

Estrategia de Acción Exterior Málaga 2030



Ayuntamiento
de Málaga

FUNDACIÓN
CIEDES





Elaborado por:

Fundación CIEDES (Centro de Investigaciones Estratégicas y de Desarrollo Económico y Social)

Autoras:

M^a del Carmen García Peña (Directora Gerente)

Vladislava Sakharova (Consultora externa)

Con la colaboración y patrocinio de:

Área de Participación Ciudadana, Migración, Acción Exterior, Cooperación al Desarrollo, Transparencia y Buen Gobierno del Ayuntamiento de Málaga





Índice

1	Introducción	9
2	Objetivos y alcance.....	13
3	Esquema de la Estrategia	17
4	Metodología	21
5	Diagnóstico.....	27
5.1	Evaluación del Plan Estratégico Internacional 2016-2019	27
5.2	Mapas de Acción Exterior de la ciudad a nivel global.....	40
5.3	Mapas de Acción Exterior de la ciudad a nivel continental	41
5.4	Mapas de Acción Exterior de la ciudad por entidad	46
5.5	Alianzas internacionales de la ciudad	79
5.6	Análisis estadístico	88
5.7	Diagnóstico de la ciudad a la luz de los ODS de la Agenda 2030	95
6	Oportunidades de internacionalización por zonas estratégicas	105
7	Misión y Visión	111
8	Valores.....	115
9	Objetivo estratégico 2030.....	119
10	Líneas estratégicas 2030 e indicadores de seguimiento.....	123
11	Plan de actuación 2030	131
12	Seguimiento y evaluación	137
13	Agradecimientos	141
14	Referencias y fuentes consultadas.....	145



Introducción





1 Introducción

La presente Estrategia de Acción Exterior Málaga 2020- 2030 está diseñada con el propósito de conocer el posicionamiento actual de la ciudad de Málaga a nivel internacional, además de marcar la hoja de ruta internacional que ha de guiar las acciones municipales.

Se trata de una actualización del Plan de Estrategia Internacional 2016-2019, elaborado por la Fundación CIEDES (Centro de Investigaciones Estratégicas y Desarrollo Económico y Social) en trabajo conjunto con el Área de Participación Ciudadana, Migración, Acción Exterior, Cooperación al Desarrollo, Transparencia y Buen Gobierno del Ayuntamiento de Málaga y con la participación de las diferentes áreas del Ayuntamiento de Málaga, entes municipales y diferentes entes participados por el Ayuntamiento, así como por los miembros del Grupo de Estrategia Internacional Conjunta de Málaga¹.

En este documento se establece un objetivo estratégico central para 2030 para la mejora de la internacionalización de Málaga, a partir de la realización de una evaluación del I Plan y del diagnóstico actualizado del mismo. Se concretan la misión y la visión internacional de Málaga y los valores de la ciudad, a la luz de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.

Finalmente, se destacan algunas oportunidades de internacionalización por zonas estratégicas, las líneas estratégicas a seguir para alcanzar las metas propuestas y el plan de actuación para 2030, basados en el I Plan de Estrategia Internacional, mencionado con anterioridad, y en la propia estrategia definida para la ciudad.

¹ El grupo está formado por el Ayuntamiento de Málaga, el Parque Tecnológico de Andalucía, la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Málaga, la Confederación de Empresarios de Málaga, la Universidad de Málaga, Promálaga, BIC Euronova, Cuerpo Consular, Diputación de Málaga, Extenda- Junta de Andalucía, ICEX- Dirección General de Comercio de España y Delegación Territorial de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía



Objetivos y alcance





2 Objetivos y alcance

Uno de los objetivos de esta Estrategia de Acción Exterior es mantener Málaga competitiva a nivel internacional, a la luz de la estrategia general de la ciudad, basada en cinco ejes fundamentales: la cultura, el conocimiento y la innovación, la integración social y territorial, el litoral y el respeto ambiental, así como la apertura al mundo. Todos ellos, a su vez, tienen en el centro la sostenibilidad como modelo de desarrollo.

Teniendo en cuenta dicho objetivo central de desarrollo, se ha elaborado el presente documento para que sirva de guía a las acciones municipales de la ciudad y como esquema de trabajo que considera tanto las acciones presentes como las líneas futuras a seguir, con la realización de un seguimiento y evaluación permanente de las actuaciones. Esta Estrategia se define como una actualización del I Plan de Estrategia Internacional, teniendo en cuenta tanto la evolución experimentada por la ciudad en los últimos años, especialmente en el marco internacional, como el carácter cambiante de la realidad global. Se trata, por tanto, del fundamento sobre el cual basar las acciones estratégicas de la ciudad de Málaga en materia de internacionalización.

Este documento debería actuar como referente para las diferentes áreas y entidades municipales que quieran implementar alguna acción exterior, con el propósito de que trabajen de forma coordinada para lograr la consolidación de Málaga, su competitividad a nivel nacional, europeo y mundial.

Hay que destacar que se incluye una recopilación de mapas sobre el posicionamiento de las diferentes áreas municipales, entes municipales y entes con participación del Ayuntamiento de Málaga, con el fin de visualizar la presencia internacional de Málaga en sus acciones, participación en redes y/o asociaciones de carácter internacional, acuerdos de hermanamientos y los canales utilizados en el extranjero. Asimismo, se recoge el posicionamiento de Málaga en función de un conjunto de Indicadores relevantes de cada uno de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.

Este documento se diseña con el convencimiento de que, para mantener y mejorar la excelente calidad de vida de la ciudad, el empleo y/o la construcción de alianzas, es imprescindible que Málaga cuente con una estrategia concreta de internacionalización y un plan con acciones detalladas para materializarla. Es por ello que este trabajo de actualización del I Plan Estratégico Internacional es de gran importancia.



Esquema de la Estrategia



3 Esquema de la Estrategia

El esquema en el que se ha basado la Estrategia de Acción Exterior del Ayuntamiento de Málaga se inspira en la metodología clásica de la planificación estratégica, implementada en primer lugar a nivel empresarial e institucional y después a escala urbana.

A continuación, se destacan los componentes esenciales de la Estrategia:



En los siguientes apartados se detallan los contenidos de cada uno de estos componentes y las relaciones que existen entre todos ellos, de manera que se va construyendo la Estrategia de Acción Exterior Málaga 2030.



Metodología



4 Metodología

La elaboración de la presente Estrategia de Acción Exterior se ha basado en el esquema metodológico anterior. Para ello, se ha recopilado la información necesaria y se ha contado con la participación de distintos agentes, siendo las fases seguidas y la metodología empleada la siguiente:

ANÁLISIS INTERNO

1. Elaboración de base de datos de contactos municipales y recopilación de la información a través de cuestionarios enviados por mail y llamadas telefónicas. En total se realizaron 51 consultas de las cuales 23 fueron a áreas del Ayuntamiento, 14 a entes municipales y 14 a entes participados por el Ayuntamiento de Málaga.

ÁREAS DEL AYUNTAMIENTO

- Acción Exterior y Cooperación al Desarrollo
- Alcaldía
- Asesoría Jurídica
- Comercio y Vía Pública
- Comunicación
- Cultura
- Deporte
- Derechos Sociales
- Economía y Hacienda
- Igualdad de Oportunidades
- Innovación y Digitalización urbana
- Intervención General
- Jurado tributario
- Juventud
- Movilidad
- Ordenación del territorio y vivienda
- Participación Ciudadana
- Recursos Humanos y Calidad
- Secretaría General
- Seguridad
- Servicios Operativos, Régimen Interior, Playas y Fiestas
- Sostenibilidad Medioambiental
- Turismo y Promoción de la ciudad

ENTES MUNICIPALES

- Agencia Pública para la Gestión de la Casa Natal de Pablo Ruiz Picasso y otros Equipamientos Museísticos y Culturales
- Canal Málaga



- CEMI
- EMASA
- EMT
- Gestrisam
- IMFE
- Málaga Deportes y Eventos
- Más Cerca
- Orquesta Ciudad de Málaga
- Parcemasa
- Promálaga
- SMASSA
- Sociedad Municipal de Vivienda

ENTES PARTICIPADOS POR EL AYUNTAMIENTO

- CAC Málaga
- Consorcio de Transporte de Mercancías
- Consorcio de Transporte Metropolitano
- FILM Office
- Fundación CIEDES
- Fundación Malagueña de Tutela
- Fundación Musical Málaga
- FYCMA
- Jardín Botánico
- LIMASA- LIMPOSAM
- Mercamálaga
- Museo Thyssen
- OMAU
- PTA

2. Elaboración de los cuestionarios para obtener la información de las áreas y entes. El cuestionario ha sido elaborado utilizando el modelo de seguimiento del I Plan de Estrategia Internacional del 2017, eliminando la casilla de “zona” que estuvo presente en el cuestionario anterior.

PAÍS	Ciudad	Qué exportamos	Qué importamos	SEGMENTO	CANAL
¿Pertenece a alguna red, asociación, plataforma o colectivo con carácter internacional?				SI/ NO	¿Desde qué año?
¿Cuáles? (Aporte sus nombres y sus enlaces web para obtener más información)				Web	
¿La participación es gratuita o tiene algún tipo de coste?					
<i>Comentarios aquí</i>					
Si el coste es económico, indique quién lo paga, el importe (en euros) y el período de pago (mensual, anual, otros).					
Nombre (siglas)	Pagador	Importe (euros)	Pago anual/ mensual/ otros		



3. Actualización de los datos de seguimiento del I Plan de Estrategia Internacional.

ANÁLISIS DE LAS REFERENCIAS EXTERNAS

4. Consulta de información general sobre procesos de internacionalización, legislación, planes y programas de internacionalización llevados a cabo por otros ayuntamientos nacionales e internacionales de referencia.
5. Análisis del contexto internacional.

LEVANTAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

6. Seguimiento de los cuestionarios con recolección de la información recibida.
7. Contacto con las entidades para solicitar información, aclaraciones y petición de los cuestionarios todavía no recibidos. En total contestaron todos los entes y áreas indicados con anterioridad, salvo: Canal Málaga, Orquesta ciudad de Málaga, Fundación Malagueña de Tutela y CAC Málaga. Entre todos los encuestados, de aquellos que han respondido afirmativamente que tienen acción exterior, los resultados se encuentran en el apartado 5.4 *Acción internacional de la ciudad por entidad*.

DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA Y DEL PLAN DE ACCIÓN

8. Elaboración de los borradores de los diferentes apartados del índice del presente documento, además de la formulación de la misión, visión y de los ejes estratégicos de Málaga.
9. Elaboración de los mapas sobre la presencia internacional del Ayuntamiento de Málaga.
10. Elaboración del documento final con programas de actuación.
11. Propuesta de seguimiento y evaluación del presente documento.



Diagnóstico

Evaluación Plan

Estratégico Internacional

2016-2019



5 Diagnóstico



Para poder establecer las líneas estratégicas de la presente Estrategia de Acción Exterior Málaga 2030, se ha partido de la elaboración de un diagnóstico de situación de Málaga en relación con su acción exterior y su posicionamiento internacional actual.

Para ello, se ha realizado, en primer lugar, una evaluación del Plan de Estrategia Internacional 2016-2019 a través de un análisis de la evolución de los vínculos internacionales de las diferentes áreas de gobierno del Ayuntamiento de Málaga, de los entes municipales integrantes del sector público municipal y de los entes participados por el Ayuntamiento de Málaga.

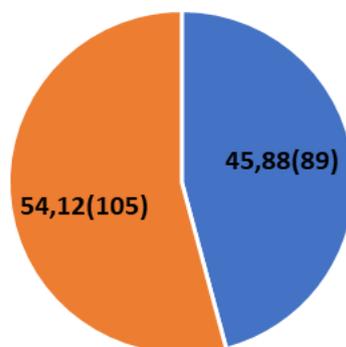
A continuación, se ha llevado a cabo un diagnóstico de la ciudad de Málaga a la luz de los ODS de la Agenda 2030, para detectar oportunidades y amenazas. Se ha tomado como referencia el primer Informe Voluntario de Progreso, elaborado por la Fundación CIEDES y el Ayuntamiento de Málaga en diciembre 2018. Cuenta con 118 indicadores que traducen al ámbito local los 17 ODS y plantea un plan de acción de los ODS en Málaga al 2030.

Finalmente, se realiza un resumen del análisis externo e interno de la ciudad de Málaga en el que se recoge el diagnóstico de la acción exterior de Málaga a la luz de toda la información recogida, marcando las fortalezas y oportunidades que puede tener, así como las debilidades y amenazas que existen para mejorar su estrategia internacional.

5.1 Evaluación del Plan Estratégico Internacional 2016-2019

En 2019 el Ayuntamiento de Málaga mantuvo relaciones con 89 países del mundo, es decir, con el 45,87% de los 194 Estados soberanos existentes. Se ha tenido en cuenta España en las estadísticas del 2019, ya que es sede de 8 redes a las que pertenecen algunas entidades encuestadas y que tienen carácter internacional. Con respecto al 2017, año en el cual se mantuvieron relaciones con 80 países, ha aumentado en un 4,63% la presencia internacional de Málaga en función de la presencia por países.

% y Nº de países con y sin relaciones



■ Países con relaciones ■ Países sin relaciones

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico se muestra la evolución de los vínculos internacionales del Ayuntamiento de Málaga por continente. Se puede observar que existen diferencias entre todos ellos por años.

EVOLUCIÓN DE ACCIONES EXTERIORES POR CONTINENTES (2017-2019)

CONTINENTE	2017	2019	
África	21	17	
América	22	23	
Asia	12	21	
Europa	36	33	
Oceanía	–	1	
TOTAL (SÓLO ESTADOS SOBERANOS)	85	89	
TOTAL*	91**	95***	

Fuente: Elaboración propia

*En el total se contabilizan, además de los Estados soberanos, también los territorios no autónomos, los Estados con reconocimiento limitado y los territorios ocupados con los que se realizan acciones.

**En el total se contempla, además de los Estados soberanos, un Estado con reconocimiento limitado con el que se realizan acciones.

***En el total se contempla, además de los Estados soberanos, dos Estado con reconocimiento limitado (Taiwán y Palestina), un territorios no autónomo (Sáhara occidental), dos territorios ocupados (Cisjordania y Franja de Gaza) y un territorio no incorporado de los EE.UU. (Puerto Rico)

Como se puede comprobar, las relaciones con los países africanos y europeos han disminuido desde el 2017, sin embargo, han aumentado las relaciones con los países de América, Asia y Oceanía.

A continuación, se representan las diferencias que se pueden apreciar con respecto al 2017, en término de países/territorios.

