

Memoria Anual

2020

ÍNDICE

Carta del Presidente	pag. 3
Información Corporativa	pag. 4
Internacionalización y Turismo	pag. 16
Formación y Empleo	pag. 42
Creación de Empresas	pag. 50
Competitividad e Innovación	pag. 59
Arbitraje	pag. 80
Comunicación	pag. 82



El año 2020 se ha caracterizado por la crisis provocada por la Covid-19, cuyos efectos y secuelas han sido pluridimensionales, y de dramática intensidad en no pocos ámbitos. En este nuevo e insólito escenario, la actividad de la Cámara se centró en utilizar los medios tecnológicos existentes, como una palanca más para salir de la crisis.

Con estos objetivos, se ha mantenido e intensificado la actividad desde que se inició el confinamiento y se impusieron medidas de limitación a la actividad económica y a la movilidad, con especial incidencia en la utilización de las plataformas de realización de jornadas, seminarios y videoconferencias, profundizado en los cuatro ejes de actuación de la Cámara:

- La Internacionalización, con especial incidencia en el nuevo marco de limitación de movilidad.
- La formación, con el objetivo de mejorar la empleabilidad y la consolidación de la formación dual.
- La digitalización para mejorar la competitividad de las empresas.
- La creación de empresas, por emprendedoras y emprendedores.

Estos cuatro ejes, constituyen la base sobre la que ha de pivotar la economía de nuestra demarcación, para en primera instancia, evitar la caída de la actividad económica, y en segunda instancia, lograr un crecimiento sostenido.

Ángel Juan Pascual
Presidente de la Cámara

**INFORMACIÓN
CORPORATIVA**



NORMATIVA APLICABLE

La Cámara de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Cádiz, es una Corporación de derecho público, cuyo objeto es la representación, promoción y defensa de los intereses generales de la actividad económica en su ámbito territorial, que es el de la provincia de Cádiz, excepto el término municipal de Jerez de la Frontera, que corresponde a la Cámara de Comercio de Jerez, y los municipios de Algeciras, San Roque, Los Barrios, La Línea y Tarifa, que corresponden a la Cámara de Comercio del Campo de Gibraltar.

Las normas que rigen su funcionamiento, a 31 de diciembre de 2020, son:

Ley núm. 4/2014 de 1 de abril, básica de las Cámaras de Comercio, Industria, Servicios y Navegación.

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.

Orden de 23 de abril de 2019, de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, por la que se aprueba la modificación del Reglamento Régimen Interior de esta Corporación.

Conforme establece la referida ley 4/2019 de 19 de noviembre, el funcionamiento de las Cámaras de Comercio está sometido a la tutela de la Dirección General de Comercio de la Junta de Andalucía.

ÓRGANOS DE GOBIERNO

Los órganos de gobierno de la Cámara son:

El Pleno

El Comité Ejecutivo

El Presidente

PLENO

Es el órgano supremo de gobierno y representación de la Cámara.

Está compuesto por veintiocho vocales, determinados en los siguientes grupos:

a).- Veintidós representantes de todas las empresas pertenecientes a la Cámara en atención a la representatividad de los distintos sectores económicos.

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.

La elección se realiza de acuerdo con la clasificación en grupos atendiendo a la importancia económica relativa de los diversos sectores de la economía de la demarcación, en base a los indicadores del producto interior bruto, número de empresas y de ocupados de cada uno de ellos.

b).- Seis representantes de empresas y personas de reconocido prestigio en la vida económica de la demarcación, designados a propuesta de la Confederación de Empresarios de la provincia de Cádiz.

El Pleno determina la política de la Cámara y designa al Comité Ejecutivo y al Presidente

VOCALÍAS DEL PLENO:

Representante	Empresa
Ángel Juan Pascual	AUTOS RICO RENT A CAR, S.L.
José Andrés Santos Cordero	HABLACOM S.L.
Antonio de María Ceballos	CEC
Miguel González Saucedo	GONSA S.L.
José Luis Ferrer Rossi	LIMPIEZAS EL SOL S.L.
Carmen Romero Matute	CEEI BAHÍA DE CÁDIZ
José Eusebio Romero Hernández	
Enrique Juan Pascual	VIAJES RICO, S.A.
Bernardino Copano Gil	BERNARDINO ABAD S.L.
Rafael Fernández Bernal	BAYPORT GLOBAL SUPPLIES S.A.
Javier Sánchez Rojas	AIRTIFICIAL AEROSPACE & DEFENSE S.A.U.
José Luis Ballester Almadana	AUTOCARES Y SERVICIOS S.A.
Bernardo Ramírez Holgado	COMUNIDAD REGANTES LLANOS DE VILLAMARTÍN
Rosario Sánchez Ramírez	PIPESPAIN S.L.
José Fernando Plaza Jorge	OETIKER ESPAÑA, S.A.
Francisco Yuste Brioso	
Juan Núñez Moreno	JOSÉ ESTÉVEZ S.A.
Laura Bahamonde García	LA MAGA TRABAJO SOCIAL S.L.
Antonio Trigo Ibáñez	EMPRESA TÉCNICA DE CÁDIZ S.R.L.
Manuel Luna Verdugo	
Josefa Díaz Delgado	CORTES DE CÁDIZ 1812 S.L.
Salvador Durán Pérez	TINCASUR SUR S.L.
María Begoña Romero Hita	TRANSFRUTALLA S.L.
Cristina Romero Morenilla	UNIVEN CAPITAL S.A.
Manuel Queiruga Delgado	ITAPUAN S.L.
Fco. Manuel Maestre Barraión	SEREMFOR S.L.U.
José Muñoz Flores	FEDERACIÓN DE COMERCIO DE CÁDIZ
Isabel Gallardo de Torre	CLUB CARBALLO

COMITÉ EJECUTIVO

Es el órgano permanente de gestión, administración y propuesta de la Cámara. Lo conforman, el Presidente, el Vicepresidente primero, el Vicepresidente segundo, el Tesorero, y seis vocales del Pleno elegidos entre sus miembros.

Propone al Pleno los programas anuales de actuación y gestión corporativa, y una vez aprobados por el Pleno realiza y dirige su ejecución.

Presidente:	D. Ángel Juan Pascual
Vicepresidente 1º:	D. José Andrés Santos Cordero
Vicepresidente 2º:	D. Antonio de María Ceballos
Tesorero:	D. Miguel González Saucedo
Vocales.	D. José Luis Ferrer Rossi
	D ^a . Carmen Romero Matute
	D. José Eusebio Romero Hernández
	D. Enrique Juan Pascual
	D. Bernardino Copano Abad
	D. Rafael Fernández Bernal

Autoridad Tutelante:	D. Alberto Cremades Schulz
	Delegado de la Consejería de Transformación económica, Industria, Conocimiento y Universidades

PRESIDENTE

D. Ángel Juan Pascual, ostenta la Presidencia desde las Elecciones celebradas en 1998, y la representación de la Cámara y la Presidencia de todos sus órganos colegiados, siendo responsable de la ejecución de sus acuerdos, de conformidad con lo establecido en el artículo 12 de la Ley 4/2014, Básica de las Cámaras Oficiales, y artículos 21 y 22 de la Ley 4/2019, de 19 de noviembre, de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Andalucía.

REPRESENTACIONES

La Cámara impulsa el desarrollo económico y social de su demarcación, a través de su participación y representación en las siguientes iniciativas institucionales.

Consorcio Zona Franca de Cádiz

Autoridad Portuaria Bahía de Cádiz (APBC)

EXTENDA (Agencia Andaluza de Promoción Exterior)

Patronato de Turismo de la Diputación de Cádiz

Fundación INCYDE

Fundación CEEI Bahía de Cádiz

Junta Arbitral de Transporte

Asociación para la Promoción del Puerto de la Bahía de Cádiz
(CADIZ-PORT)

Fundación del Carnaval del Ayuntamiento de Cádiz

Consejo Económico y Social del Ayuntamiento de Cádiz

Consejo Económico y Social del Ayuntamiento de Conil

Consejo Económico y Social del Ayuntamiento de Puerto Real

Consejo Económico y Social del Ayuntamiento de Ubrique



La Cámara despliega su actividad en sus tres edificios en la ciudad de Cádiz, el Centro de Empresas de El Puerto de Santa María, el CECREA de Puerto Real, y el Vivero de Empresas de Conil de la Frontera.



CENTRO DE EMPRESAS EN EL PUERTO DE SANTA MARÍA

Inaugurado en 2001, el edificio actualmente consta de:

14	Despachos	Ocupados
7	Locales	Ocupados
2	Naves	Ocupadas
1	Aula	



CENTRO DE EMPRESAS EN PUERTO REAL

Inaugurada en 2010, el edificio actualmente consta de:

18 Despachos Ocupados



VIVERO DE EMPRESAS EN CONIL

Inaugurado en 1999, el edificio consta de:

8	Despachos	Ocupados
1	Aula	

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS

El Código de Buenas Prácticas se aprobó por el Pleno el 10 de diciembre de 2015, y tiene por objeto establecer las normas de conducta y obligaciones que deben respetar los miembros de los Órganos de Gobierno de la Cámara 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.

