

AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA
REGISTRO DE CONVENIOS Y PROTOCOLOS
9 - MAR. 2011
Doc. 267
Nº Orden... 45
INSCRIPCIÓN DEFINITIVA

TurismoForum
Málaga Ciudad

Cámara
Málaga

CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS
DE MÁLAGA

Ayuntamiento
de Málaga
Área de Turismo y Deportes

CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA, LA CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE MÁLAGA, EL AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA Y LA CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN MATERIA DE CREACIÓN DEL CLUB DE PRODUCTO DE TURISMO CULTURAL CITY BREAK BAJO LA MARCA "FEEL MÁLAGA" PARA LA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ESTE SEGMENTO TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE MÁLAGA

En Málaga, a 19 de Enero de 2010

REUNIDOS

De una parte D. Jerónimo Pérez Casero, con DNI número 25.036.428-P y domicilio a estos efectos en Málaga, calle Cortina del Muelle, núm. 23, Palacio de Villalcázar.

De otra, D. Elías Bendodo Benasayag, con DNI número 53.685.106-R y domicilio a estos efectos en Málaga, Paseo Antonio Machado, 6, quinta planta.

De otra, D. Javier González de Lara y Sarriá, con DNI número 25.067.080-R y domicilio a estos efectos en Málaga, calle San Lorenzo, 20.

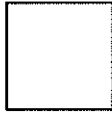
Y de otra, D. Antonio Souvirón Rodríguez, con DNI número 24.820.143-S y domicilio a estos efectos en Málaga, Avenida de la Aurora, 47; edificio Administrativo de Servicios Múltiples.

INTERVIENEN

El Sr. Pérez Casero, en nombre y representación de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de la Provincia de Málaga, de la que es su Presidente.

El Sr. Bendodo Benasayag, en su calidad de Teniente de Alcalde Delegado del Área de Gobierno de Turismo y Deportes del Excmo. Ayuntamiento de Málaga.

El Sr. González de Lara y Sarriá, en su calidad de Vicepresidente Ejecutivo de la Confederación de Empresarios de Málaga y Secretario General de la Fundación CEM.



El Sr. Souvirón Rodríguez, por parte de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, en su calidad de Delegado Provincial.

EXPONEN

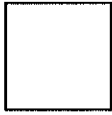
I.- Que es notoria la importancia del sector turístico dentro de la economía de Málaga y lo suficientemente significativa, para que todo lo relacionado con él deba ser objeto de una especial atención por parte, tanto de las instituciones públicas, como de la iniciativa privada. El turismo en la ciudad de Málaga ha evolucionado en los últimos 10 años hasta convertirse en una actividad económica de relevante importancia, pilar de la economía de la ciudad, determinada por tres aspectos:

- por su contribución a la generación de riqueza y empleo en la propia ciudad pero también en su área metropolitana y en la región de Andalucía,
- por su importante efecto arrastre sobre otros sectores, lo que le confiere un carácter de industria estratégica de primera magnitud y
- por su aportación a la convergencia social, pues la libre circulación de turistas lleva intrínseco el intercambio de tradiciones, culturas favoreciendo la globalización con ello, la internacionalización del destino Málaga.

II. Que el enfoque de turismo urbano y cultural que se corresponde con la visión estratégica que se dio a la industria turística en la ciudad con ocasión del diseño y ejecución de las acciones previstas en los Planes Estratégicos de Málaga, unido a la apuesta por la creación y comercialización de producto turístico definido en los planes de marketing del Área de Turismo, ponen un especial énfasis en la promoción ligada a la comercialización sobre la base de alianzas estratégicas público privadas y contando con los principales operadores y canales del mercado.

III.- Que el turismo cultural que la ciudad de Málaga está desarrollando, se basa en la capacidad de combinar todas las potencialidades y fuerzas de la ciudad, entorno urbano y oferta cultural y de ocio. De esta forma se está logrando el primer objetivo de constituir un destino propio y diferencial, no quedando reducido a lo que apuntaba la tendencia de los años 70 y 80, un simple producto de consumo externo para la Costa del Sol. Málaga quiere integrarse en ese grupo de ciudades europeas que quieren invitar a que permanezcan en ellas, y a descubrir sus actividades y sus equipamientos.