DETALLE DE LAS RELACIONES EXTERIORES POR CONTINENTES Y PAÍSES

ÁFRICA			
NUEVAS RELACIONES:	Argelia	Chad	
	Burundi	Níger	
	Cabo Verde	Senegal	
RELACIONES QUE DESAPARECEN	Camerún	RD Congo	
	Guinea	Sudán del Sur	
	Guinea Ecuatorial	Tanzania	
	Mauritania	Togo	
	Mozambique	Uganda	
Países/Territorios de África con los que se tienen vínculos en 2019			
Argelia	Costa de Marfil	Mali	Sudáfrica
Burkina Faso	Etiopía	Marruecos	Túnez
Burundi	Guinea Bissau	Níger	
Cabo Verde	Kenia	Sahara Occidental*	
Chad	Malawi	Senegal	

AMÉRICA			
NUEVAS RELACIONES		Canadá	
Países/Territorios de África con los que se tienen vínculos			
Argentina	Cuba	Haití	Perú
Bolivia	Chile	Honduras	Puerto Rico*
Brasil	Ecuador	México	Rep. Dominicana
Canadá	EE.UU.	Nicaragua	Uruguay
Colombia	El Salvador	Panamá	Venezuela
Costa Rica	Guatemala	Paraguay	

ASIA			
NUEVAS RELACIONES	Azerbaiyán	Pakistán	
	Kirguistán	Taiwán*	
	Jordania	Tayikistán	
	Omán	Vietnam	
RELACIONES QUE DESAPARECEN	Arabia Saudí		
Países/Territorios de África con los que se tienen vínculos			
Azerbaiyán	Israel	Pakistán	Tayikistán
Cisjordania*	Japón	Palestina*	Turquía
Corea del Sur	Jordania	Rep. Popular China	Vietnam
Emiratos Árabes Unidos	Kirguistán	Singapur	
Franja Gaza*	Líbano	Siria	
India	Omán	Taiwán*	

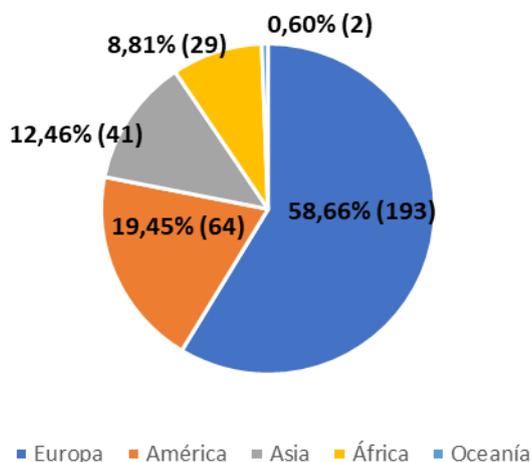
OCEANÍA	
NUEVAS RELACIONES	Australia

Fuente: Elaboración propia

*Los territorios no son Estados soberanos.

En el 2019, el Ayuntamiento se relaciona (tanto en acciones como redes) principalmente con Europa en más de un 58%, seguido por un 19,45% con América, un 12,46% con Asia, casi un 9% con África y un 1% con Oceanía. Por ello, se puede destacar que Europa y América son los continentes en los que se realiza la mayoría de las acciones.

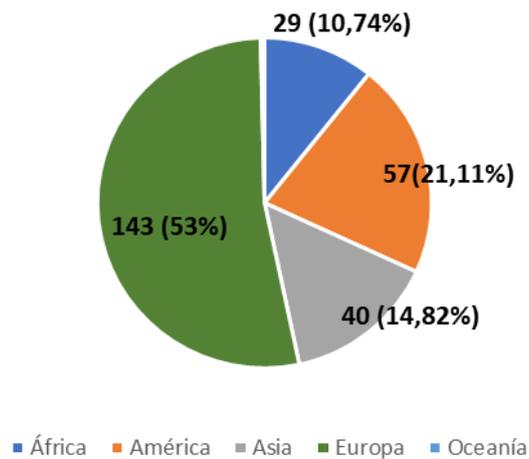
% y Nº ACCIONES Y REDES por continentes



Fuente: Elaboración propia

Si se tiene en cuenta solamente las acciones a nivel internacional realizadas por las áreas y entidades, dejando a un lado la actividad vinculada con las redes a las que se pertenece, se puede afirmar que la presencia internacional de Málaga en Europa sigue siendo mayoritaria con un 53%, seguida de las acciones realizadas en América, con más de un 21%. El tercer lugar lo ocupa Asia, con cerca de un 15% de las acciones mientras que África representa el 11%. Oceanía, con una única acción, supone el 0,37%, de ahí que apenas se reconozca en la gráfica.

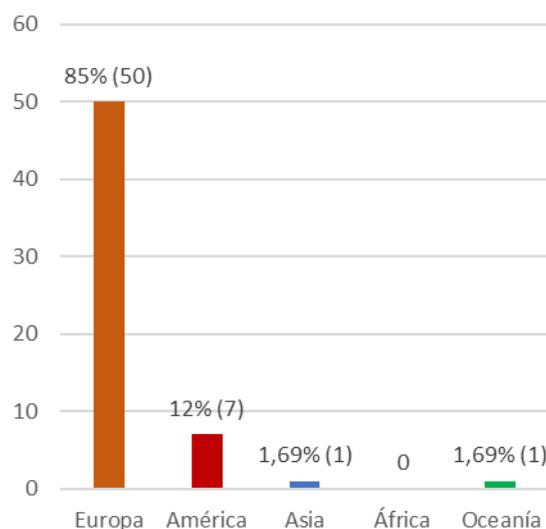
% y Nº de ACCIONES por continente



Fuente: Elaboración propia

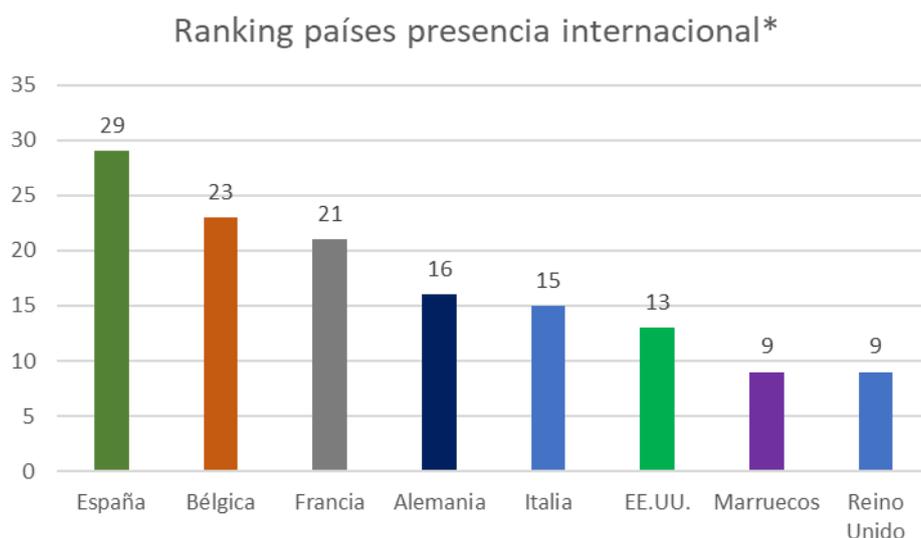
Así mismo, si se atiende solamente a las redes, también es Europa el continente donde la presencia de las mismas es mayor alcanzando el 85%, seguida de América con un 12%, y Asia y Oceanía con un 1,69% respectivamente. África es el único continente donde no existe red alguna.

Nº REDES por Continentes



Fuente: Elaboración propia

Según la información recogida, España aparece en primer lugar tanto en 2017 como en 2019 como sede de la mayoría de redes internacionales en las que se participa. No obstante, excluyendo a España, a diferencia de los datos del 2017, según los cuales Francia era el país del mundo con el cual más áreas/entidades mantenían vínculos, el país que lidera la clasificación en 2019 es Bélgica, seguido de Francia y Alemania. El país no europeo con el cual hay más vínculos es EE. UU seguido por Marruecos. El ranking de los 8 países con los que hay más relaciones está representado en el siguiente gráfico.



Fuente: Elaboración propia

**España se incluye como sede de muchas de las redes internacionales en las que se participa*

Los cuatro canales fundamentales que se han tenido en cuenta en el cuestionario enviado a las entidades/áreas del Ayuntamiento de Málaga ha sido los siguientes:

Colaboración (proyectos de cooperación y/o colaboración)

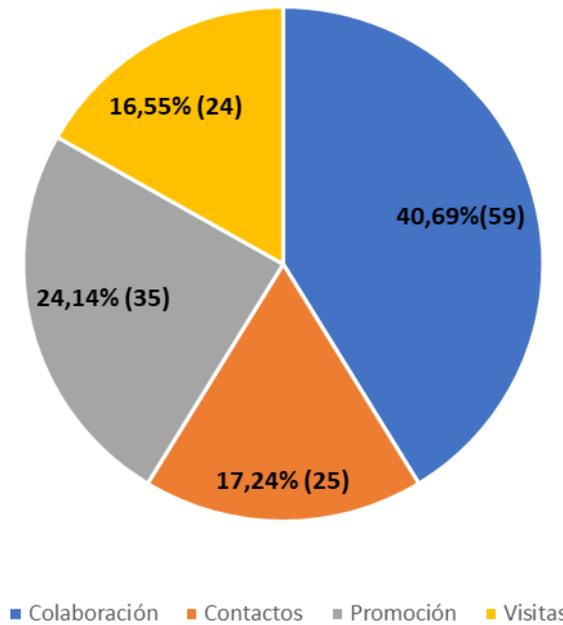
Contactos (institucionales, personales, mixtos)

Promoción (congresos, ferias, jornadas, talleres, etc.)

Visitas (encuentros bilaterales, misiones, etc.)

Como resultado, Málaga utiliza 145 canales entre colaboración, contactos, promoción y visitas para acceder a todos los territorios en los que hay acción exterior, teniendo en cuenta que se contabilizan los canales una única vez por país. En esta contabilidad no se han tenido en cuenta ni los hermanamientos ni las redes, por lo tanto, España no se considera en las estadísticas.

Canales

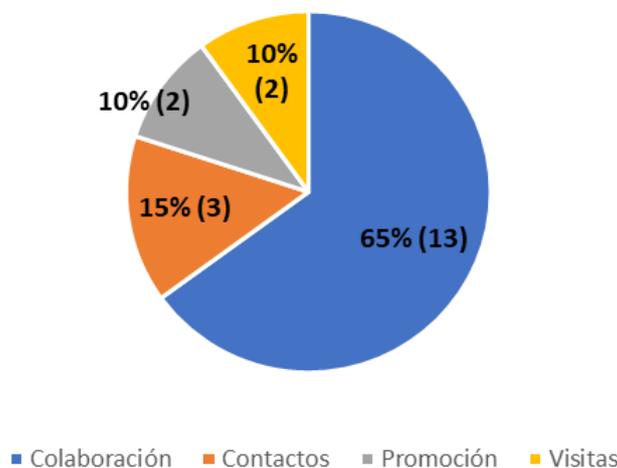


Fuente: Elaboración propia

El canal mayoritario es el de colaboración con 59 acciones representando algo más de un 40%, seguido por el de promoción con 35 acciones, es decir, un 24,14%, contactos y visitas con 25 y 24 acciones respectivamente, equivalente a 17,24% y 16,55%, cada canal.

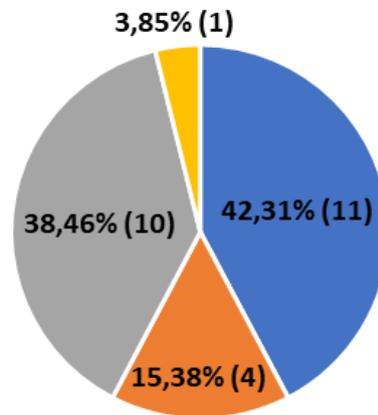
A continuación, se representan en los gráficos los canales en función de cada continente. En África prevalecen las colaboraciones, como también en América, Asia y Europa, mientras que con Oceanía el canal de contactos.

ÁFRICA



Fuente: Elaboración propia

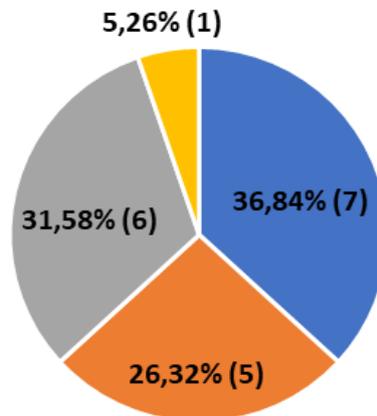
AMÉRICA



■ Colaboración ■ Contactos ■ Promoción ■ Visitas

Fuente: Elaboración propia

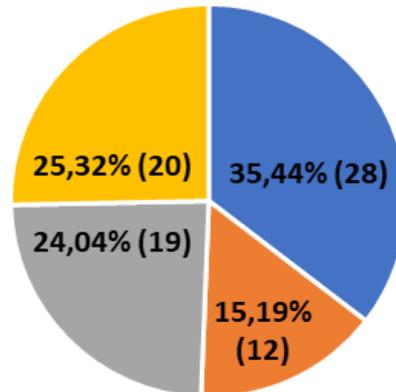
ASIA



■ Colaboración ■ Contactos ■ Promoción ■ Visitas

Fuente: Elaboración propia

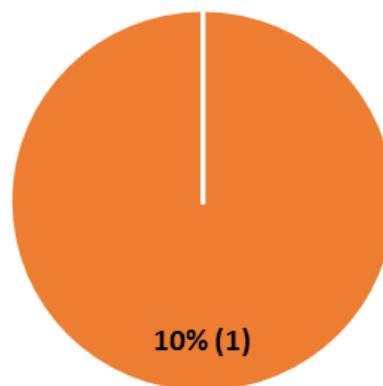
EUROPA



■ Colaboración ■ Contactos ■ Promoción ■ Visitas

Fuente: Elaboración propia

OCEANÍA



■ Colaboración ■ Contactos ■ Promoción ■ Visitas

Fuente: Elaboración propia

En conclusión:

- En 2019 el Ayuntamiento mantiene relaciones con 89 países del mundo, en total 95 territorios si se tienen en cuenta también los territorios no autónomos, los Estados con reconocimiento limitado y los territorios ocupados con los que se realizan acciones.
- Son fundamentalmente los países de Europa y América los que copan la mayor parte de las relaciones internacionales en 2019, al igual que en 2017.



- Bélgica es el principal país con el que hay vínculos a nivel global, seguido por Francia y Alemania. El primer país no europeo con el cual hay más vínculos es EEUU, seguido de Marruecos.
- Los canales mayoritarios utilizados en África, América, Asia y Europa son las colaboraciones, especialmente a través de proyectos, mientras que en Oceanía el único canal es el contacto.
- Europa es el continente en el que se realizan un mayor número de visitas, mientras que la promoción es el canal más utilizado en América (38,46%) y en Asia (31,58%) tras los proyectos de colaboración, que ascienden al 42,31% y 36,84%, respectivamente.