El Código de Buenas Prácticas se aplica a todos aquellos actos y relaciones de los miembros de los Órganos de Gobierno de la Cámara, directivos y demás trabajadores internos, entre sí y con otras organizaciones, Administración Pública, 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 Comisión del Código de Buenas Prácticas, a 31 de diciembre de 202, estaba formado por las siguientes personas:

Ángel Juan Pascual	Presidente.
Antonio de María Ceballos	Vicepresidente 1º.
Antonio Ladrón de Guevara	Tesorero.
María Eva Rosado Vázquez	Vocal del Pleno.
Isabel Gallardo de Torres	Vocal del Pleno.
Miguel Urraca Pinzón	Secretario General.

La Comisión del Código de Buenas Prácticas es el órgano al que las personas sujetas a su ámbito de aplicación deben dirigirse para comunicar posibles incumplimientos, tanto si les afectan personalmente como a terceros; y tiene por finalidad fomentar la difusión, conocimiento y cumplimiento del Código en toda la organización, así como su difusión externa.

Es la encargada de facilitar los canales de información y denuncia y de tramitar las denuncias.

En caso de que se compruebe que se han incumplido alguna de sus pautas, propondrá la correspondiente sanción, que será ratificada y aplicada por los Órganos de Gobierno de la Cámara.

Asimismo, interpretará las dudas sobre el Código y realizará informes anuales sobre su cumplimiento, con las recomendaciones oportunas para su actualización.

INTERNACIONALIZACIÓN

Y

TURISMO





JORNADA ONLINE SOBRE INCOTERMS 2020

Fecha: 27 de marzo de 2020

Financiado por FEDER, y con objeto de atender las necesidades de los Departamentos de ventas, exportación, compras, logística, financiero y back office, por D^a. Valle García de Novales, abogada experta en Derecho Mercantil Internacional, especialista en contratación internacional, socia fundadora y Directora de A/V ASESORES, A.I.E, y representante de la ICC Spain, se dio a conocer de forma práctica que regla Incoterms® conviene utilizar según la posición exportadora o importadora, el tipo de mercancía y de embalaje, el medio de transporte, el medio de pago o la necesidad de justificar una exención de IVA frente a una eventual inspección tributaria, entre otros factores.

Asistentes:

Mujeres: 32

Hombres: 28



JORNADA ONLINE "LA INTERNACIONALIZACIÓN DIGITAL: EXPORTAR CON LA AYUDA DE INTERNET"

Fecha: 3 de abril de 2020

Financiado por FEDER, y dirigido a pymes y autónomos exportadores, y dirigida por D. Fernando Fominaya Meyer, Doctor en Ciencias, Diplomado en Desarrollo Directivo, y Experto en Marketing Digital e Internacionalización, Director de NOERGIA, Consultora de Marketing Digital, Consultor de Internacionalización Digital para el Instituto de Comercio Exterior de España (ICEX). Se estudió cómo una empresa debe usar Internet para exportar sus productos o servicios a otros países.

Asistentes:

Mujeres: 25

Hombres: 12



SEMINARIO ONLINE “EL PODER DE LA MARCA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN”

Fecha: 17 de abril de 2020

Financiado por FEDER, y dirigido a pymes y autónomos exportadores, D^a. ROSA MUÑOZ, Licenciada en Investigación y Técnicas de Mercados. Máster en Gestión Internacional de la empresa, Técnico de Comercio Internacional del Departamento de Hábitat de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Tokio, Técnico de Marketing y Ventas de Fagor América, especialista en tendencias en diseño de producto agroalimentario, hábitat y artesanía, y creadora del Observatorio de Tendencias de Surgenia; y D. IGNACIO COLLADO, Consultor y Comisario de marca y de proyectos culturales. Analizaron la importancia de la cultura de marca para conseguir la proyección internacional de la marca, con identificación de los aspectos críticos en las tomas de decisiones sobre la marca en la internacionalización, mostrando herramientas para la gestión de marca en la internacionalización, mediante casos reales de marcas internacionalizadas.

Asistentes:

Mujeres: 31

Hombres: 20



JORNADA ONLINE “EL IVA DEL COMERCIO EXTERIOR”

Fecha: 24 de abril de 2020

Financiado por FEDER y dirigido a pymes y autónomos exportadores, D^a. Estela Díaz Domínguez, Licenciada en Derecho, especializada en Derecho Fiscal y Directora del Máster en Dirección Económica Jurídica y Financiera de la Cámara de Comercio de Sevilla, se analizaron:

Las Adquisiciones y entregas intracomunitarias de bienes, (en especial las operaciones intracomunitarias y Operaciones en cadena con entrada en vigor 1 de marzo de 2020).

Las entregas intracomunitarias de bienes (EIB'S), (con incidencia en la Venta de existencias de reserva o ventas en consigna “quick fixes”, en vigor desde el 1 de marzo de 2020).

Las adquisiciones intracomunitarias de bienes y lugar de realización de las AIB'S. El Devengo de las operaciones intracomunitarias Las Operaciones triangulares. Los regímenes particulares en las Operaciones Intracomunitarias, y las prestaciones de servicios entre sujetos de los distintos EM (Localización)

Asistentes:

Mujeres: 27

Hombres: 23



JORNADA “MARKETPLACES INTERNACIONALES”

Fecha: 30 de abril de 2020

Financiado por FEDER y dirigido a pymes y autónomos exportadores, por D. Fernando Fominaya Meyer, Doctor en Ciencias, Diplomado en Desarrollo Directivo, y Experto en Marketing Digital e Internacionalización, se analizaron:

Los mercados electrónicos como oportunidad de puesta en marcha proyectos de exportación con rapidez y con relativamente pocos medios.

En particular, se analizó que es un Marketplace, sus ventajas e inconvenientes, el marco legal y fiscal del e-commerce, como vender en Amazon y en Aliexpress,

Asistentes:

Mujeres: 48

Hombres: 44



TALLERES ONLINE “ANÁLISIS Y MEJORA DE WEBS PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN”

Fechas:

5 de mayo de 2020
7 de mayo de 2020
12 de mayo de 2020
14 de mayo de 2020

Financiado por FEDER y dirigido a pymes y autónomos exportadores, por D. Fernando Fominaya Meyer, Doctor en Ciencias, Diplomado en Desarrollo Directivo, y Experto en Marketing Digital e Internacionalización, se analizaron las 10 webs de las empresas y autónomos participantes en la sesión, con el objetivo de que los responsables de su actualización, conocieran posibles mejoras de su contenido y accesibilidad, y que les sirviera al resto de los de participantes.

Participantes:

Mujeres: 24
Hombres: 16



JORNADA ONLINE DE APLICACIÓN PRÁCTICA DE LA FUERZA MAYOR Y EL HARDSHIP A LOS CONTRATOS INTERNACIONALES

Fecha: 8 de mayo de 2020

Financiado por FEDER y dirigido a pymes y autónomos exportadores, D^a. Estela Díaz Domínguez, Licenciada en Derecho, especializada en Derecho Fiscal y Directora académica del Máster en Dirección Económica Jurídica y Financiera de la Cámara de Comercio de Sevilla, analizó de forma práctica qué impacto tienen situaciones externas sobrevenidas, como por ejemplo, la actual pandemia COVID-19, en el cumplimiento de las obligaciones resultantes de contratos internacionales, y la importancia de la ley aplicable a un contrato internacional para poder alegar Fuerza Mayor o Hardship.

Asistentes:

Mujeres: 16

Hombres: 8



SEMINARIO ONLINE: CLAVES PARA HACER VISIBLE Y VENDER EL PRODUCTO MODA EN LAS NUEVAS PLATAFORMAS INTERNACIONALES

Fecha: 5 de noviembre de 2020

Financiado por FEDER y dirigido a pymes y autónomos exportadores, por D^a Rocio Olid Fiances, profesora en la escuela CEADE LEONARDO en el grado de Diseño de Moda, del equipo creador de eventos de moda y del equipo de vestuario en la serie "La Peste", se analizaron:

-La búsqueda de los valores añadidos y diferenciación. Saber transmitir los conceptos a través de la imagen y recursos de comunicación 2.0.

-Conocer las fortalezas de debilidades del producto. Mostrar las fortalezas y encubrir las debilidades, gracias a la imagen y los conceptos relacionados con el producto.

-Descubrir los Valores reconocibles para el futuro. La sostenibilidad, perdurabilidad, cómo transmitir los conceptos en la imagen del producto.