En este sentido, el turismo urbano que se ha diseñado en la ciudad, el que se deriva de la conceptualización dibujada por las instituciones y asociaciones de empresarios y ciudadanos en los dos Planes Estratégicos de Málaga, se basa en la explotación de la poli-cultura urbana y se caracteriza, porque cubre por igual las expectativas e intereses de los ciudadanos y de los visitantes.



IV.- Los señores comparecientes, reconociéndose mutuamente la representación que respectivamente ostentan y, consiguientemente, la capacidad legal necesaria para la formalización del presente Convenio de Colaboración, lo llevan a efecto con sujeción a las siguientes:

CLAUSULAS

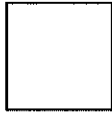
PRIMERA.- OBJETO.-

El objeto del presente Convenio es regular un marco de colaboración entre la Cámara de Comercio de Málaga, la Confederación de Empresarios de Málaga, la consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento de Málaga para la creación de un Club de Producto de Turismo Cultural City Break bajo la marca registrada “**Feel Málaga**”, sobre la base de la realización de acciones de ordenación de la oferta, diseño de producto, promoción y comercialización y, en definitiva, la articulación de la oferta turística de la ciudad de Málaga para desarrollar, promocionar y comercializar producto turístico en el segmento de city break – cultural.


El objetivo general es crear un instrumento flexible y dinámico capaz de adaptarse a los diferentes escenarios del mercado nacional e internacional, aunando las estrategias de promoción y comercialización, atendiendo a las características propias de cada segmento/producto (Gastronómico, Cultural, Shopping, LGTB, Lujo, Accesible, Golf) y mercado. Este objetivo general se basará en la cooperación y colaboración entre la iniciativa pública y la iniciativa privada compartiendo la responsabilidad de liderar, en su conjunto, la actividad turística local.

Los objetivos específicos son:

- Incrementar la variedad y la calidad de las actividades y servicios turísticos.
- Construir redes de negocio entre los productores de servicios y actividades turísticas (hoteles, museos, comercios, restaurantes, transportes, guías turísticos, agencias, etc.).
- Crear nuevos productos competitivos y/o mejorar los existentes bajo el concepto de “producto experiencial”.
- Aportar valor al cliente.
- Crear sinergias entre agentes turísticos públicos y privados.
- Dinamizar y tematizar productos.
- Crear plataformas conjuntas de comercialización y promoción.



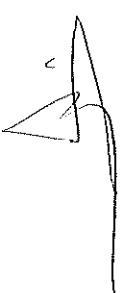
- Fijar criterios estándares de calidad.
- Diseñar Modelos de Gestión de Inteligencia Turística.

 Las instituciones firmantes del presente Convenio a través de la Comisión de Seguimiento a que se refiere la cláusula quinta de este convenio, acordarán la adhesión de nuevas instituciones, asociaciones y/o empresas al mismo, en orden a su completo desarrollo conforme a los fines y objetivos referidos en los expositivos Primero, Segundo y Tercero del citado documento.

La adhesión a este Convenio supone la plena aceptación de todas sus cláusulas.

SEGUNDA.- ACCIONES A DESARROLLAR.-

A) Investigación de Mercado:


 Se acuerda llevar a cabo un Estudio del sector del Turismo Urbano y Cultural en la Ciudad de Málaga. Esta Investigación de Mercado tendrá la frecuencia y contenidos que la Comisión de Seguimiento determine y abarcará, entre otras, la realización de estudios estadísticos que pongan de manifiesto el peso específico del segmento cultural city break en la economía y el turismo de la ciudad y que faciliten la adopción de las medidas de gestión y promoción adecuadas en cada momento y circunstancia.

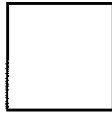
B) Definición y Promoción de la Marca Única:

Se acuerda la creación de una Marca única que represente la Promoción de la ciudad de Málaga bajo el concepto de producto experiencial para el segmento del turismo cultural y urbano.