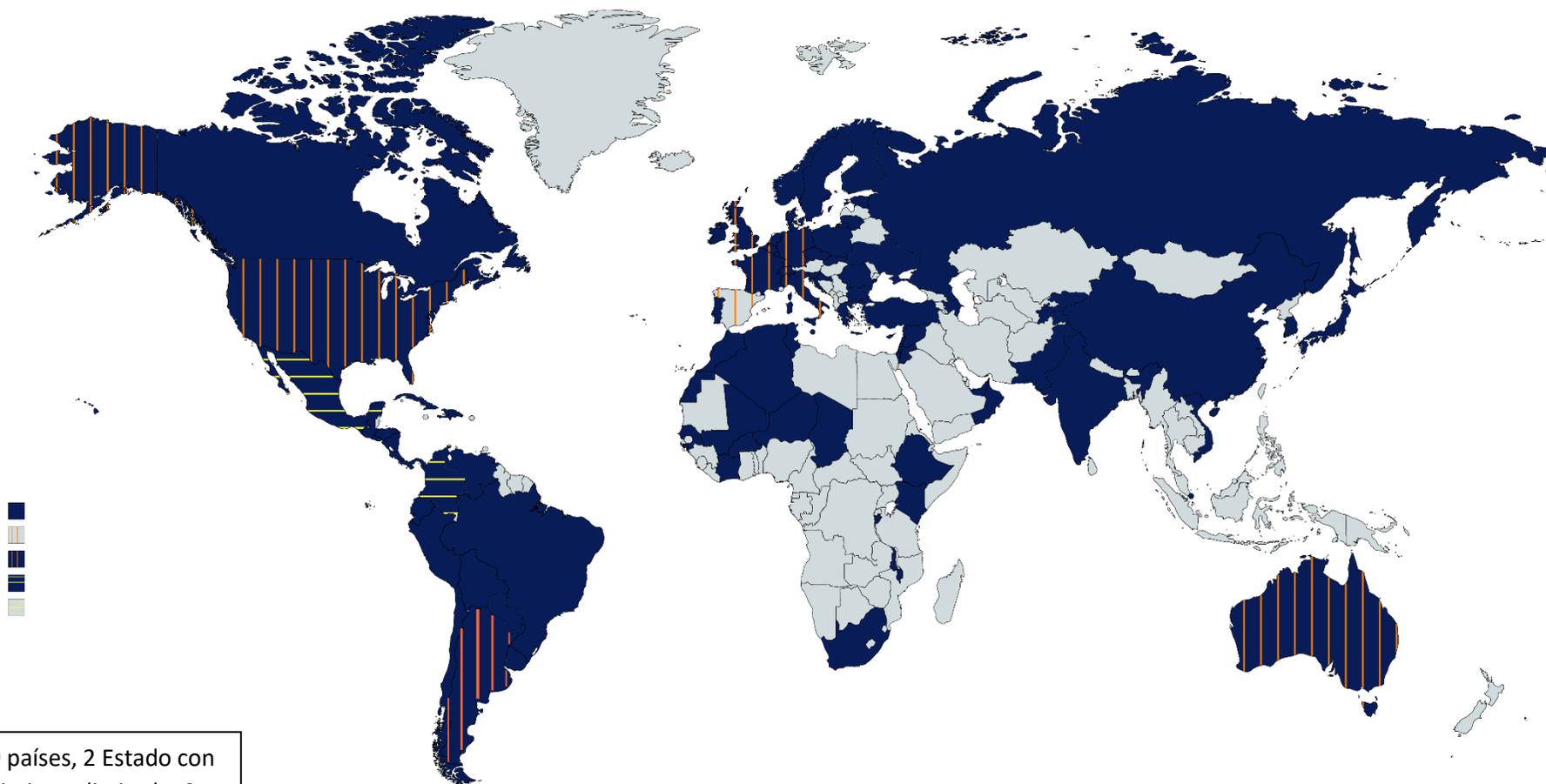
Diagnóstico

Mapas de acción exterior
de la ciudad





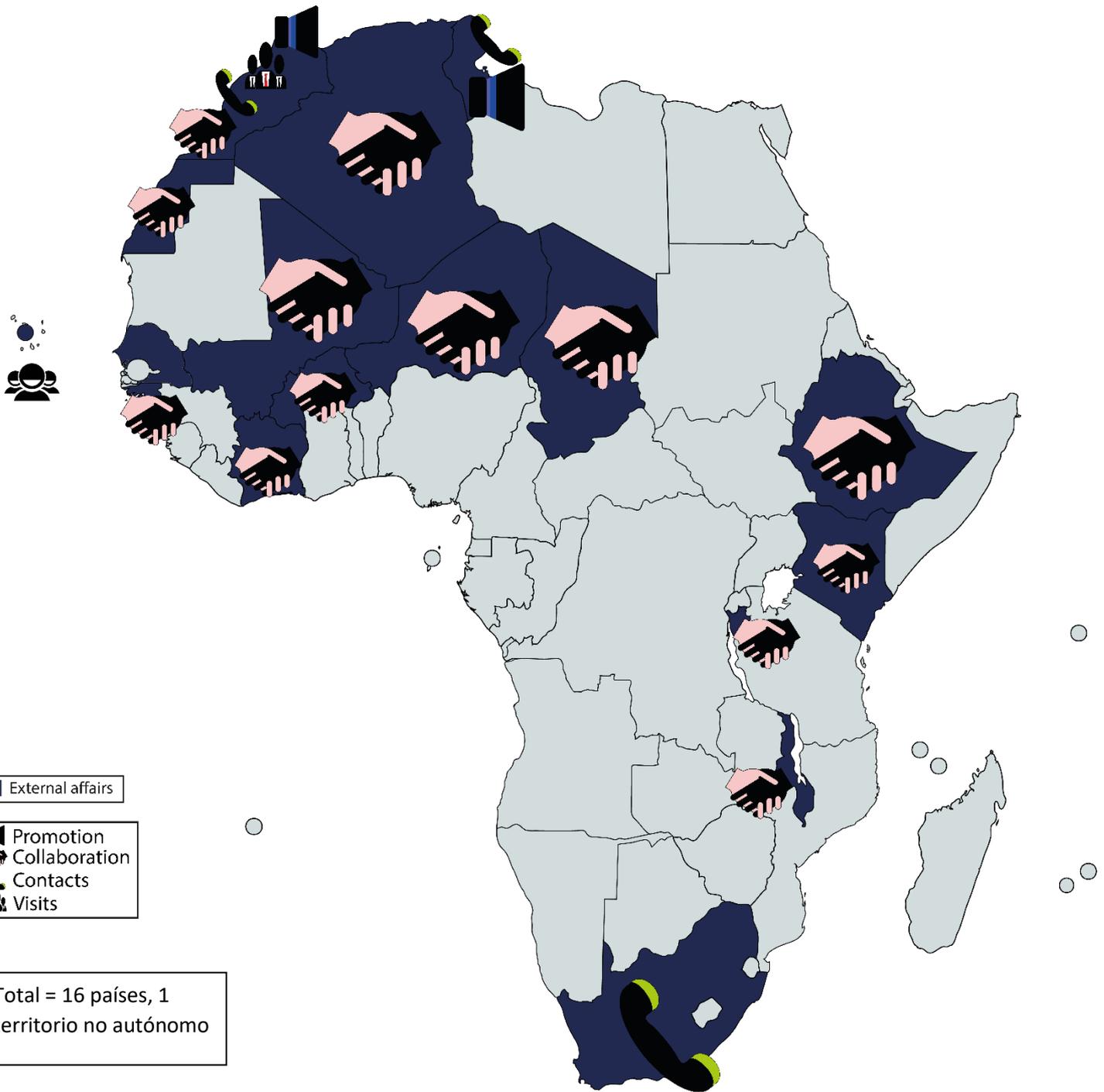
5.2 Mapas de Acción Exterior de la ciudad a nivel global



Total = 89 países, 2 Estado con reconocimiento limitado, 2 territorios ocupados, 1 territorio no autónomo y 1 territorio no incorporado de los EE.UU.

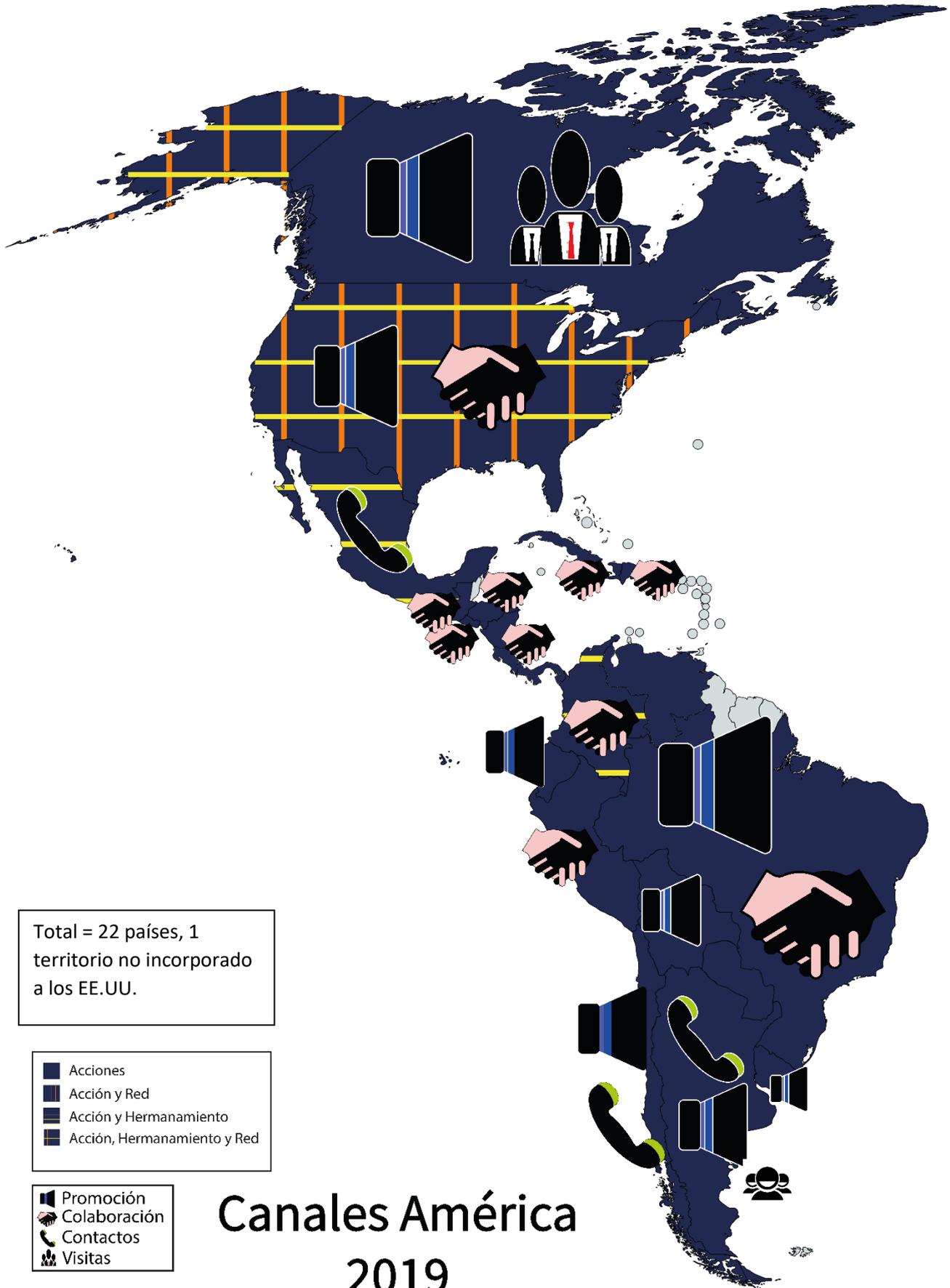
Created with mapchart.net ©

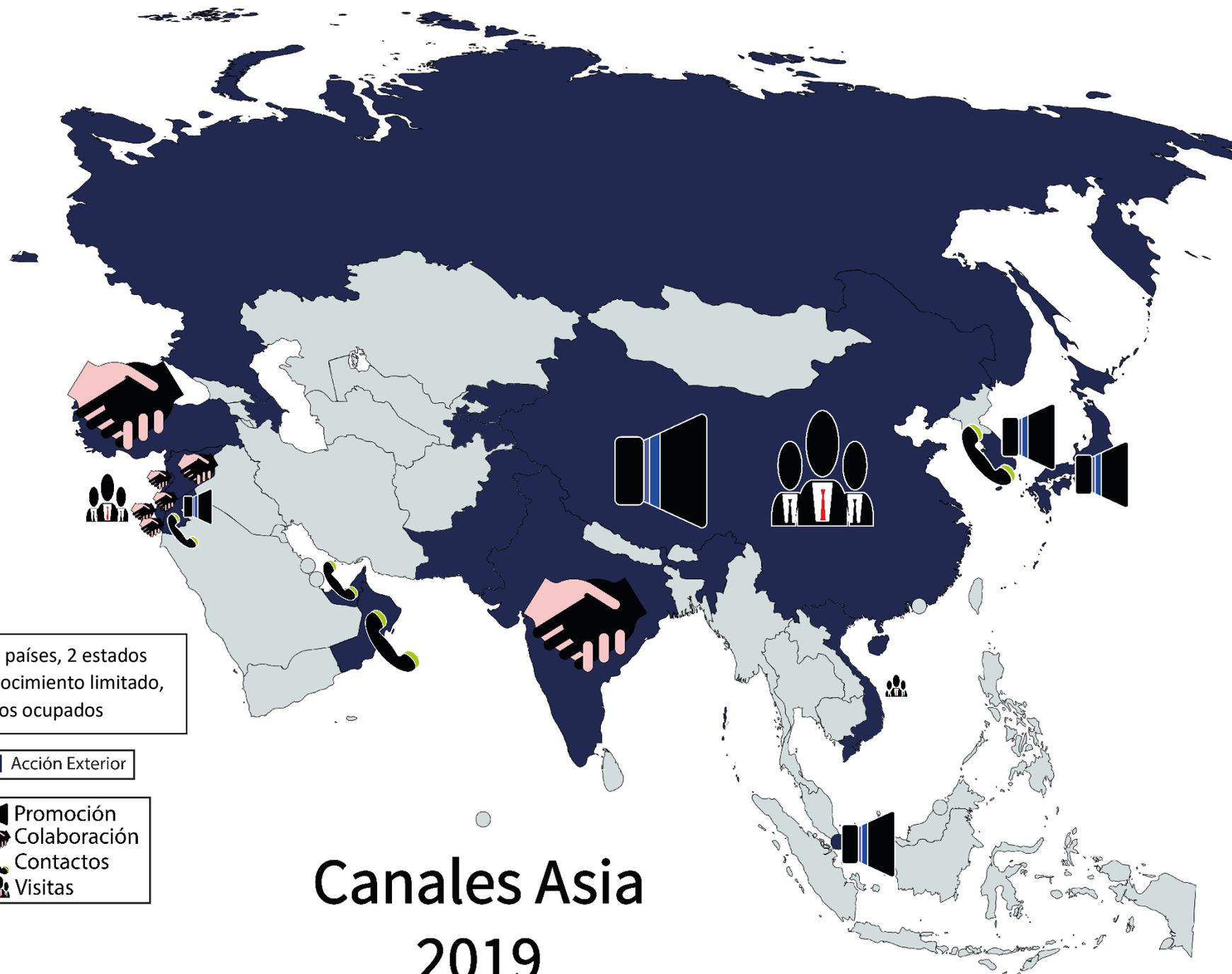
5.3 Mapas de Acción Exterior de la ciudad a nivel continental