-Saber dónde y cómo utilizar la imagen para la venta "see now, buy now", mediante las Plataformas digitales. RRSS, y las Tipologías de la imagen según su función.

-El futuro de las Ferias internacionales, un futuro digital.

Asistentes:

Mujeres: 65

Hombres: 7



SEMINARIO ONLINE “LA NUEVA NORMALIDAD EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO: TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES”

Fecha: 13 de noviembre de 2020

Financiado por FEDER, y dirigido a pymes y autónomos exportadores; la empresa ponente, Ohayo, Comisariado de marca y tendencias, analizó el shock que ha supuesto en las sociedades y las economías a nivel mundial el Covid-19, con consecuencias en los esquemas mentales de las personas, la forma de trabajar de las empresas, y en la mayoría de los casos, la forma de actuar por parte de los Estados, y como las personas han cambiado su forma de consumir, ya que estos cambios que van a cristalizar consolidándose como hábitos asentados, supondrán un viraje en la forma de vivir y de emplear el tiempo de ocio, que afectará en gran medida a los entornos de hábitat y a las industrias del ocio y del turismo, que ya se han estudiado en China y otros países asiáticos, y se empiezan a intuir en occidente, si bien vendrán derivados de las peculiaridades culturales de cada país.

Con estas premisas se analizó el sector agroalimentario ante este cambio de paradigma, y las oportunidades en categorías de producto en auge impulsadas por esta crisis, mediante:

- La mejora de los servicios online dentro de la gran distribución.
- El repunte de lo local como garantía de abastecimiento por la proximidad.
- El incremento de demanda de alimentos en clave de refuerzo para la salud.
- El incremento de demanda de alimentos de bajo coste y básicos, para aquellos consumidores que se vean más afectados económicamente por esta situación.
- El resurgir de servicios de suscripción a kits de alimentación a domicilio.
- El mayor consumo en el hogar, reducción al menos en una primera etapa, del consumo en restaurantes y lugares públicos.
- Los cambios en el packaging.

Asistentes:

Mujeres: 16

Hombres: 9



WEBINAR “MUJER Y COMERCIO INTERNACIONAL”

Fecha: 19 de noviembre de 2020

Financiado por el FSE, y como consecuencia de las iniciativas puestas en marcha en el marco de las "Mesas de trabajo de Mujer e Internacional", lideradas por la Secretaría de Estado de Comercio y el Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, la Cámara de Comercio de España ha puesto en marcha un proyecto sobre la investigación de obstáculos de las mujeres en el comercio internacional.

En este contexto, y coincidiendo con el Día Internacional de la Mujer Emprendedora, se organizó este evento virtual en el que se desarrollaron los siguientes contenidos:

- Presentación de plataforma colaborativa: Internacionaliza mujeres Andalucía.
- Encuesta sobre los obstáculos que nos encontramos en la exportación de nuestros productos y servicios.
- Ebook negociación internacional y de genero.

-Diagnostico de capacidad de exportación.

-Informe de importadores por mercado de interés.

Asistentes:

Mujeres: 52

Hombres: 1



WEB SEMINARIO ONLINE “OPORTUNIDADES DE NEGOCIO Y TENDENCIAS ACTUALES EN EL SECTOR DEL HÁBITAT”

Fecha: 27 de noviembre de 2020

Financiado por el FSE, y debido el shock que ha supuesto en las sociedades y las economías el Covid-19, que va a provocar un viraje en la forma de vivir y de emplear el tiempo de ocio, que afectará en gran medida a los entornos de hábitat y a las industrias del ocio y del turismo, se analizaron:

- La influencia en el sector del hábitat y los estilos de habitar. En el que se trató sobre la aceleración del previsto éxodo de las grandes ciudades a la periferia y núcleos menos habitados en búsqueda de una mayor calidad de vida.
- La mayor demanda de casas, menos de apartamentos/pisos.
- El incremento de la inversión en el hogar, que ha estado decreciendo en los últimos años.

-Los espacios de trabajo, donde desaparecen las “open plan offices”, y se adaptan los hogares como oficina.

-Lo sectores que verán crecer su demanda: tecnologías de energía y agua para ser autosuficientes, electrodomésticos y sistemas de limpieza y filtración del aire y del agua, aparatos de higienización, también mobiliario de exterior

Asistentes:

Mujeres: 22

Hombres: 14



SEMINARIO ONLINE “TURISMO Y OCIO: RENTABILIZAR EL PRESENTE Y PREPARARSE PARA EL FUTURO”

Fecha: 11 de diciembre de 2020

Financiado por FEDER, y con el objetivo de entender el cambio del turismo durante la crisis provocada por la Covid-19, se analizaron las posibilidades de rentabilizar el negocio turístico, y cómo afrontarlo medio plazo.

Por ello se desvelaron las nuevas claves sobre el nuevo turista y sus motivaciones para decidir, presentando oportunidades de desarrollo de un nuevo producto turístico, ideas de cómo rentabilizar el equipamiento actual en situación de restricción, y cómo desarrollar estrategias de preparación para el momento de la reactivación.

Gestionado por la Consultora Ohayo, Comisariado de marca y tendencias, se analizaron las posibles tendencias en ocio y turismo tras la crisis, y en especial:

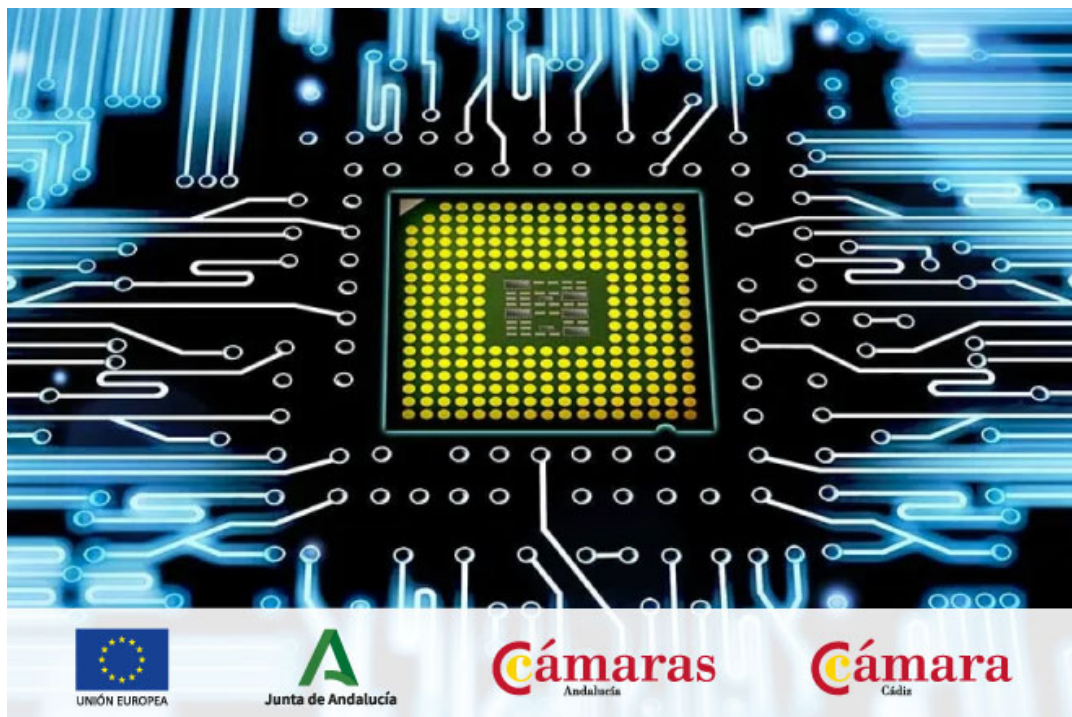
- Búsqueda de experiencias online.
- Incremento del ocio dedicado a salud y bienestar.

- Incremento de experiencias vinculadas a la espiritualidad. Se actualizará el concepto de peregrinación.
- Reducción de los viajes per cápita a corto y medio plazo.
- Crisis de confianza con países que han sido grandes receptores de turistas, que obligará a ser más responsables y activos en la gestión de la marca destino.
- Oportunidades derivadas de esta crisis: incremento de demanda de servicios de mayor valor añadido, búsqueda de oferta local y de cercanía que impulsará negocios que sepan adaptarse a la nueva circunstancia.
- Incremento de los seguros de viaje y confianza en el sistema sanitario del país.

Asistentes:

Mujeres: 38

Hombres: 22



PROGRAMA LATINOAMÉRICA IMPORTA TIC

Cofinanciado por FEDER y la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de la Junta de Andalucía, este Programa ofrece a las empresas participantes un apoyo en forma de servicio de asesoramiento personalizado a la PYME para detectar necesidades y priorizar mercados en 10 países latinoamericanos, ya que el sector de las TICs en América Latina ha experimentado un notable crecimiento debido a la fuerte inversión que los Gobiernos están realizando para lograr la transformación digital.