C) Acciones de Promoción en origen y destino:

En el ámbito de la comunicación y promoción de los productos del club se llevarán a cabo distintos tipos de acciones que, con carácter general, serán:

- 
- Famtrip personalizados con los principales mercados emisores.
 - Misiones Inversas: El objetivo será el cierre de acuerdo de negociaciones o el de prospección de mercados.
 - Presstrip: Presentación de portafolio de productos a principales medios especializados on line/off line.
 - Organización de workshops en origen entre la demanda y la oferta.



- Establecimiento de alianzas estratégicas con los actuales y potenciales turoperadores y agencias de viajes.
- Asistencia a Ferias y Jornadas en origen.

Así mismo, se creará una plataforma de gestión y comercialización para los productos que se vayan diseñando en el club de producto. Esta plataforma integrará una extranet como red de conocimiento y canal de venta entre las empresas, profesionales e instituciones que lo integran.

Los objetivos son:

- Dirigir y controlar los proyectos comunes en tiempo real.
- Comercialización de los productos.
- Hacer transacciones seguras entre los sistemas internos del Club.
- Inteligencia Turística: Obtener fácil y rápidamente la información sobre los clientes reales y potenciales, proveedores y socios.

D) Publicaciones y Difusión

El Club de Producto se compromete a editar en diferentes soportes publicitarios, incluido el electrónico, la oferta de Turismo Cultural de la ciudad, donde el visitante con motivación cultural a la ciudad de Málaga podrá encontrar información sobre productos y servicios recomendados, tanto de los equipamientos culturales propiamente dichos como de los establecimientos complementarios (restaurantes, alojamientos, transporte, ocio...), que les faciliten y enriquezcan su estancia.

TERCERA.- FINANCIACION DE LAS ACCIONES A DESARROLLAR.-

La financiación de las acciones, sin perjuicio de que los Convenios o instrumentos específicos que se firmen para cada caso concreto establezcan otro porcentaje, correrá a cargo de las instituciones en proporción y según la vinculación con las acciones expuestas en el presente Convenio.

Las entidades firmantes de este Convenio contribuirán al pago de las acciones, con los importes que se indican a continuación, siendo estos importes orientativos, dependiendo el importe final efectivo, del número definitivo de acciones realizadas conforme al presente Convenio.

- La **Cámara de Comercio** aportará la cantidad de TREINTA MIL EUROS (30.000,00 €), impuestos incluidos.



- W
- El **Ayuntamiento de Málaga y la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía** aportarán la cantidad de **SETENTA Y TRES MIL CIENTO CINCUENTA Y OCHO EUROS (73.158,00 €)**, impuestos incluidos, en el marco del **Plan Turístico de Málaga**, adscrito al Programa de Grandes Ciudades del Gobierno Autonómico.
 - La **Confederación de Empresarios** aportará la cantidad de **VEINTITRÉS MIL CIENTO CINCUENTA Y OCHO EUROS (23.158,00 €)**, impuestos incluidos a través de la Fundación CEM, Cultura, Economía y Medio Ambiente.
 - Las **Empresas y Entidades adscritas al Club** aportarán ingresos variables estimados en la cantidad de **CINCUENTA Y SEIS MIL SETECIENTOS OCHENTA EUROS (56.780,00 €)**, impuestos incluidos, en concepto de prestación de servicios de promoción y comercialización por parte del Club.

Las asociaciones pertenecientes al Forum del Turismo Málaga Ciudad se comprometen a difundir adecuadamente entre sus asociados este convenio y a motivar y procurar su adhesión al Club de Producto.

A

Los fondos que se pudieran obtener de cualquiera de estas acciones de promoción y comercialización, serán destinados a la financiación de la Promoción de la ciudad de Málaga como Destino Turístico Cultural.

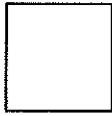
Cualquier acción de promoción educativa y/o comercial podrá ser cofinanciada por otras instituciones o administraciones previo conocimiento de las partes firmantes y previa adhesión a este Convenio de dichas instituciones o administraciones.