CANALES ÁFRICA

2019





Total = 17 países, 2 estados con reconocimiento limitado, 2 territorios ocupados

- Acción Exterior
- Promoción
- Colaboración
- Contactos
- Visitas

Canales Asia 2019

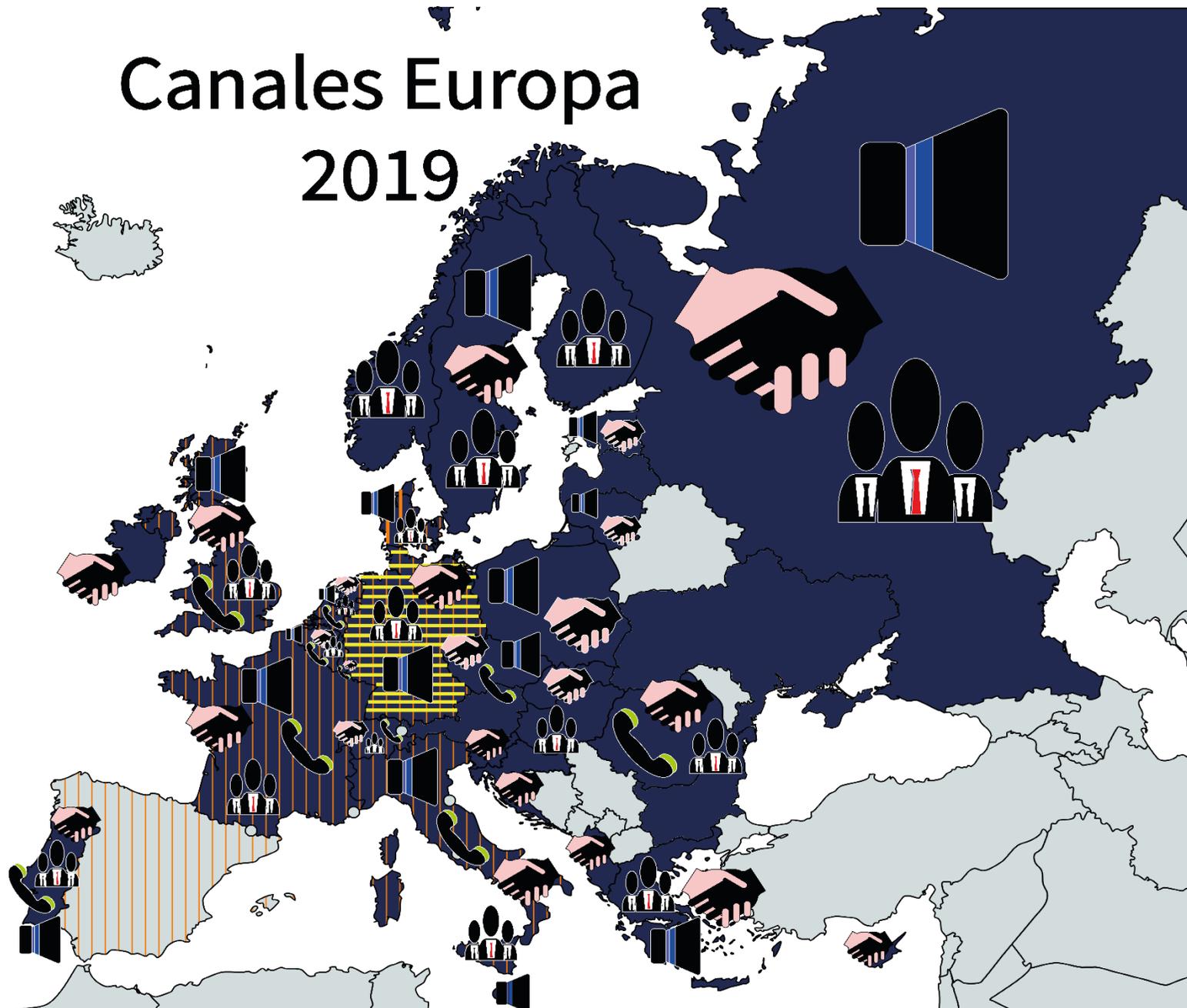


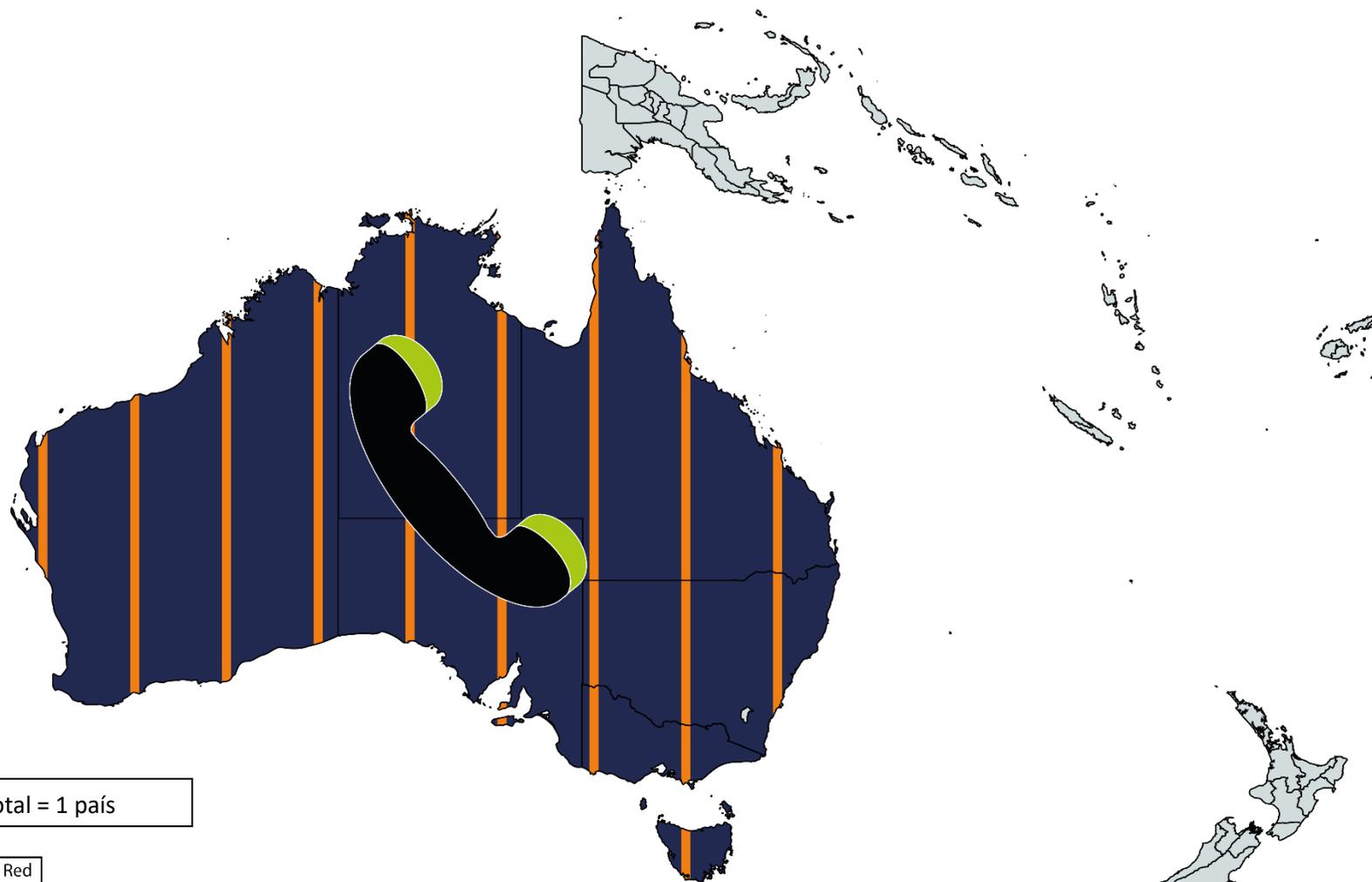
Canales Europa 2019

- Acción Exterior
- Acción y Red
- Red
- Hermanamiento

- Promoción
- Colaboración
- Contactos
- Visitas

Total = 33 países





Total = 1 país

Acción y Red

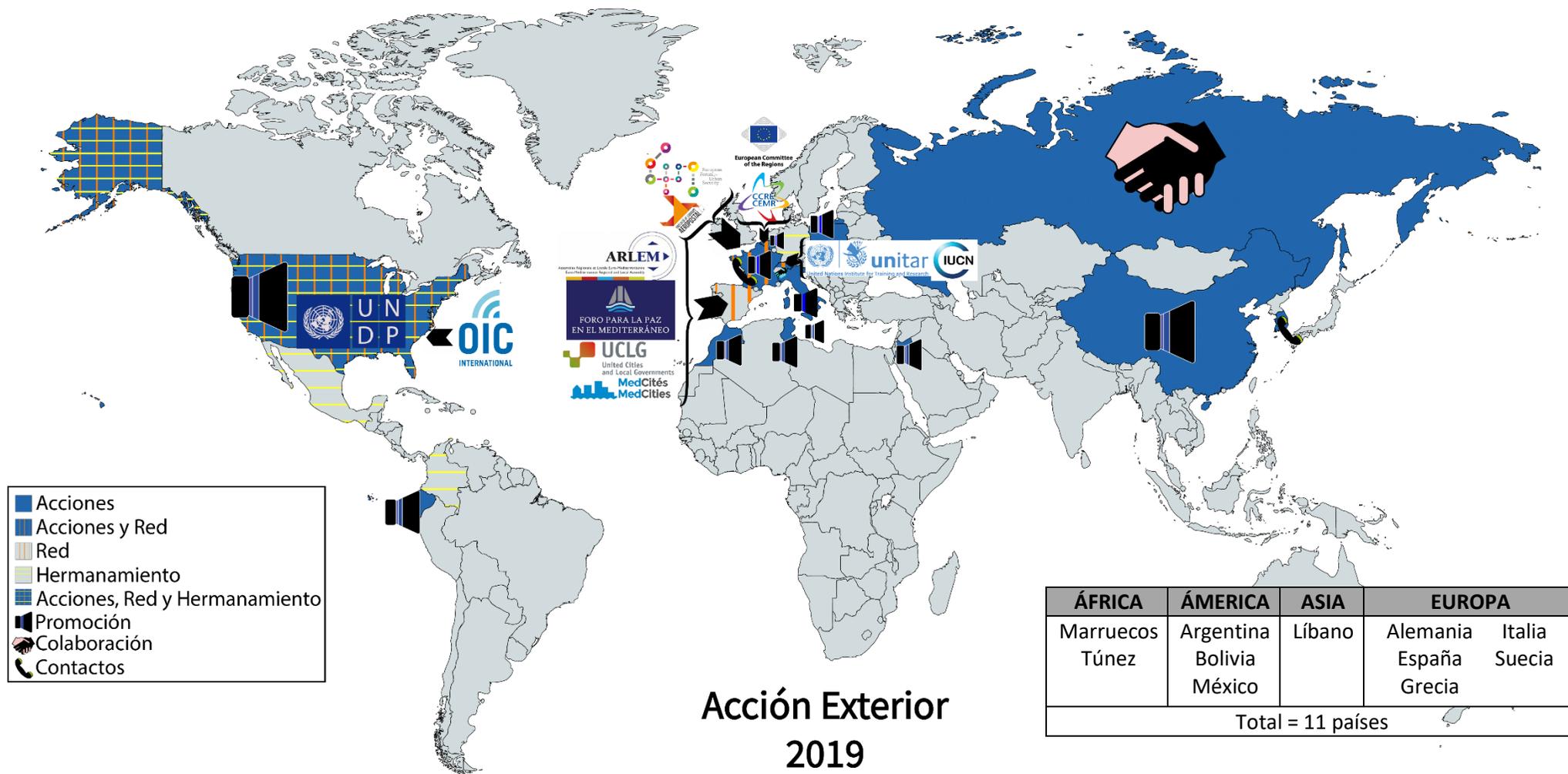
Contactos

Canales Oceanía 2019

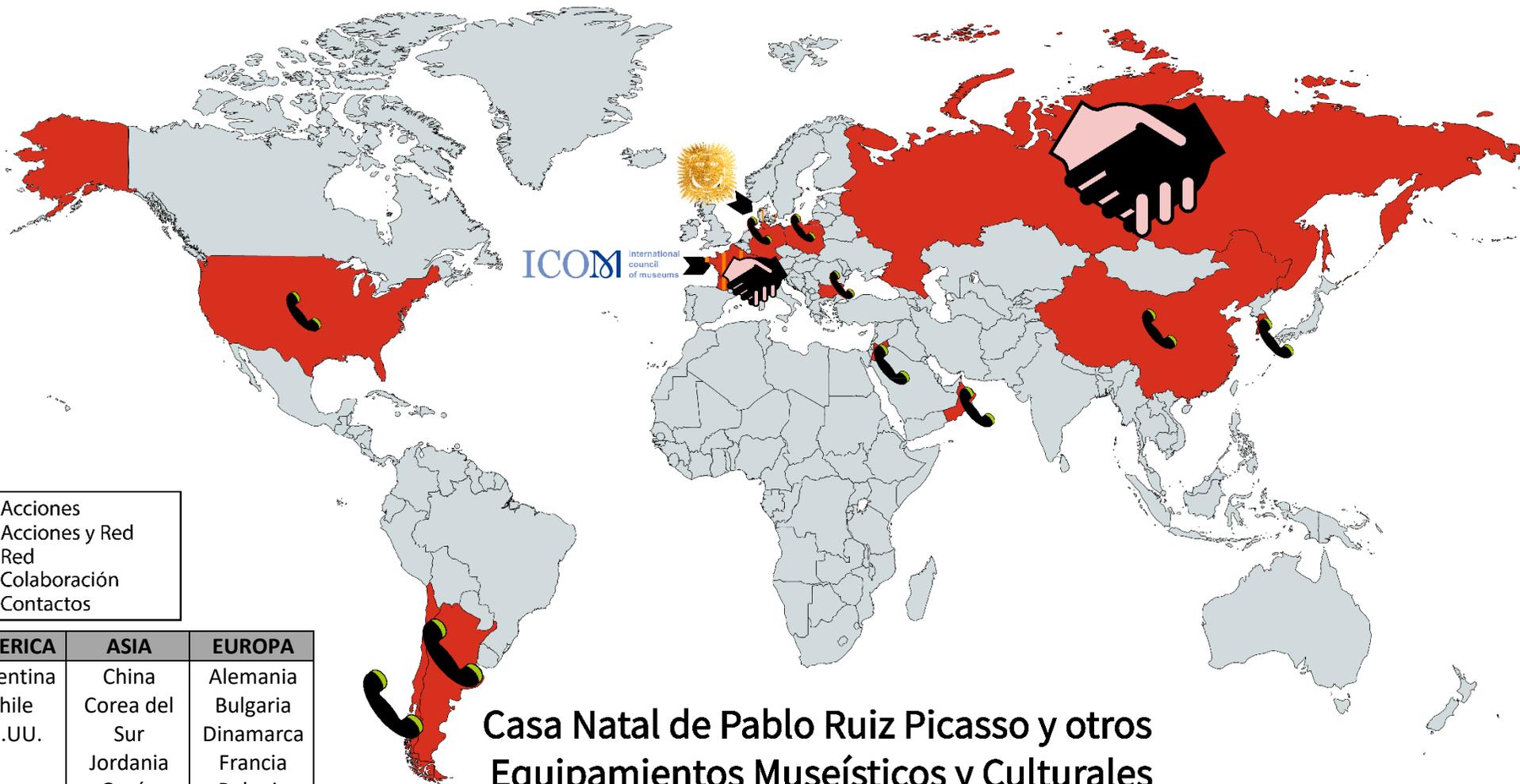


5.4

Mapas de Acción Exterior de la ciudad por entidad



- Acciones
- Acciones y Red