Pese al contexto de incertidumbre política y desaceleración económica, el mercado de hardware, software y servicios TIC continuará evolucionando favorablemente en los próximos años, por lo que se presentan grandes oportunidades de negocio en este sector.

Empresas participantes en el ámbito de esta Cámara: 4



ESTUDIO DE IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LA OFERTA EXPORTABLE DE LAS PYMES Y AUTÓNOMOS DE ALIMENTACIÓN Y VINOS DE LA DEMARCACIÓN CAMERAL DE CÁDIZ

Dada la importancia del sector agroalimentario en nuestra provincia, se ha realizado este estudio de identificación de la oferta exportable y/o con potencial exportador de pymes y autónomos de alimentación y vinos de la demarcación cameral de Cádiz, en el marco del PIP 2020 cofinanciado por el FEDER y enmarcado en el Programa Operativo Plurirregional de España 2014-2020,

El objetivo del proyecto ha sido disponer de una imagen veraz del sector y su capacidad de internacionalización que nos permita definir actuaciones adecuadas a las necesidades reales de las pymes y autónomos que lo componen y mejorar la difusión y promoción de nuestras actuaciones, diversificando segmentos y mercados e incrementando el número de beneficiarios únicos que participan en las mismas.

Se han analizado 175 empresas, de los sectores del aceite de oliva; charcutería; conservas; pastelería; legumbres; miel; platos

preparados; quesos; zumos; sales especiales y especias; vinagres y salsas; y vinos tranquilos, generosos y bebidas espirituosas.

Del resultado de este estudio se ha podido identificar a un relevante número de empresas susceptibles de que por la Cámara se planifiquen acciones de internacionalización.



IDENTIFICACIÓN, ANÁLISIS Y CLASIFICACIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE DE PYMES Y AUTÓNOMOS DEL SECTOR COMPLEMENTOS DE MODA EN PIEL DE LA DEMARCACIÓN CAMERAL DE CÁDIZ

Debido a la importancia del sector marroquinerero como uno de los principales activos de nuestra provincia, se ha considerado la oportunidad de realizar un proyecto de identificación, análisis y clasificación de la oferta exportable y/o con potencial exportador de pymes y autónomos de complementos de moda en piel de la demarcación cameral de Cádiz, en el marco del Programa PIP 2020 cofinanciado por el FEDER y enmarcado en el Programa Operativo Plurirregional de España 2014-2020.

El objetivo del proyecto ha sido. disponer de una imagen veraz del sector y su capacidad de internacionalización que nos permita definir actuaciones adecuadas a las necesidades reales de las pymes y autónomos que lo componen y mejorar la difusión y promoción de nuestras actuaciones, diversificando segmentos y mercados e incrementando el número de beneficiarios únicos que participan en las mismas, para el desarrollo de un proyecto de identificación, análisis y clasificación de la oferta exportable de pymes y autónomos

de complementos de moda en piel de la demarcación cameral de Cádiz.

Se estima que existe un universo de un mínimo de 150 pymes/autónomos en el sector y zona, si bien no todas con perfil exportador, pudiendo delimitarse en torno a 40 pymes/autónomos, y dentro de este perfil exportador, se diferencian talleres (servicios) y marcas propias (producto).

Tras los trabajos realizados, se han definido dos tipos de empresas exportadoras dentro del sector, servicios y producto, para los que se desarrollaran diferentes actuaciones a lo largo de los próximos ejercicios.



PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

El Programa 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.

Se caracteriza por su orientación hacia las demandas específicas de las PYME del sector, mediante el desarrollo de una metodología mixta de diagnóstico individualizado de su actividad, y la elaboración de un informe de recomendaciones de mejora, a fin de impulsar la adopción, por parte de las empresas del sector de metodologías y soluciones que permitan mejorar su situación competitiva.

La cuantía máxima para la realización del Diagnóstico de Turismo se fija en 4.900.-€, financiada al 100% mediante subvención con cargo a FEDER.

Empresas atendidas Fase I: 14

Empresas subvencionadas Fase II: 12

EMISIÓN DE DOCUMENTOS DE COMERCIO EXTERIOR



CERTIFICADOS DE ORIGEN

Documento que acredita el origen de las mercancías despachadas, (fabricadas, o donde han sufrido la última transformación sustancial), y permite a la empresa beneficiarse de un tratamiento aduanero preferente.

Certificados expedidos: 900



CUADERNOS ATA (Admisión Temporal de Mercancías)

Documento de admisión temporal de mercancías que sustituye a los documentos nacionales de exportación e importación temporal, y permite a las empresas operar de forma ágil, sencilla y segura.

Cuadernos expedidos: 17



DOCUMENTACIÓN PARA OPERACIONES COMERCIALES Y DE EXPORTACIÓN

- Legalizaciones
- ICATT's: Documentos para la exportación de atún de almadraba
- Certificados de pertenencia al censo
- Certificados de tamaño empresarial (micro, pequeña, mediana o gran empresa)
- Certificados de reconocimiento y notoriedad de marca
- Certificados de libre venta y consumo

Documentos expedidos: 27

FORMACIÓN

Y

EMPLEO





PROGRAMA INTEGRAL DE CUALIFICACIÓN Y EMPLEO

(PICE)

El objetivo de este Programa consiste en insertar en el mercado laboral a desempleados de entre 16 a 29 años, inscritos en el Programa de Garantía Juvenil del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

El colectivo al que se dirige el Programa diferencia cuatro tipologías de beneficiarios:

- Sin Estudios ni Experiencia
- Sin Estudios y con Experiencia
- Con Estudios y sin Experiencia
- Con Estudios y Experiencia

Las Acciones desarrolladas se ejecutan de acuerdo a los siguientes tramos:

- 1.- Análisis de las capacidades de cada beneficiario.
- 2.- Orientación Profesional
- 3.- Formación Troncal en:
 - Idiomas
 - Empleabilidad y Habilidades Sociales
 - Competencias digitales
- 4.- Formación Específica

- 5.- Acompañamiento
- 6.- Formación Práctica
- 7.- Movilidad

La financiación del Programa se realiza a cargo del FSE.

La ejecución del Programa durante 2020 arroja las siguientes cifras de beneficiarios:

- 1.- Captación: 513 (Mujeres: 379 – Hombres: 134)
- 2.- Orientación Vocacional: 490 (Mujeres: 361 – Hombres: 129)
- 3.- Formación Troncal: 60 (Mujeres: 47 – Hombres: 13)
- 4.- Formación Específica: 404 (Mujeres: 379 – Hombres: 134)
- 5.- Acompañamiento: 312 (Mujeres: 292 – Hombres: 112)
- 6.- Inserción: 5 (Mujeres: 5 – Hombres: 0)

Durante el ejercicio, gracias a la puesta en marcha de la modalidad de formación on-line, se ha conseguido mejorar el alcance de las actuaciones llegando a jóvenes de toda la demarcación cameral.

Se han concedido 5 ayudas a la contratación, por un importe total de 24.750 €.



PROGRAMA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DUAL EN LA EMPRESA

El objetivo del programa es fortalecer la calidad y la extensión del sistema de Formación Profesional Dual, mediante la promoción, el asesoramiento y el apoyo a las empresas participantes, así como apoyar a las empresas que quieran participar en la Formación Dual con las máximas garantías de calidad, mediante una orientación personalizada adaptada a las peculiaridades de tu empresa, y la asistencia a jornadas y talleres, potenciando la relación entre los centros formativos y las empresas, tanto para realizar programas formativos como para cualquier necesidad dentro del acercamiento escuela-empresa.

El Programa está cofinanciado por el Fondo Social Europeo, en el marco del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación FSE 2014-2020 (POEFE).

Empresas asesoradas: 31

Empresas idóneas: 2



**Formación
Profesional
Dual en
la Empresa**

JORNADAS ONLINE LA FP DUAL: UNA OPORTUNIDAD PARA TU EMPRESA

Dirigido a Pymes y Autónomos y Cofinanciado por FSE, se celebraron las siguientes Jornadas con el objetivo de dar a conocer la oportunidad para este tipo de empresas y autónomos, de la formación Dual.

Jornada celebrada el 23 de abril de 2020

Ponentes de esta Jornada:

D. Ignacio de Benito Pozo, Senior Project Manager de la Fundación Bertelsmann, y D. Manuel Durán Vázquez, responsable de Proyectos Formativos Transversales y Gestión del Conocimiento de Navantia que departieron sobre las características y ventajas para las empresas y las experiencias de la Formación Profesional Dual.

Asistentes:

Mujeres: 23

Hombres: 9

Jornada celebrada el 10 de noviembre de 2020

Participaron en esta Jornada:

D. José María Muriel Yélamos, Coordinador Pedagógico de Formación Profesional Dual en la provincia de Cádiz, que departió sobre la situación actual de la FP dual en Andalucía.

