresas malagueñas.

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

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.



4.3.5 Control y transparencia

La Cámara está sometida a la tutela de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de la Junta de Andalucía a la que se someten los presupuestos ordinarios y extraordinarios de gastos e ingresos y fiscaliza las cuentas anuales y liquidaciones.

Además las cuentas de la Cámara están sometidas a una auditoría externa e independiente, en el caso del ejercicio 2019 fue encomendada a la empresa auditora Auren Auditores, SP, S.L.P. y en lo que se refiere a los fondos públicos su destino está fiscalizado por el Tribunal de Cuentas (u órgano correspondiente de la Comunidad Autónoma).

Las cuentas anuales junto con el informe de auditoría y el presente informe, son depositadas en el registro mercantil y publicadas en la web.

5. ORGANOS DE GOBIERNO DE LA CÁMARA EN EL AÑO 2019

5.1. PLENO

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 los miembros del Comité Ejecutivo.

El Pleno de la Cámara está compuesto por 48 vocalías y en el año 2019 sus miembros son las personas que a continuación se expresan en representación de las empresas y por los Grupos Electorales que igualmente se indican y que fueron elegidas en el año 2019 de acuerdo con la normativa vigente en ese momento:

Sector Económico



al que representa
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	TORREVALCOR, S. L.	D. JUAN JOSE VALLEJO MARTIN
4A	HUTESA AGROALIMENTARIA, S. A.	D ^a . MARIA PAZ HURTADO CABRERA
4B	OS ARANDA MELGAR, S. L.	D ^a . 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.	D ^a . 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.	D ^a . 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.	D ^a . 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
6E	ATICCO SOFTWARE EMPRESARIAL, S.L.	D. RICARDO MOISES NANDWANI VILLALBA
6E	ALROS INVESTMENTS, S.L.	D ^a . 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 PREMEDI 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
ARTª. 4. 4.B)	WIBIDOO LAB, S.L.	D. RODRIGO BOCANEGRA VALDES
ARTª. 4.4. B)	CAMPILLOS MOLINA, D. JOSE	D. JOSE CAMPILLOS MOLINA
ARTª. 4.4. B)	CONFEDERACION DE EMPRESARIOS DE MALAGA (CEM)	Dª. NATALIA SANCHEZ ROMERO
ARTª. 4.4. B)	ECELERIS SERVICIOS DE ACELERACION EMPRESARIAL, S.L.	D. LIBERIO PEREZ ESPAÑA
ARTª. 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

5.2 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
Vocales:	Dª. Natalia Sánchez Romero Dª. Paloma Moreno Marín



D^a. Rosa María González Rubia

D. Juan Jesús Fortes Ruiz

D. Juan Manuel Rosillo Gutiérrez

Delegada Territorial en Málaga de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de la Junta de Andalucía: Ilma. Sra. D^a. Carmen Sánchez Sierra.

Secretario General: D. José María Gómez Pretel

5.3 PRESIDENTE

Sergio Cuberos Lara, nació en Málaga en 1957. Diplomado en Enfermería por la UMA, ha realizado un Master Executive en Administración y Dirección de Empresas en la Escuela Superior de Estudios de Empresa (ESESA), y posee el título de Técnico Superior Contable y Analista Económico Financiero por la Escuela Superior de Investigaciones y Técnicas Empresariales (ESITE).

En 1990 fundó la cadena malagueña de supermercados Grupo Maskom, en la que ocupa la responsabilidad de Director General. Actualmente, Grupo Maskom supera los 600 empleos y aspira a alcanzar los 90 millones de euros en ventas.

Su trayectoria en el ámbito asociativo empresarial malagueño y andaluz es amplia, y ejerce como Vicepresidente de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM) y Secretario General de la Confederación Andaluza de Empresas de Alimentación (CAEA). Ha sido Presidente de la Asociación de Polígonos y Parques Empresariales de Málaga (APOMA).

Es también miembro del Comité Ejecutivo de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), del Consejo Asesor de Euromadi, y miembro titular del Consejo Social de la Ciudad de Málaga.

En 2016 obtuvo el Premio a la mejor iniciativa Empresarial de la publicación Actualidad Empresarial.



5.4 COMISIONES

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 miembros 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

COMISION DE INTERNACIONALIZACION Y COMERCIO EXTERIOR

D^a. M^a. Paz Hurtado Cabrera

COMISION DE TURISMO

D. Francisco Javier Frutos Pérez

COMISION DE INFRAESTRUCTURA

D^a. M^a. Esther Sánchez Manzano

COMISION DE ECONOMICA Y HACIENDA

D. Gumersindo Ruiz Bravo de Mansilla

COMISION DE COMERCIO

D. Salvador Pérez Muñoz

COMISION DE EMPRESA Y ECONOMIA DIGITAL

D. Ricardo Moisés Nandwani Villalba

COMISION DE MEDIOAMBIENTE, SOSTENIBILIDAD Y ECONOMIA AZUL

D. Javier Iván Noriega Hernández

COMISION DE AUTONOMOS

D. Juan Antonio García Gordo



5.5 REPRESENTACIONES EN OTRAS 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.
Sr. Presidente, don Sergio Cuberos Lara
- 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.
don José María Pérez Pérez
- 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

5.6 N° DE PLENOS Y COMITÉS EJECUTIVOS CELEBRADOS Y N° ASISTENTES

5.6.1 PLENOS

	FECHA	N° ASISTENTES
1	21/06/19	28
2	10/09/19	26
3	03/10/19	16 (No se desarrolla la sesión por falta de quórum)
4	18/12/19	40

5.6.2 COMITES EJECUTIVOS

	FECHA	Nº ASISTENTES
1	21/01/19	7
2	18/02/19	8
3	18/03/19	8
4	22/04/19	6
5	20/05/19	7
6	21/06/19	9
7	15/07/19	6
8	10/09/19	9
9	22/10/19	6
10	18/12/19	9

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.

6. CORTE DE ARBITRAJE

6.1. Funciones.

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.

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.

6.2. CONSEJO SUPERIOR ARBITRAL

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

Los señores 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. Juan Cobalea Ruiz
Vocal: D. José Carlos Escribano de Garaizábal
Vocal: D. Juan Vallejo Martín



Vocal: D. Juan Jesús Fortes Ruiz
Vocal: D^a. Paloma Moreno Marín
Vocal: D. Juan Manuel Rosillo Gutiérrez
Vocal: D^a. Natalia Sánchez Romero

Igualmente, en dicha sesión fueron elegidos dos Vicepresidencias, don Juan Cobalea Ruiz, por los Vocales designados por la Cámara, y don Francisco Javier Lara Peláez, Decano del Ilstre. Colegio de Abogados de Málaga, por el resto de los Vocales.

Secretario: D. José María Gómez Pretel
Secretario General de la Cámara de Comercio.

6.3. COMITÉ PERMANENTE DE LA CORTE DE ARBITRAJE

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.

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.

D^a. 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

D^a. Carmen Casasola Gómez-Aguado
Colegio Notarial

Secretario: D. José María Gómez Pretel
Secretario General de la Cámara de Comercio.

7. SERVICIO DE MEDIACION

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, designándose como responsable del Servicio de Mediación a don Juan Gutiérrez Campos, que cumplirá las funciones de interlocutor en dicho ámbito y tendrá acceso a la Plataforma de Mediación diseñada por el Consejo Andaluz de Cámaras.

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.