Para la ejecución de lo previsto en el presente Convenio se abrirá una Cuenta Restringida en una entidad financiera malagueña, cuyo titular será la Confederación de Empresarios Málaga o, en su caso, la Fundación CEM, quien asumirá la gestión económica de las acciones previamente aprobadas por la Comisión de Seguimiento y

CUARTA.- DURACION.-

X

El presente Convenio de colaboración entrará en vigor a la fecha de su firma y **tendrá una duración de un año**, quedando prorrogado por idénticos períodos, salvo denuncia expresa de una de las partes con una antelación no inferior a un mes de su vencimiento o del de cualquiera de sus prórrogas.



QUINTA.- COMISION DE SEGUIMIENTO.-

Para la ejecución de lo previsto en el presente Convenio se constituirá una Comisión de Seguimiento formada por representantes de cada una de las partes firmantes más dos miembros elegidos entre los representantes del Forum del Turismo Málaga Ciudad designados por el propio Forum.

La Comisión, que adoptará sus decisiones por mayoría simple, será presidida por el representante de la CEM que tendrá voto de calidad, actuando como secretario el Product Manager del Club de Producto al que se refiere la cláusula sexta. Dicha Comisión será la encargada de estudiar y aprobar para cada una de las acciones del correspondiente programa técnico y presupuestario propuesto por el Product Manager.

Asimismo, dicha Comisión dirimirá, en su caso, las divergencias o discrepancias a que se refiere la Cláusula Cuarta de éste.

SEXTA.- GESTIÓN.-

Para la efectiva gestión de las materias señaladas en la Cláusula Segunda de este Convenio, la Comisión de Seguimiento nombrará a un responsable de producto – Product Manager, gerente externo, que se responsabilizará del cumplimiento de los objetivos señalados por la citada Comisión.

La elección del Product Manager se realizará, por valoración de méritos sobre las propuestas que los miembros de la Comisión presenten en el plazo de cinco días a contar desde la constitución de la Comisión de Seguimiento.

Las circunstancias contractuales del responsable de producto se establecerán en función de sus competencias y capacidades demostradas para las materias señaladas en la reiterada Cláusula Segunda a propuesta del coordinador de la Comisión que deberá contar con la aprobación, por mayoría simple, de la Comisión de Seguimiento.

La modalidad del contrato del responsable de producto, que se realizará por la Confederación de Empresarios de Málaga o, en su defecto, por la Fundación CEM será, en todo caso, por obra o servicio y se revisará anualmente coincidiendo con la denuncia o prórroga tácita del Convenio.

Como directrices iniciales de trabajo a desarrollar por el responsable de producto, supervisadas por la Comisión de Seguimiento, se deberán desarrollar los siguientes documentos de partida del Club de Producto de Turismo Cultural City Break de la Ciudad de Málaga:



- Plan Estratégico del Club
- Plan Financiero 2011-2012
- Plan de Comercialización 2011 y 2012

SÉPTIMA.- SOBRE LA INTERPRETACION Y/O EJECUCION.-

Para cualquier divergencia o discrepancia que pudiera surgir en la interpretación y/o ejecución del presente convenio las partes se someten a la decisión de la Comisión de Seguimiento que se constituye.

Y en prueba de conformidad, los/as señores/as comparecientes suscriben por cuadruplicado ejemplar el presente Convenio de Colaboración en el lugar y fecha al principio indicados.

Por la Cámara Oficial de Comercio
Industria y Navegación de Málaga

D. Jerónimo Pérez Casero

Por el Ayuntamiento de Málaga

D. Elías Bendodo Bensayag

Por la Confederación de Empresarios
de Málaga y la Fundación CEM

D. Javier González de Lara y Sarriá

Por la Consejería de Turismo de
la Junta de Andalucía

D. Antonio Souvirón Rodríguez

DILIGENCIA

Se extiende para hacer constar que el presente convenio es conforme con la aprobación efectuada por la Junta de Gobierno Local en sesión celebrada en fecha 28 de diciembre de 2010

El Jefe de Sección de Servicios Generales

Fdo. D. Julián Laguna García