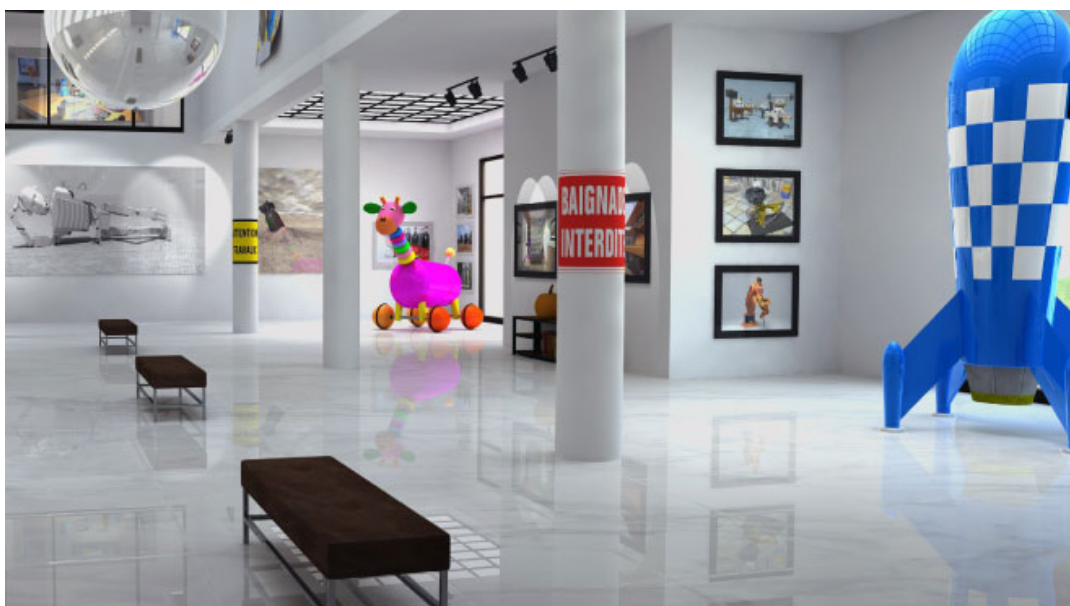
D Ignacio de Benito Pozo, Senior Project Manager de la Fundación Bertelsmann-Proyecto Alianza para la FP Dual, que analizó las ventajas y oportunidades de la FP Dual, modelo educativo post COVID

D^a Almudena Díaz, A.T. FP Dual de centros educativos, que moderó una Mesa Redonda sobre la experiencia de los aprendices de Formación Dual y la experiencia del centro educativo, y en la que intervinieron D^a Manuela Hidalgo Becerra, Coordinadora de FP Dual del IES Columela, y un Aprendiz/Embajador del Grado Medio de Soldadura y Calderería del IES Las Salinas.

Asistentes:

Mujeres: 11

Hombres: 13



I Programa Online Transformación Digital, Gestión Empresarial y Emprendimiento en las Empresas Culturales y Creativas

Financiado por FSE y desarrollado por INCYDE, el objetivo de estas actividades formativas ha sido proporcionar una visión global de las distintas áreas funcionales de una empresa de los sectores editorial, multimedia, audiovisual, fonográfico, producciones cinematográficas, artesanía y diseño, para poder determinar oportunidades de mercado y desarrollar el Plan de Empresa o un Plan de Mejora, con la ayuda de las herramientas de gestión para favorecer su puesta en marcha.

Asistentes:

Primera Edición: Del 15 de junio al 31 de julio:

Mujeres: 15

Hombres: 10

Segunda Edición: Del 29 de junio al 14 de agosto.

Mujeres: 12

Hombres: 4



II EDICIÓN DEL PROGRAMA ONLINE DE AUTOEMPLEO, CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL, MARKETING DIGITAL Y EMPRENDIMIENTO

Financiado por FSE y desarrollado por INCYDE, el objetivo del curso ha sido proporcionar una visión global de las distintas áreas funcionales de la empresa para poder determinar oportunidades de mercado y desarrollar el Plan de Empresa/Plan de Mejora, siempre con la ayuda de las herramientas de gestión para favorecer su puesta en marcha., ayudando a los participantes a definir su propia estrategia de comunicación en los nuevos medios sociales (redes sociales, blogs, buscadores, etc.), el plan de marketing digital y la ejecución de acciones para mejorar la reputación y el posicionamiento de sus productos/servicios en internet.

Asistentes:

Primera Edición: Del 7 de septiembre al 23 de octubre:

Mujeres: 17

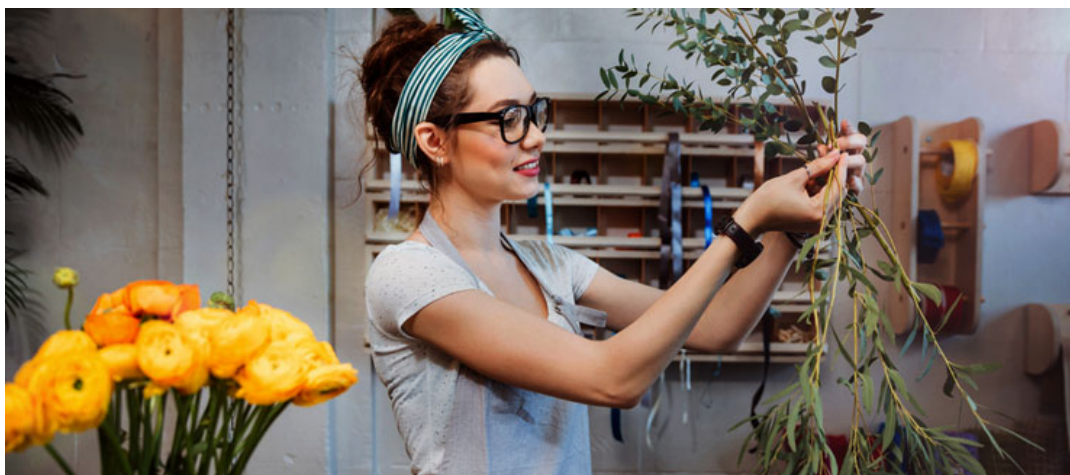
Hombres: 7

Segunda Edición: Del 21 de septiembre al 6 de noviembre.

Mujeres: 16

Hombres: 12

**CREACIÓN
DE
EMPRESAS**



PROGRAMA DE APOYO EMPRESARIAL A LAS MUJERES (PAEM)

Con el apoyo financiero del Fondo Social Europeo y del Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, el objetivo del Programa se basó en la promoción y apoyo a la actividad empresarial de las mujeres con inquietud emprendedora, con una idea o proyecto de negocio, y un plan de modernización o ampliación.

Datos de ejecución del Programa:

Usuarías:	145
Asesoramiento:	162
Cooperación:	10
Proyectos:	45
Empresas creadas:	8
Empleo generado:	0



JORNADA ONLINE “CÓMO SER TU PROPIA SOCIAL MEDIA MANAGER”

Fecha: 12 de junio de 2020

Dentro del Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM), se celebró esta Jornada con el objetivo de potenciar las ventas planificando una estrategia de marketing en las redes sociales.

Su ponente, Victoria Bioque, periodista - Digital Marketing Manager, departió sobre los siguientes temas:

- Sé tu propia Social media manager
- Tips para elaborar un buen Plan Social Media
- Facebook
 - Cómo optimizar tu página de empresa (por qué no debes vender a través de un perfil, buenas recomendaciones para “vestir” la página)
 - Consejos para generar comunidad (incluir siempre URL a la web, publicar en grupos etc.)
 - Publicaciones en Facebook que te enamorarán
 - Aprende a medir tus resultados
 - Introducción Facebook Ads

- Instagram
 - Cómo optimizar tu página de empresa
 - Consejos para generar comunidad (uso de hashtags, influencers, etc.)
 - Crea una estrategia de comunicación
 - Aprende a medir tus resultados
- ¿Puedo vender en Facebook y en Instagram?
 - Facebook Marketplace
 - Instagram Shopping
- Whatsapp
- Buenas prácticas y seguras para comunicarte con tus clientes

Asistentes: 34



PROGRAMA ESPAÑA EMPRENDE

Financiado por el Fondo Social Europeo, el objetivo del Programa pone a disposición un gabinete de atención presencial para la promoción empresarial, proporcionando los siguientes servicios gratuitos:

- Información empresarial.
- Asesoramiento y orientación empresarial.
- Desarrollo de una estrategia de sensibilización y animación para emprender.
- Apoyo a la creación y consolidación de redes europeas y nacionales.

Datos de ejecución del Programa:

Usuarios:	99
Asesoramiento:	100
Cooperación:	0
Proyectos:	34
Empresas creadas:	11
Empleo generado:	26



TALLER ONLINE “QUIERO VENDER ONLINE”

Fecha: 12 de junio de 2020

Dentro del Programa España Emprende, se celebró este taller con el objetivo de posicionar al emprendedor en la nueva era de vender y hacer negocios en Internet.