- Red
- Hermanamiento
- Acciones, Red y Hermanamiento
- Promoción
- Colaboración
- Contactos



- Acciones
- Acciones y Red
- Red
- Colaboración
- Contactos

ÁMÉRICA	ASIA	EUROPA
Argentina	China	Alemania
Chile	Corea del Sur	Bulgaria
EE.UU.	Jordania	Dinamarca
	Omán	Francia
		Polonia
		Rusia
Total= 13 países		

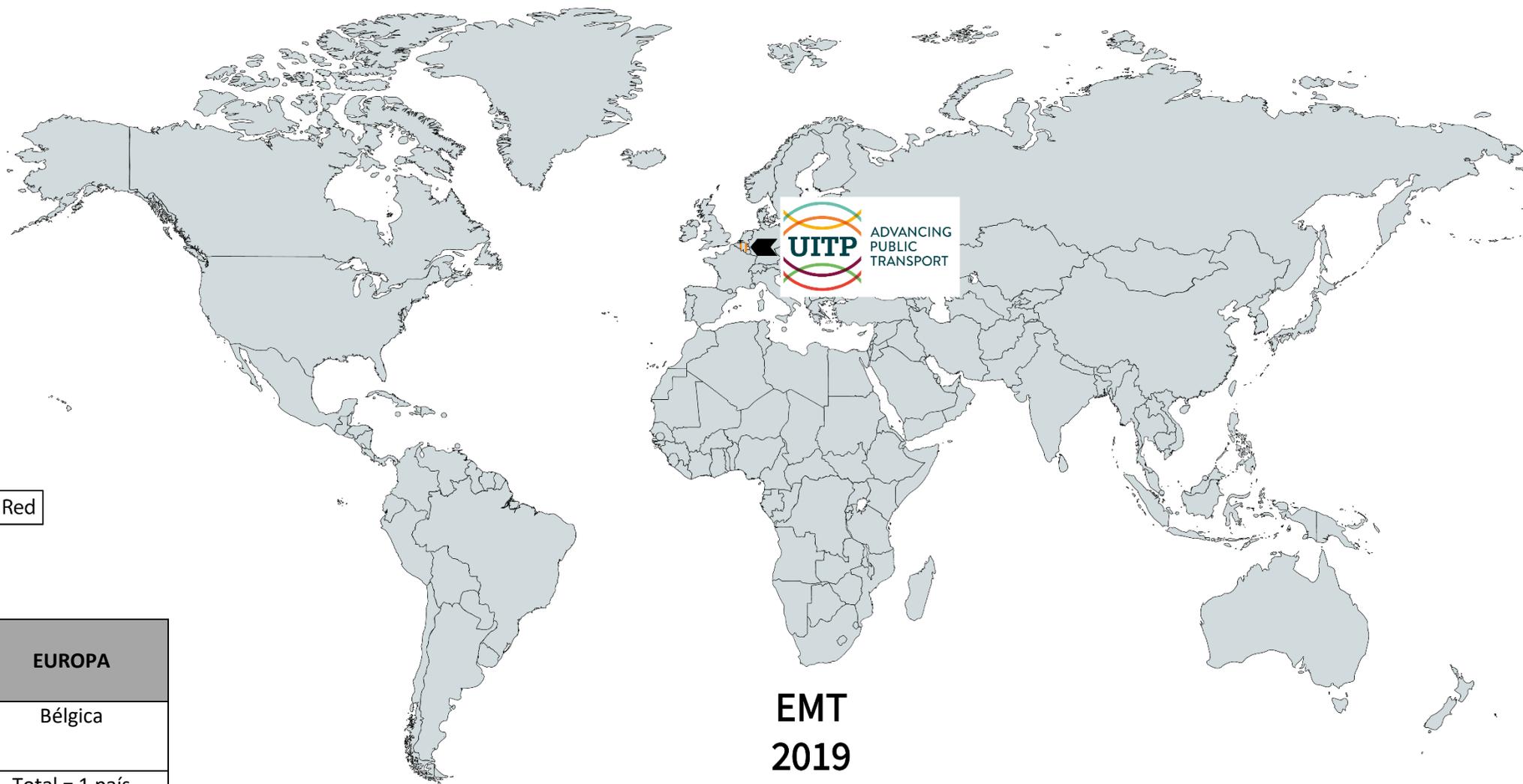
Casa Natal de Pablo Ruiz Picasso y otros Equipamientos Museísticos y Culturales 2019

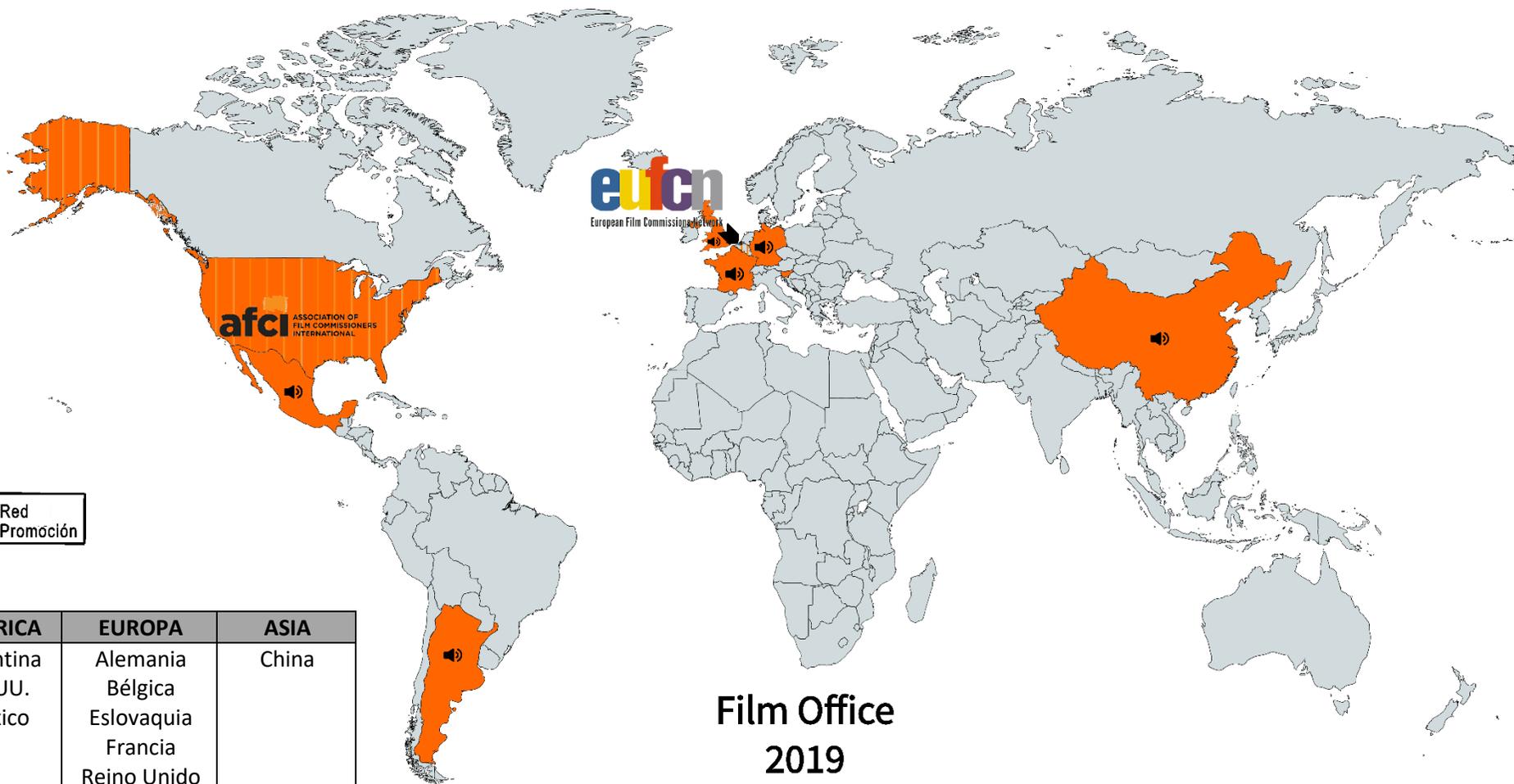








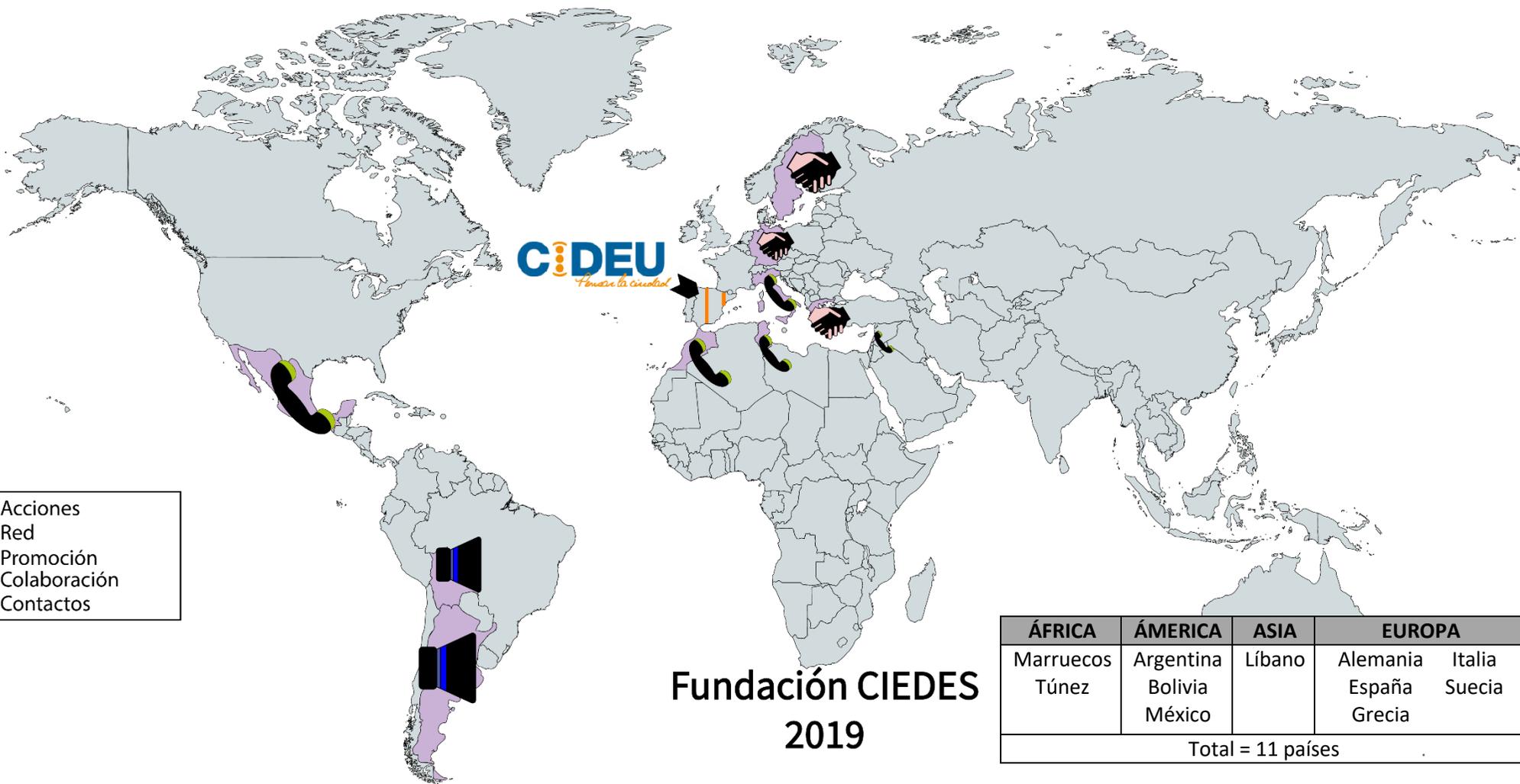




Red
Promoción

AMÉRICA	EUROPA	ASIA
Argentina EE. UU. México	Alemania Bélgica Eslovaquia Francia Reino Unido	China
Total = 9 países		