El contenido del taller se centró en:

- Descubrir cómo debe ser la web y las redes sociales para empezar a vender online.
- Aprender el manejo básico de herramientas necesarias para la promoción y venta online.
- Desarrollar estrategias de marketing digital para conseguir iniciarte en el comercio electrónico.

Asistentes: 51



JORNADA ONLINE “POTENCIA TU IDEA DE NEGOCIO CON WHATSAPP”

Fecha: 20 de noviembre de 2020

Dentro del Programa España Emprende, se celebró este taller con el objetivo de posicionar al emprendedor en la nueva era de vender y hacer negocios en las redes sociales, en este caso concreto en la red WhatsApp al ser una de las apps más usadas del mundo.

Contenido de la jornada:

- Importancia del contacto y atención al cliente.
- WhatsApp Business: instalación y configuración.
- Recomendaciones de uso y comunicación.
- WhatsApp como recurso para la venta en tu idea de negocio.
- Estrategia de marketing en WhatsApp.

Asistentes: 57



JORNADA ONLINE “PLAN DE VIABILIDAD DE PROYECTOS Y EMPRESAS”

Fecha: 2 y 3 de diciembre de 2020

Dentro del Programa España Emprende, se celebró esta Jornada con el objetivo de ayudar a realizar la planificación económico-financiera de un proyecto, ya sea una empresa, una inversión, nuevo producto o servicio o un presupuesto anual.

Gestionada por la ponente D^a Clara Vega, Consultora titulada en Ciencias Empresariales, con experiencia profesional de directora financiera en un grupo empresarial del sector de la promoción de viviendas y explotaciones agrarias, y actualmente consultora de empresas privadas, especialista en dirección financiera, análisis de costes y gestión empresarial, se desarrollaron los siguientes temas:

- Entendiendo el software
 - Configuraciones previas de la aplicación de plan de viabilidad
 - El plan de ventas o ingresos del proyecto
 - El plan de compras de materias primas y subcontrataciones
 - El plan de gastos
 - El plan de gastos de personal
 - El plan de inversiones

-El plan de financiación

-Formación complementaria

-Interpretando un plan de viabilidad:

-El beneficio y la rentabilidad esperada

-La tesorería que genera el proyecto

-La evolución financiera y patrimonial de la futura empresa

-La gestión de los costes y el punto de equilibrio del proyecto

-Formas de financiación para proyectos y para empresas en funcionamiento

-Práctica con un proyecto o una empresa real

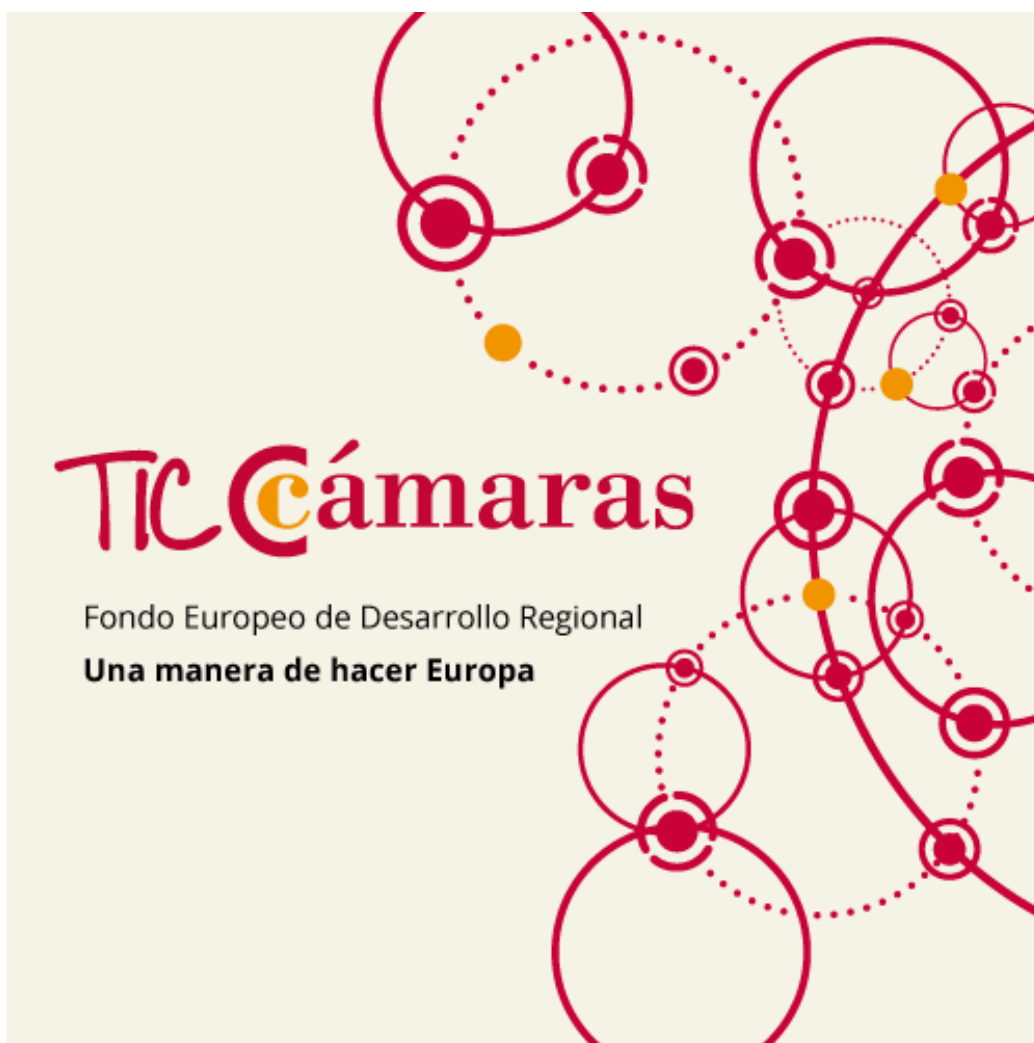
Asistentes: 35

COMPETITIVIDAD

E

INNOVACIÓN





PROGRAMA TICCÁMARAS

El Programa tiene como objetivo contribuir a la mejora de la competitividad de las PYMES, 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 se materializa a través de las siguientes actuaciones:

1.- Acciones de Apoyo a empresas

Mediante el desarrollo de una serie de actuaciones para sensibilizar y apoyar a las Pymes y a los autónomos en la asimilación de la cultura de innovación en sus estrategias de actuación.

2.- Acciones de Sensibilización y Promoción

Mediante un conjunto de acciones de sensibilización, comunicación, difusión y fomento de la ejecución de proyectos de innovación, sobre temáticas y avances que mejoren la competitividad de las pymes y autónomos y sirvan como vehículo para establecer nuevas vías de comercialización.

Las acciones de sensibilización a nivel local las realiza esta Cámara de Comercio, y las acciones de sensibilización a nivel regional o nacional se realizan desde la Cámara de Comercio de España.

3.- Acciones de Apoyo a las Empresas se materializan mediante la ejecución de los siguientes tramos:

Fase I:

Consiste en la realización de un análisis exhaustivo del nivel de digitalización de la empresa y de sus posibilidades de mejora, mediante el estudio de su Cadena de Valor, que permite conocer el esquema y situación del nivel de competitividad 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 realizan una serie de recomendaciones de implantación de soluciones pertenecientes a las tres líneas de actuación que contempla el Programa:

- 1.- Utilización de las TIC para la gestión empresarial y mejora de la competitividad: herramientas de productividad, ERP, CRM,... con clara orientación a la nube (cloud computing).
- 2.- Comercio Electrónico.
- 3.- 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 que contribuyan eficazmente al logro de mayores niveles de eficiencia, productividad y competitividad.

Fase II:

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 inicia una segunda fase en la que, proveedores registrados externos a las Cámaras, realiza la implantación de las soluciones que las empresas beneficiarias deseen implantar, recogidas en el Plan Personalizado de Implantación.

Esta fase es prefinanciada y cofinanciada por las empresas beneficiarias, incluyendo los gastos directos de los servicios e inversiones asociados al desarrollo del Plan.

Del coste total de esta fase en que haya incurrido la empresa destinataria, que supone un máximo de 7.000,00 € (IVA no incluido), la cuantía de la ayuda es el 80% del coste financiable, siendo por tanto, la cuantía máxima por empresa de 5.600,00 €.

La Financiación del Programa se concreta:

En la **Fase I**, subvención del 80% con cargo a FEDER.

En la **Fase II** subvención del 80% con cargo a FEDER, y el 20% con cargo las Empresas beneficiarias.

Empresas beneficiarias del Programa:

Fase I: 40 Diagnósticos.

Fase II: 36 Empresas subvencionadas.



JORNADA ONLINE “¿CÓMO PROTEGER TU EMPRESA? KIT BÁSICO DE CIBERSEGURIDAD PARA PYMES”

Fecha: 17 de diciembre de 2020

Dentro del Programa TIC-Cámaras, financiado por FEDER, se celebró esta Jornada, siendo ponente la Empresa VÖRN CIBERSEGURIDAD, con el objetivo de ayudar a mantener los dispositivos de los pequeños y medianos empresarios libres de amenazas, siendo el contenido del Programa:

- Ciberseguridad: amenazas y riesgos
- Ingeniería social
- Email y phishing/vishing/smishing
- Malware
- Equipos y redes de trabajo
- ‘Out of the office’: WiFis y Navegación segura
- Contraseñas, Autenticación Multifactor y gestores
- Estrategia empresarial: ¿cómo protegerse?

Asistentes: 34



PROGRAMA COMERCIO MINORISTA

El Programa, cuyo objetivo es la mejora del comercio minorista para hacerlo más competitivo, supone un conjunto de actuaciones de apoyo al pequeño comercio, para fomentar la innovación y mejorar su competitividad.

Todas las acciones son gratuitas para los comercios participantes, al estar financiadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, (FEDER), y cofinanciadas por la Secretaría de Estado de Comercio, del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

El conjunto de actuaciones propuestas en la Comunidad Autónoma Andaluza, están alineadas con la estrategia de la Dirección General de Comercio, de la Consejería de Transformación económica, Industria, Conocimiento y Universidades.

Objetivo general:

Dotar al comercio minorista de un conjunto de medidas de apoyo y fomento que establezcan las bases adecuadas para un crecimiento competitivo en un marco de colaboración institucional.

Objetivos específicos:

- 1.)- Innovación, mejora de la competitividad, adaptación a las nuevas fórmulas comerciales y hábitos de consumo de las pymes comerciales.
- 2.)- Dinamización de zonas y/o subsectores comerciales.

- 3).- Mejora de la competitividad de los equipamientos comerciales en Zonas de gran afluencia turística o áreas con régimen de libertad de apertura.
- 4).- Promoción del turismo de compras.
- 5).- Impulso del Comercio Electrónico.



JORNADA ON LINE “CÓMO GESTIONAR LAS REDES SOCIALES DE TU PROPIO NEGOCIO”

Fecha: 16 y 17 de noviembre de 2020

En coordinación con el Ayuntamiento de El Puerto de Santa María, que tiene la catalogación de Centro Comercial Abierto por la Junta de Andalucía, y Cofinanciado por FEDER, y el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, se ha desarrollado esta Jornada de dinamización dirigida a pymes y autónomos, en la que se trató sobre:

- ¿Qué sabemos de las redes sociales y que tienes tú que saber?
- ¿Qué es un social media plan?
- Hacer un plan de medios de forma fácil
- Lo más importante en Facebook (para empresas)
- ¿Quién destaca en Facebook y qué hace?
- Lo imprescindible de Instagram (la reina de las redes)
- Las mejores estrategias reales
- Whatsapp en tu estrategia de marketing
- Buenas prácticas con Whatsapp marketing

-Herramientas útiles para pymes en social media
Consejos de sabios

Asistentes: 53



JORNADA ONLINE “LA IMAGEN VENDE: INTRODUCCIÓN A LA FOTOGRAFÍA PARA REDES SOCIALES”

Fecha: 24 y 25 de noviembre de 2020

Cofinanciado por FEDER y el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, se trató sobre:

- Tipos de cámaras
- La cámara fotográfica y los dispositivos de captura
- Modos de funcionamiento
- Velocidad de obturación y movimiento
- Diafragma y profundidad de campo, Sensibilidad ISO
- La exposición y Medición de la luz
- Enfoque y profundidad de campo y tipos de objetivos
- Encuadres y composición
- Personalización de la cámara de fotos
- Edición y Postproducción con Lightroom
- Formatos y resoluciones para redes sociales
- Herramientas de publicación en redes sociales

Asistentes: 61



PROYECTO DIGITALIZA TU MERCADO

El objetivo del Proyecto es introducir a los Mercados de Abastos en un proceso de transformación digital, mediante la incorporación a sus negocios del uso de las nuevas tecnologías y las redes sociales, para conseguir mejoras radicales, disruptivas, que puedan convertirse en ventaja competitiva de su actividad económica.

El Proyecto, financiado por la Consejería de Transformación económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía y con la participación del Consejo Andaluz de Cámaras, se enmarca en el conjunto de actuaciones propuestas en la Comunidad Autónoma Andaluza, dentro de la estrategia de comercio de dicha Consejería.

Mercados de Abastos a digitalizar:
Mercado Central de Cádiz.
Mercado Virgen del Rosario de Cádiz.

Objetivo:

Teniendo en cuenta que dichos Mercados de Abastos parten de un grado muy bajo de uso tecnológico, se proyectó una actuación

progresiva que permitiera una incorporación segura, estable y de éxitos en el entorno web, mejorando el alcance y conocimiento del mercado y sus características, la involucración de sus comerciantes, y en definitiva el incremento de ventas y la actividad económica en el mercado y su entorno directo.

ACCIONES DESARROLLADAS:

ACCIONES PREPARATORIAS

1.- Diagnóstico inicial de transformación digital y grado de inclusión de la marca en internet.

2.- Plan de actuación: grado de digitalización del mercado.

ACCIONES DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

1.- Elaboración de un Manual de identidad corporativa para cada uno de los Mercados.

2.- Creación de un Portal web del Mercado de Abasto.

ACCIONES DE MARKETING

Elaboración de un Plan de marketing digital.

ACCIONES DE SENSIBILIZACIÓN EN EL MERCADO DE ABASTO

El 10 de agosto de 2020 se celebró de forma presencial en la sede de la Cámara de Comercio, una Jornada de sensibilización con el objetivo de impulsar la transformación de los Mercados de Abasto y en general del comercio tradicional de la ciudad de Cádiz, en colaboración con la Asociación de comerciantes del mercado de abasto, Asodemer.

Durante el desarrollo de la Jornada en la que actuaron como ponentes Vicente Franco, Especialista en marketing y sociología, y Manuel Esteves, Especialista en imagen y sonido, se trataron los siguientes contenidos:

 Cómo mantener mi web actualizada y posicionada

Edición de fotografías y publicación de vídeos e imágenes de mi negocio

Cómo gestionar y vincular tus redes sociales a tu plataforma web

Cómo impulsar tu venta online

ACCIONES DE FORMACIÓN EN EL MERCADO DE ABASTO

Mediante la elaboración de Píldoras Formativas.

Asistentes: 18



DIARIO DE CADIZ

Cámara
Cádiz

Cámara
Frontera de Gibraltar

Cámara
Área de San Fernando

Cámara
de Comercio de España

Santander

PREMIO PYME DEL AÑO 2020

La Cámara de Comercio de España, junto con las Cámaras de Comercio de Cádiz, Jerez de la Frontera, y Campo de Gibraltar, y la colaboración del Banco Santander y el Grupo Joly, han otorgado el Premio Pyme del Año de Cádiz 2020, en reconocimiento al desempeño de las pequeñas y medianas empresas con menos de 250 empleados y/o menos de 50 millones de facturación anual en el último ejercicio (2019), con sede social en la provincia de Cádiz.

Resultaron elegidas las siguientes Empresas:

Premio Pyme del Año 2020:

CONSTRUCCIONES OCCIDENTALES DE ANDALUCÍA S.A. (COASA)

Accésits:

Premio a la internacionalización:
BLUE PARROT OFFSHORE S.L.

Premio a la digitalización y la innovación:
EL BOTICARIO EN CASA (BLADEFAR S.L.)

Premio a la formación y el empleo:
SOCORRISMO Y SERVICIOS S.L. (SOCOSERVIS)

Premio a la empresa responsable:

CLINICA BEIMAN, INSTITUTO ANDALUZ DE MEDICINA DEL DEPORTE S.L.

Mejor Iniciativa en la lucha contra el COVID-19:

EPC TRACKER DEVELOPMENTS S.L.

RESTAURANTE CEPAS



PROGRAMA TODOS PROTEGIDOS

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de la Secretaría General de Industria y Pyme, y la Cámara de Comercio de España, pusieron en marcha en abril de 2020, el portal informativo **#TodosProtegidos** en el que se reflejaba la oferta y demanda de elementos y equipos de protección (mascarillas, guantes, protectores visuales, batas y soluciones hidroalcohólicas) en toda España, con el objetivo de facilitar el abastecimiento de este tipo de productos, sobre todo a pequeñas y medianas empresas, para facilitar su regreso a la actividad.