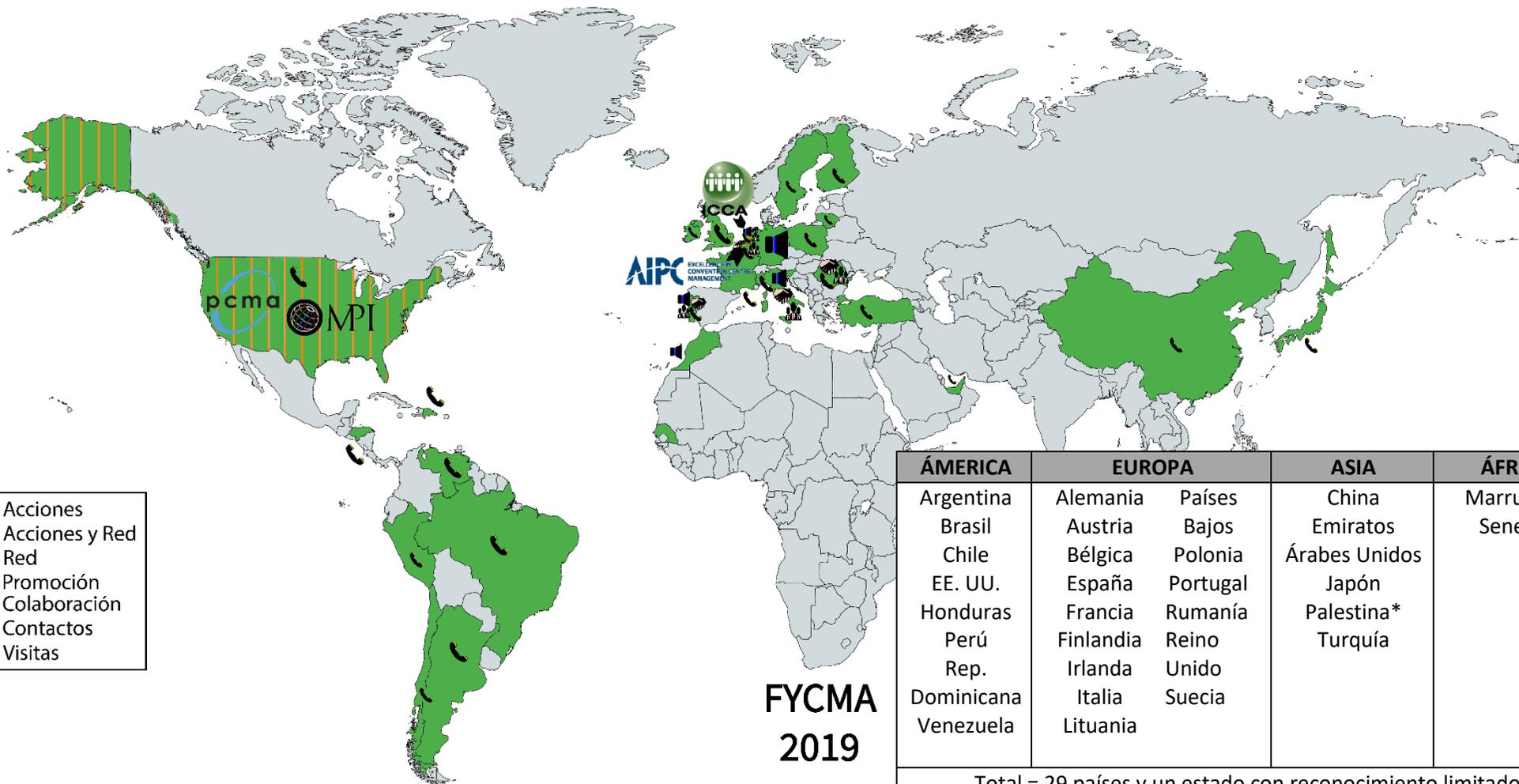
Film Office
2019



- Acciones
- Red
- Promoción
- Colaboración
- Contactos

Fundación CIEDES 2019

ÁFRICA	ÁMÉRICA	ASIA	EUROPA	
Marruecos Túnez	Argentina Bolivia México	Líbano	Alemania España Grecia	Italia Suecia
Total = 11 países				



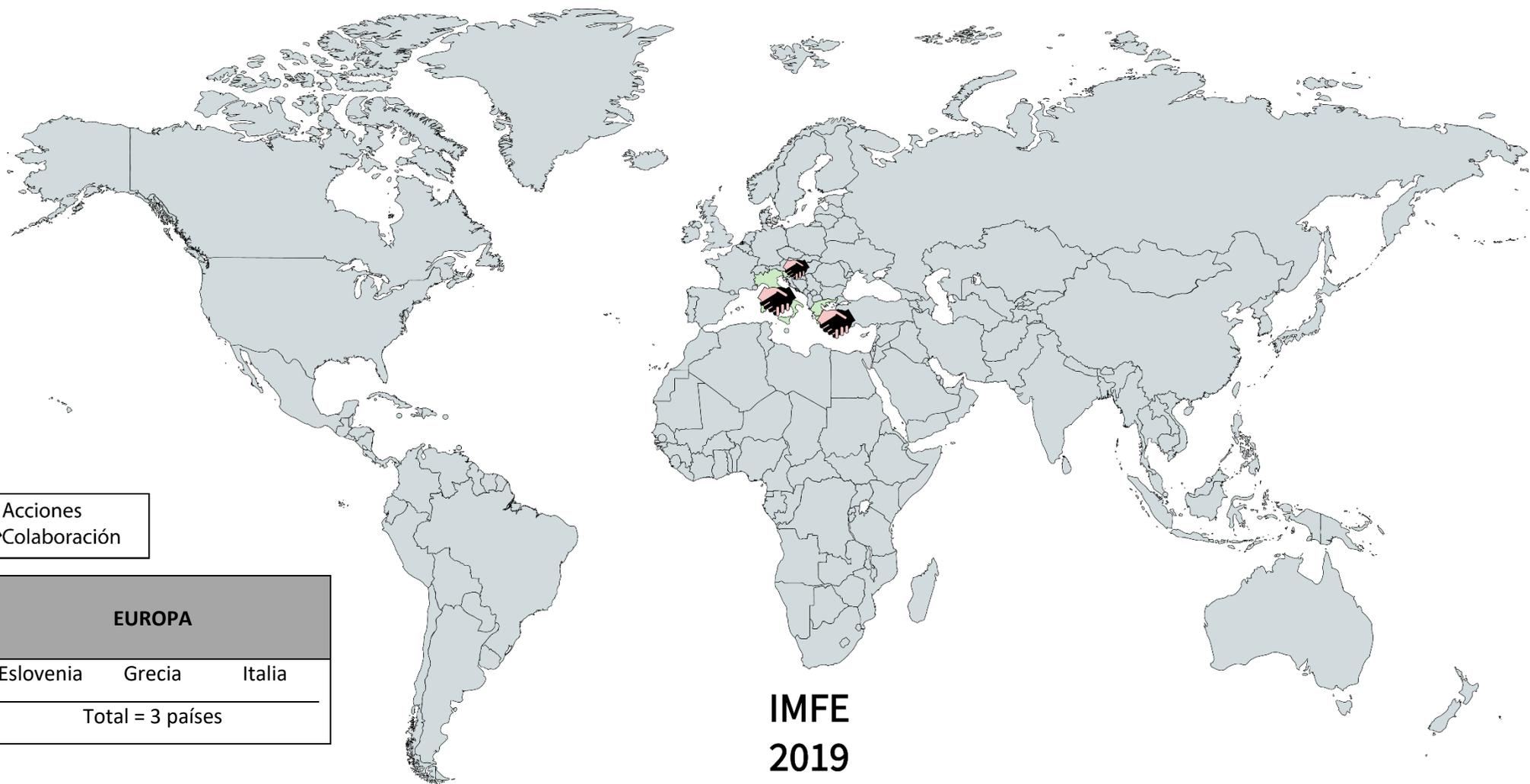
- Acciones
- Acciones y Red
- Red
- Promoción
- Colaboración
- ☎ Contactos
- 👤 Visitas

**FYCMA
2019**

ÁMÉRICA	EUROPA	ASIA	ÁFRICA
Argentina	Alemania	Países Bajos	China
Brasil	Austria	Polonia	Emiratos Árabes Unidos
Chile	Bélgica	Portugal	Japón
EE. UU.	España	Rumanía	Palestina*
Honduras	Francia	Reino Unido	Turquía
Perú	Finlandia	Suecia	
Rep. Dominicana	Irlanda		
Venezuela	Italia		
	Lituania		
Total = 29 países y un estado con reconocimiento limitado			