A través del portal, las empresas fabricantes y/o distribuidoras informaron de los productos que ofertaban, y los plazos de entrega estimados, pudiendo acceder a toda la información publicada por la Secretaría General de Industria y Pyme, sobre las especificaciones técnicas requeridas para la fabricación de elementos y equipos de protección personal.



INFORMACIÓN COVID-19

Al objeto de asesorar a las pequeñas y medianas empresas y autónomos durante el estado de alarma instaurado para hacer frente a la pandemia del COVID-19, la Cámara de Comercio estableció un servicio de atención a estos colectivos.

Las consultas se centraron en la justificación de desplazamientos por motivos de trabajo, la petición de información específica sobre las medidas adoptadas por el Ejecutivo, y sobre los efectos en la exportación y la importación de productos y servicios.

Consultas relacionadas con la situación de alarma por COVID- 19	Número
Información general sobre los decretos aprobados por el Gobierno	147
Información sobre los ERTES	36
Información sobre la posibilidad de aplazamiento de impuestos, cuotas SS, y otros pagos	57
Información específica en relación a los autónomos	172
Información sobre medidas de teletrabajo	6
Información sobre justificación de desplazamientos por motivos de trabajo	92
Información específica sobre importaciones/exportaciones	94
Líneas Avaes ICO	16
Protocolos de seguridad en comercio	67
Portal Todos Protegidos	20
Moratoria alquileres autónomos y pymes	21
Ayudas Ministerio de Cultura/Ayudas Acuicultura/ Ayudas Comercio	29
Nº TOTAL DE CONSULTAS ATENDIDAS EN RELACIÓN AL ESTADO DE ALARMA POR COVID-19	757

Paralelamente, se publicó en la página web de la Cámara, un boletín diario de información sobre esta materias, con 4584 usuarios en Facebook, 5.625 seguidores en Twitter, y 3.556 seguidores en LinkedIn.



SELLO “COMERCIO DE CONFIANZA”

La Cámara de Comercio de Cádiz, junto a Cámara de España y el resto de Cámaras territoriales de España, ha creado el sello “Comercio de Confianza” que acredita que los comercios cumplen los protocolos sanitarios y de seguridad establecidos en el Protocolo y Guía de Buenas Prácticas de la Secretaría de Estado de Comercio.

Esta iniciativa se pone en marcha con el fin de reactivar la actividad comercial, esencial para iniciar la recuperación de la economía tras el parón impuesto por la lucha contra la pandemia del COVID-19.



CAMERFIRMA

Emisión de Certificados digitales, para facilitar sus relaciones con la Administración Pública, mejorando la gestión y competitividad de las empresas.

El certificado digital emitido por Camerfirma utiliza dos claves criptográficas: una privada, conocida únicamente por el titular, y otra pública, vinculando a ambas entre si.

TIPOS DE CERTIFICADOS:

- De Pertenencia a Empresa.
- De Representante.
- De Persona Jurídica.
- Para Factura Electrónica.
- De Cifrado.
- De Servidor Seguro.
- De Apoderado.
- De sello de Empresa.
- De Firma de Código.

Certificados emitidos y/o renovados: 90



BASES DE DATOS EMPRESARIALES CAMERDATA

Bases de datos empresariales, para facilitar el acceso a la información comercial, permitiendo discriminar según distintos campos y con un alto nivel de detalle en las búsquedas.

La información cumple con la normativa LOPD y cuenta con la garantía del censo de empresas de la Cámara, según ley 4/2014.

Consultas atendidas: 49

ARBITRAJE



ARBITRAJE

La Ley 4/2014 Básica de Cámaras de Comercio reconoce a las Cámaras de Comercio, y la Ley 4/2019 de Cámaras de Comercio de Andalucía, como instituciones de arbitraje.

Para realizar esta función, la Corte de Arbitraje de la Cámara de Comercio, realiza la administración de arbitrajes de equidad y de derecho.

Arbitrajes tramitados: 1

COMUNICACIÓN



La Comunicación constituye un elemento estratégico para la Cámara, para reforzar su posicionamiento institucional, informando de los programas que desarrolla y de los servicios que presta a las empresas, especialmente a las pymes, en la ejecución de los diferentes programas y campañas en los que participa la institución.

En síntesis, la política de comunicación de la Cámara se ejecuta a través de diversas herramientas, mediante acciones con los medios de comunicación, organización de actos y gestión de perfiles propios en redes sociales.

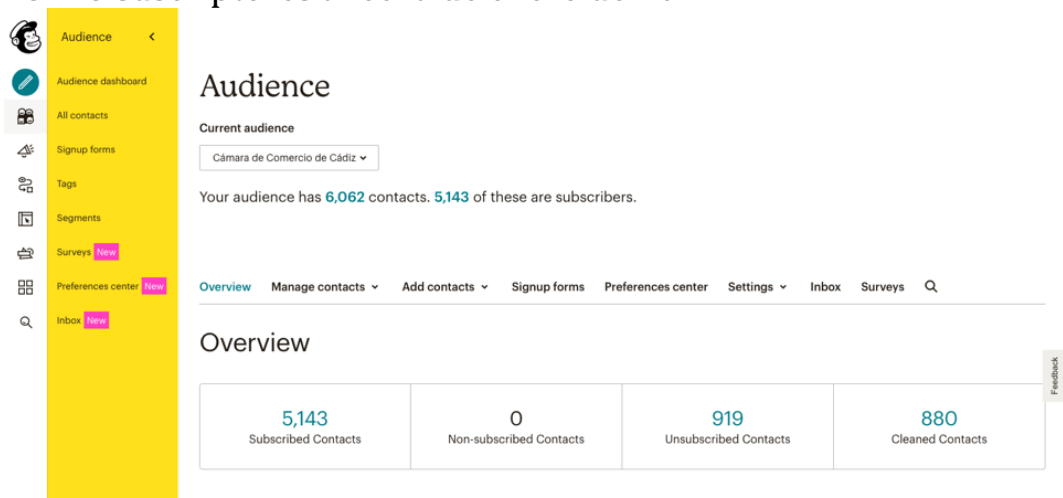
A este respecto, la Cámara ha reforzado su presencia digital y ha puesto en marcha una nueva estrategia online con el objetivo de incrementar el tráfico, la captación de registros y la fidelización de usuarios, y cuenta con perfiles en las principales redes sociales. Facebook, Twitter y LinkedIN que se erigen como los canales de comunicación con el usuario con más alcance.

Asimismo, cuenta con un canal en Youtube en el que se comparte material creado por la Cámara con respecto a programas que se estén ejecutando.

Los datos mas relevantes de la presencia digital de la Cámara, son los siguientes:

Newsletter:

- 5143 suscriptores a fecha de enero de 2021.

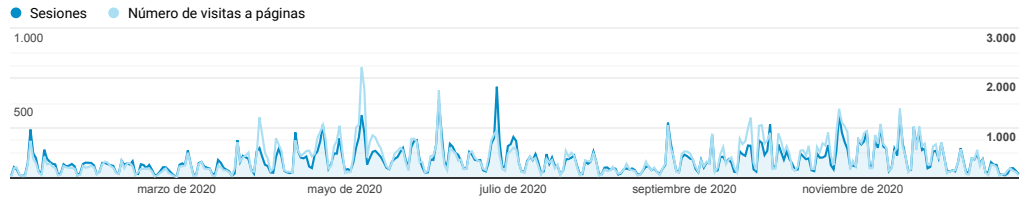


Sesiones

1 ene 2020 - 31 dic 2020

Todos los usuarios
100,00 % Sesiones

Pestaña de informe



Página	Sesiones	Número de visitas a páginas
	42.496 % del total: 100,00 % (42.496)	139.340 % del total: 100,00 % (139.340)
1. /index.php	12.975 (30,53 %)	23.286 (16,71 %)
2. /pice-formacion-online	2.595 (6,11 %)	15.360 (11,02 %)
3. /programa-ticcamaras	1.999 (4,70 %)	3.181 (2,28 %)
4. /programa-integral-de-qualificacion-y-empleo-pice	1.399 (3,29 %)	5.730 (4,11 %)
5. /club-camara-thank-you	1.207 (2,84 %)	2.646 (1,90 %)
6. /presentacion-online-de-la-orden-de-sbvenciones-para-pymes-comerciales-y-artisanas-de-andalucia	766 (1,80 %)	1.091 (0,78 %)
7. /curso-pice-dinamizador-de-actividades-de-ocio-y-tiempo-libre-infantil-y-juvenil-san-fernando	749 (1,76 %)	1.221 (0,88 %)
8. /certificados-de-origen	654 (1,54 %)	1.466 (1,05 %)
9. /formacion-jornadas-talleres-y-cursos	620 (1,46 %)	4.148 (2,98 %)
10. /convocatoria-de-ayudas-economicas-fomento-del-empleo-programa-pice-2020	563 (1,32 %)	1.122 (0,81 %)

Filas 1 - 10 de 2986