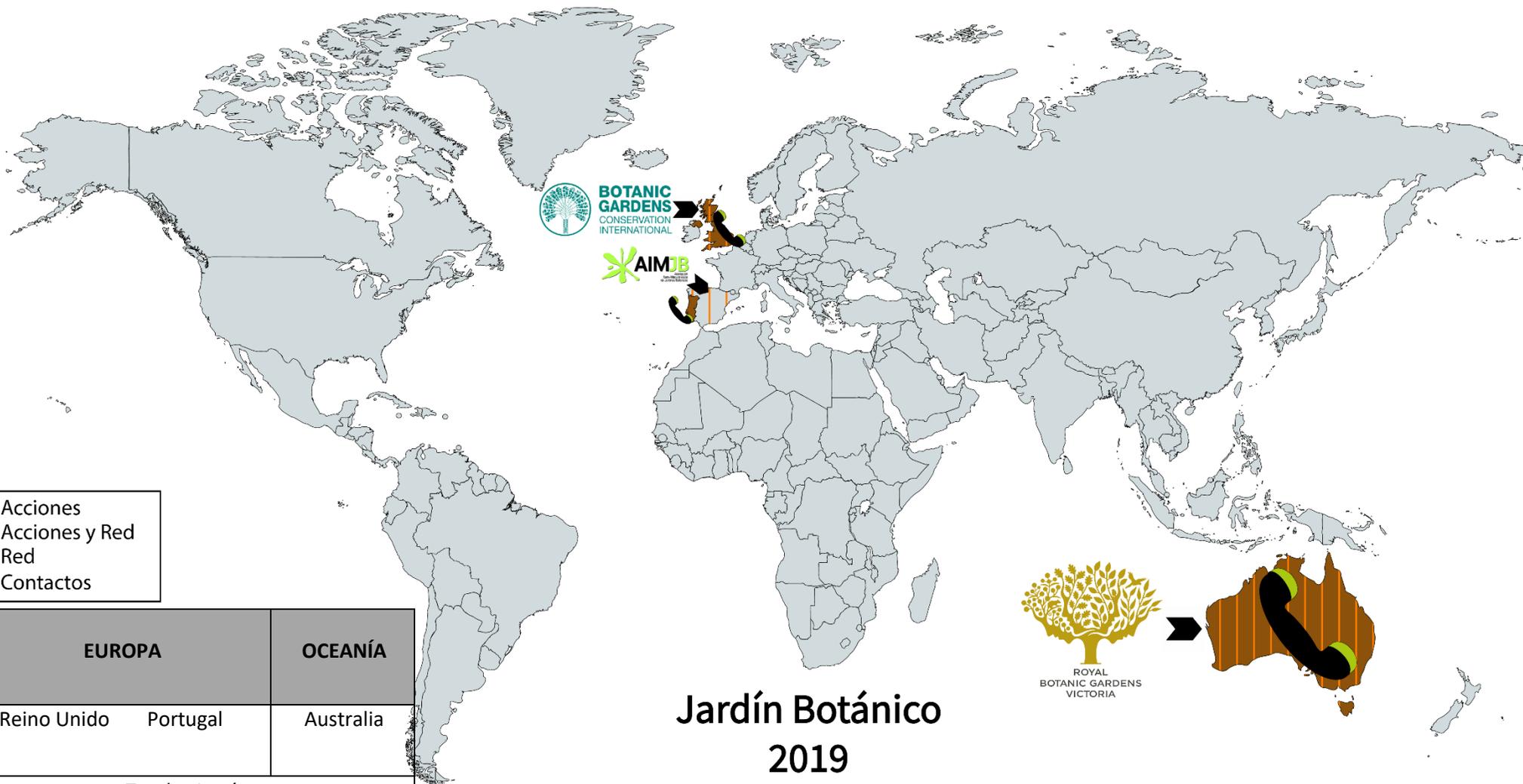






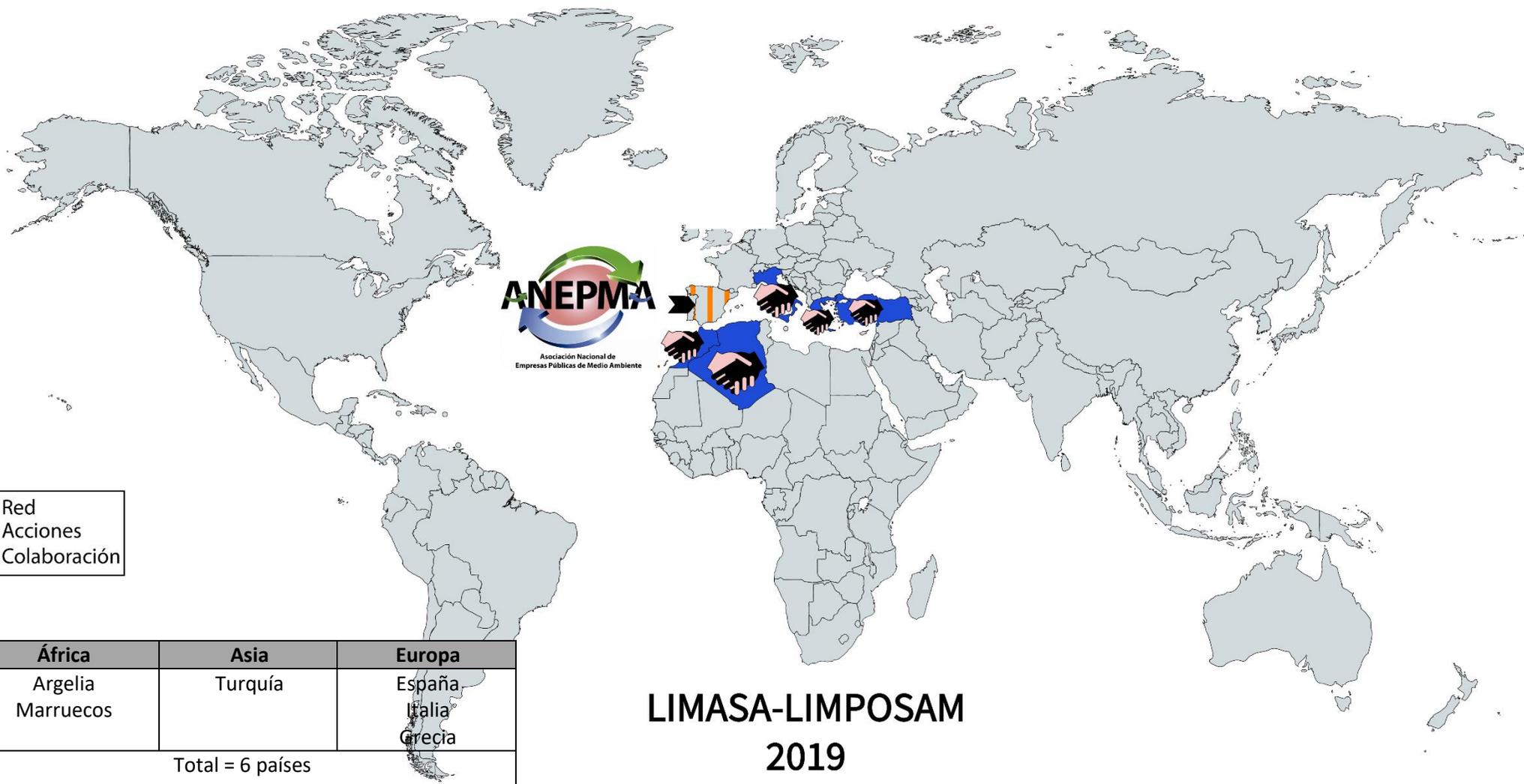


Innovación y digitalización urbana 2019

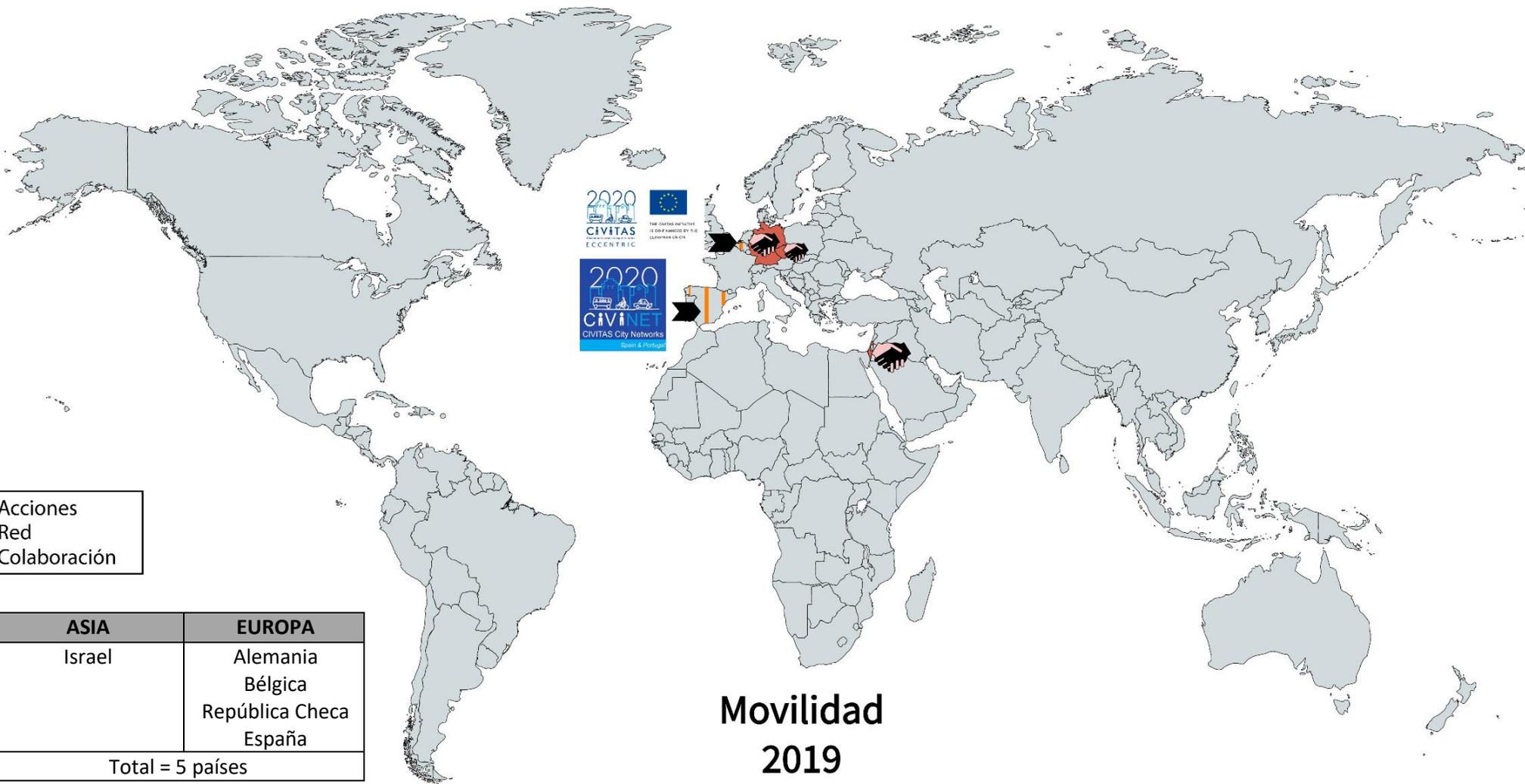


Jardín Botánico 2019





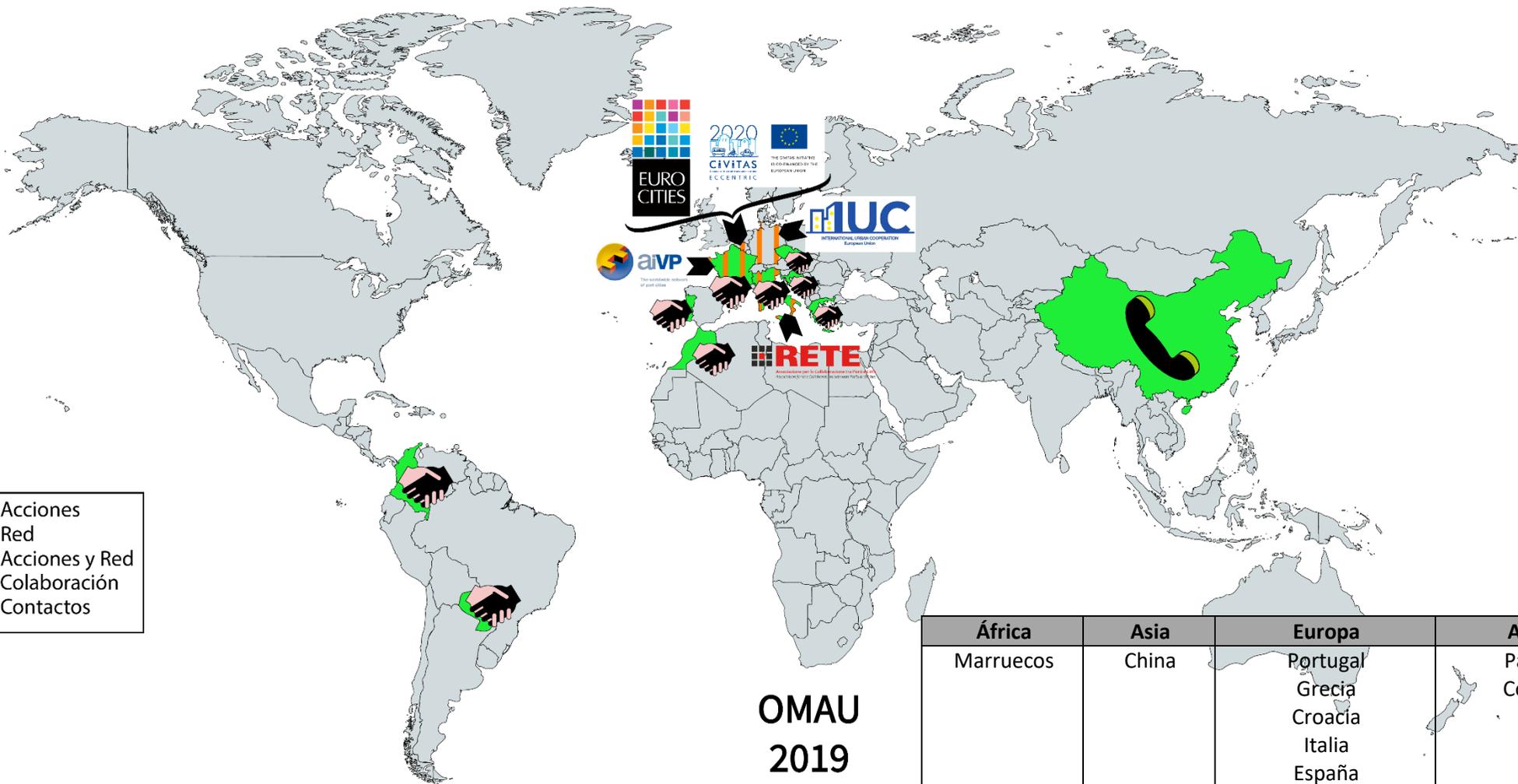
LIMASA-LIMPOSAM 2019



Movilidad 2019

- Acciones
- Red
- Colaboración

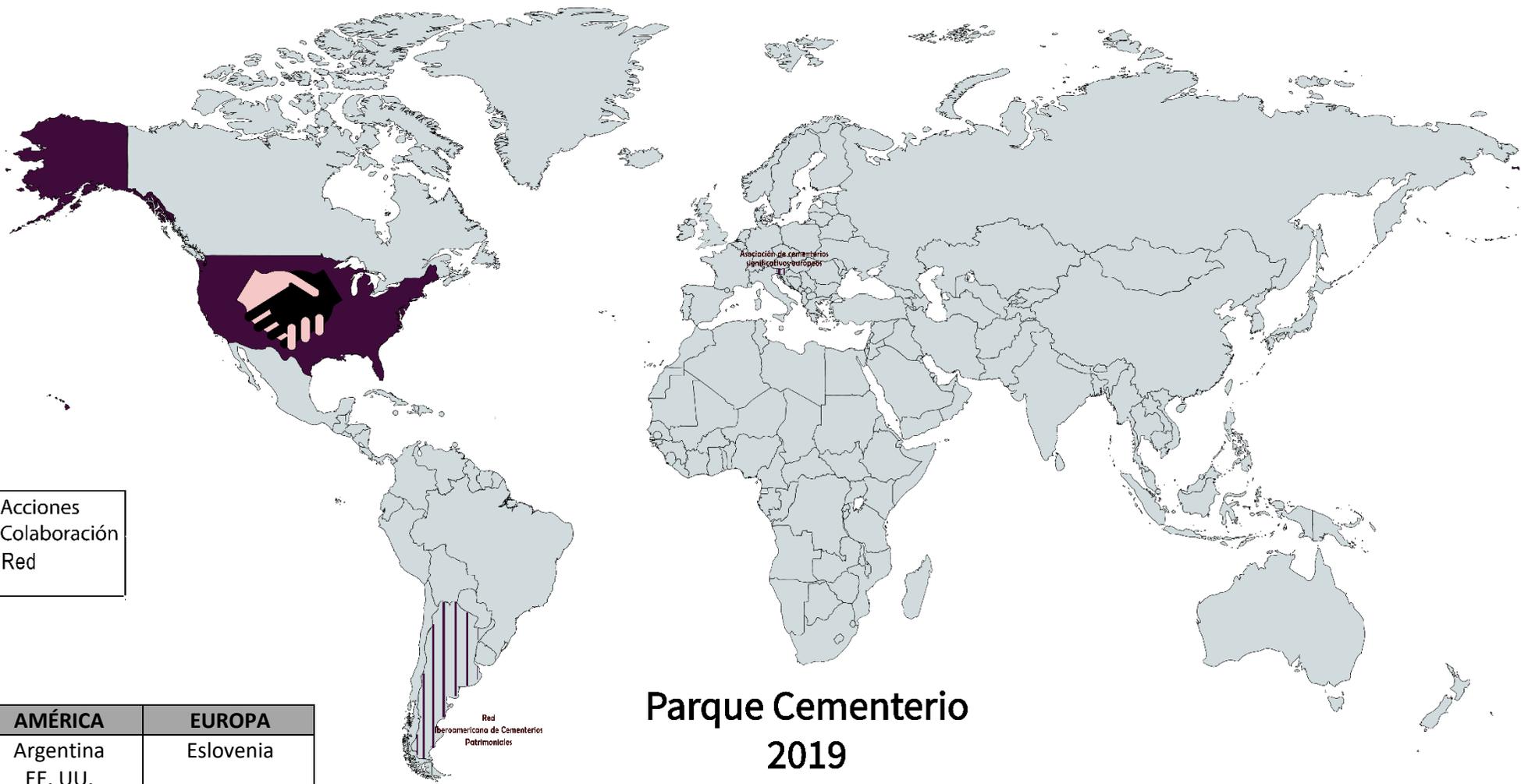
ASIA	EUROPA
Israel	Alemania Bélgica República Checa España
Total = 5 países	



- Acciones
- Red
- Acciones y Red
- Colaboración
- Contactos

OMAU
2019

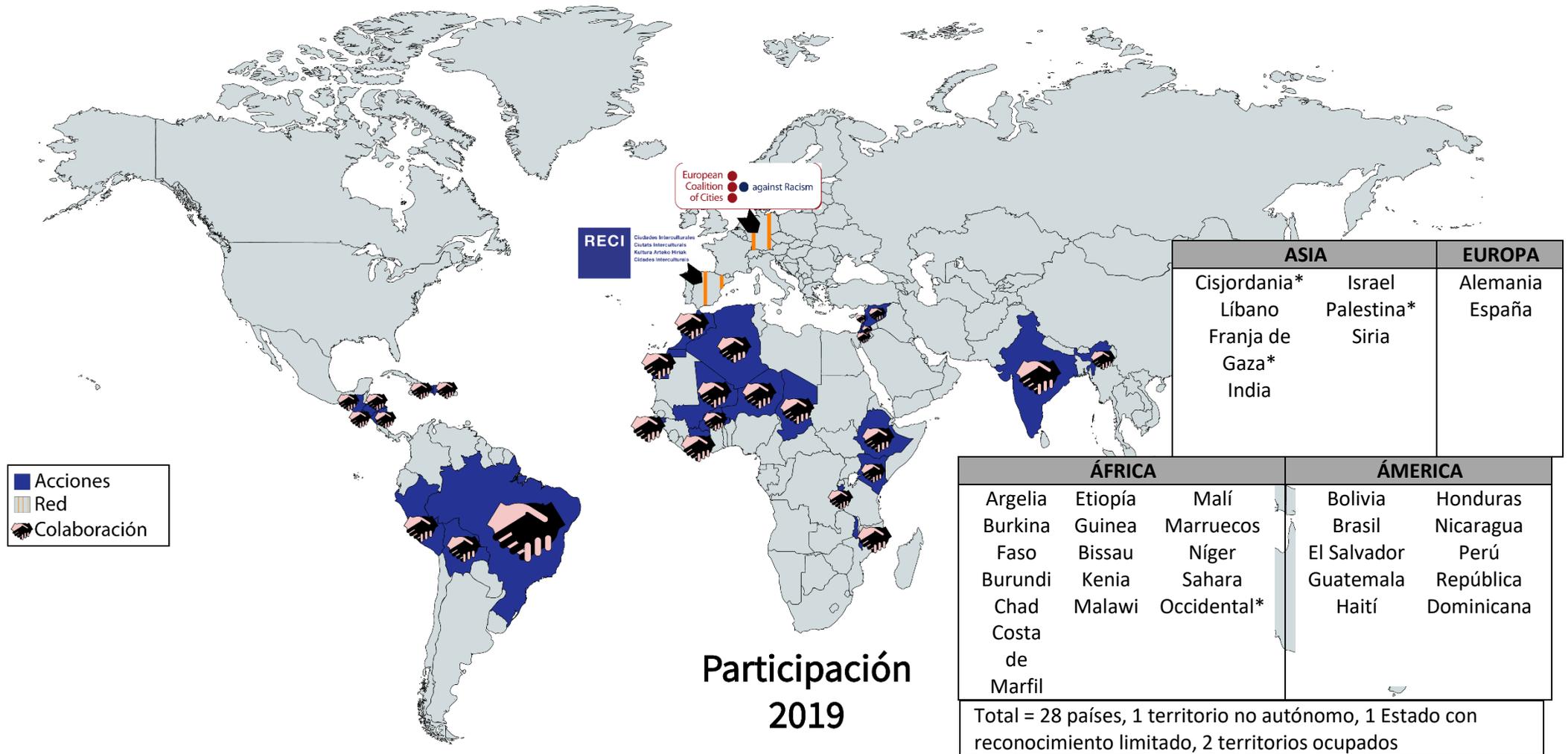
África	Asia	Europa	América
Marruecos	China	Portugal Grecia Croacia Italia España Francia República Checa	Paraguay Colombia
Total = 11 países			

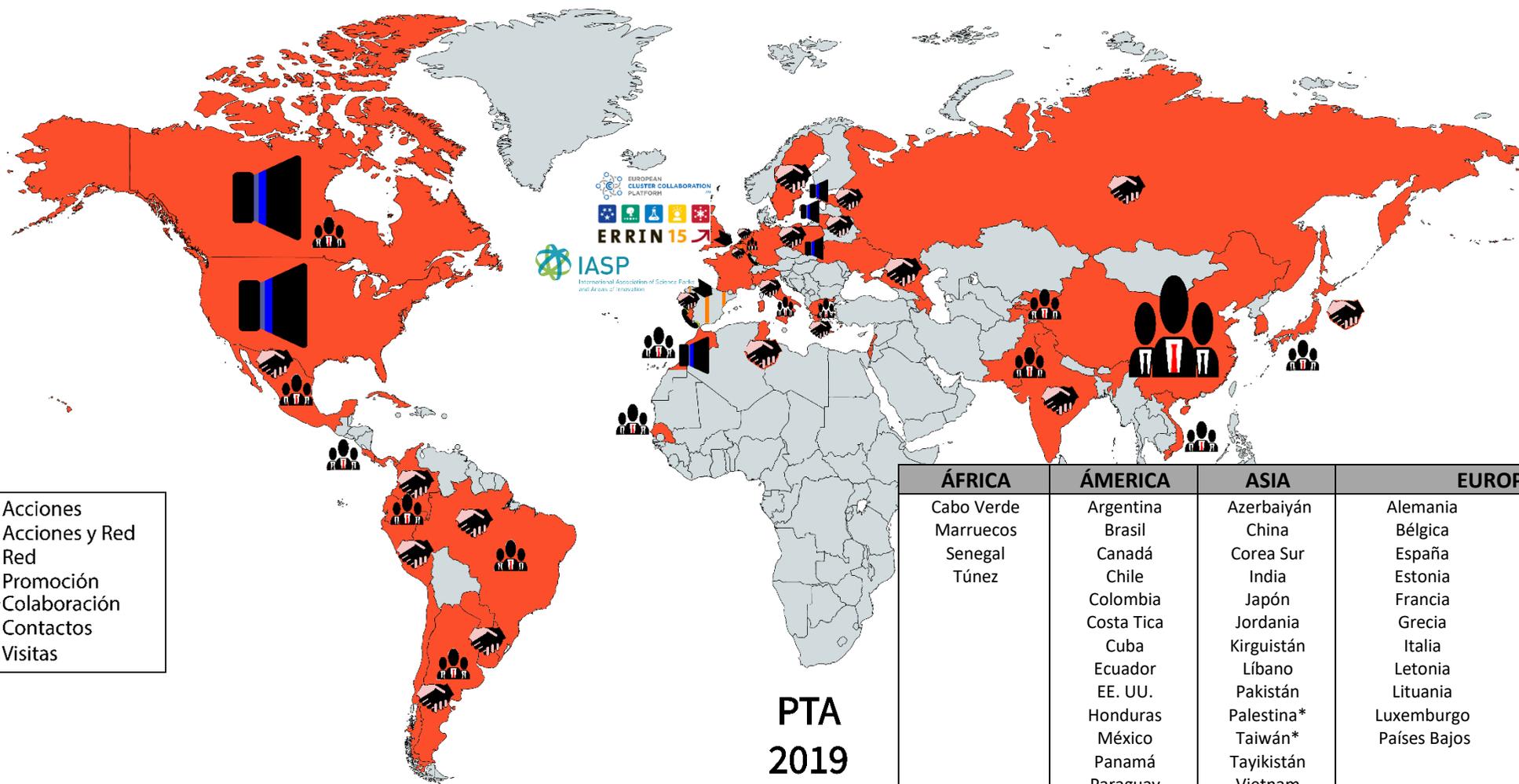


- Acciones
- Colaboración
- Red

AMÉRICA	EUROPA
Argentina EE. UU.	Eslovenia
Total = 3 países	

Parque Cementerio 2019



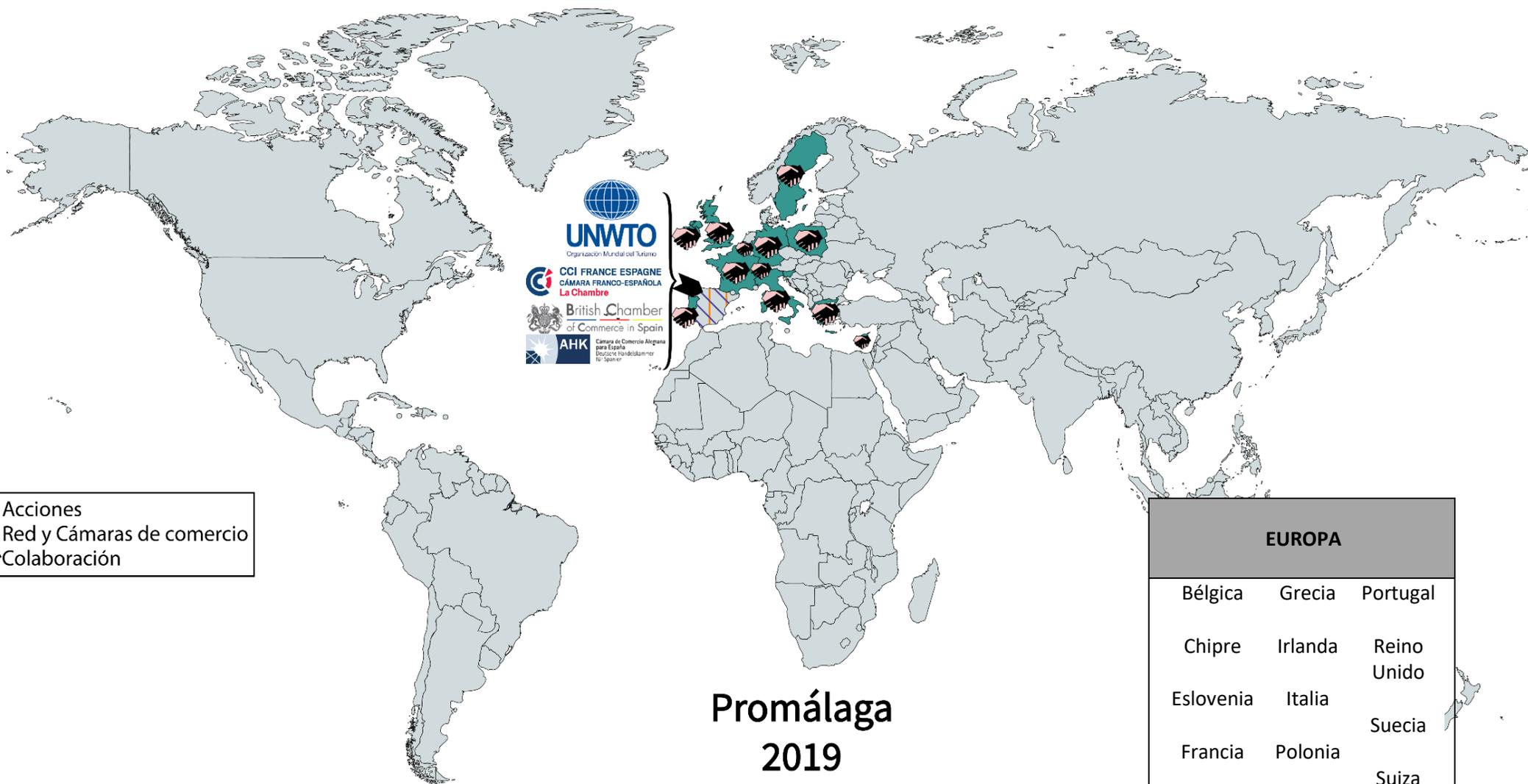


- Acciones
- Acciones y Red
- Red
- Promoción
- ✋ Colaboración
- ☎ Contactos
- 👥 Visitas

PTA
2019

ÁFRICA	AMÉRICA	ASIA	EUROPA	
Cabo Verde	Argentina	Azerbaiyán	Alemania	Polonia
Marruecos	Brasil	China	Bélgica	Portugal
Senegal	Canadá	Corea Sur	España	Reino Unido
Túnez	Chile	India	Estonia	Rusia
	Colombia	Japón	Francia	Suecia
	Costa Rica	Jordania	Grecia	Ucrania
	Cuba	Kirguistán	Italia	
	Ecuador	Líbano	Letonia	
	EE. UU.	Pakistán	Lituania	
	Honduras	Palestina*	Luxemburgo	
	México	Taiwán*	Países Bajos	
	Panamá	Tayikistán		
	Paraguay	Vietnam		
	Perú			
	Puerto Rico			
	Uruguay			

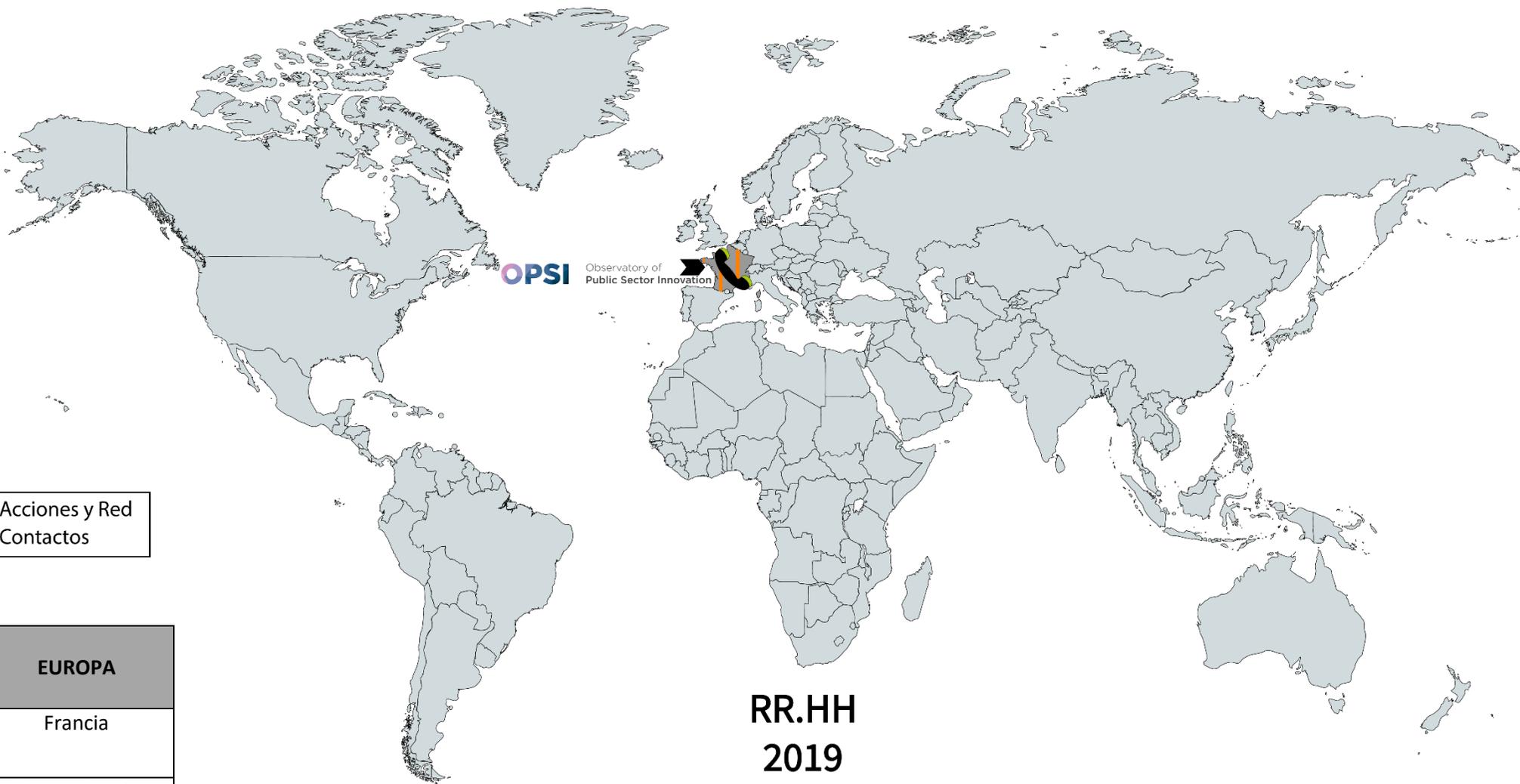
Total = 48 países y 2 estados con reconocimiento limitado



- Acciones
- Red y Cámaras de comercio
- Colaboración

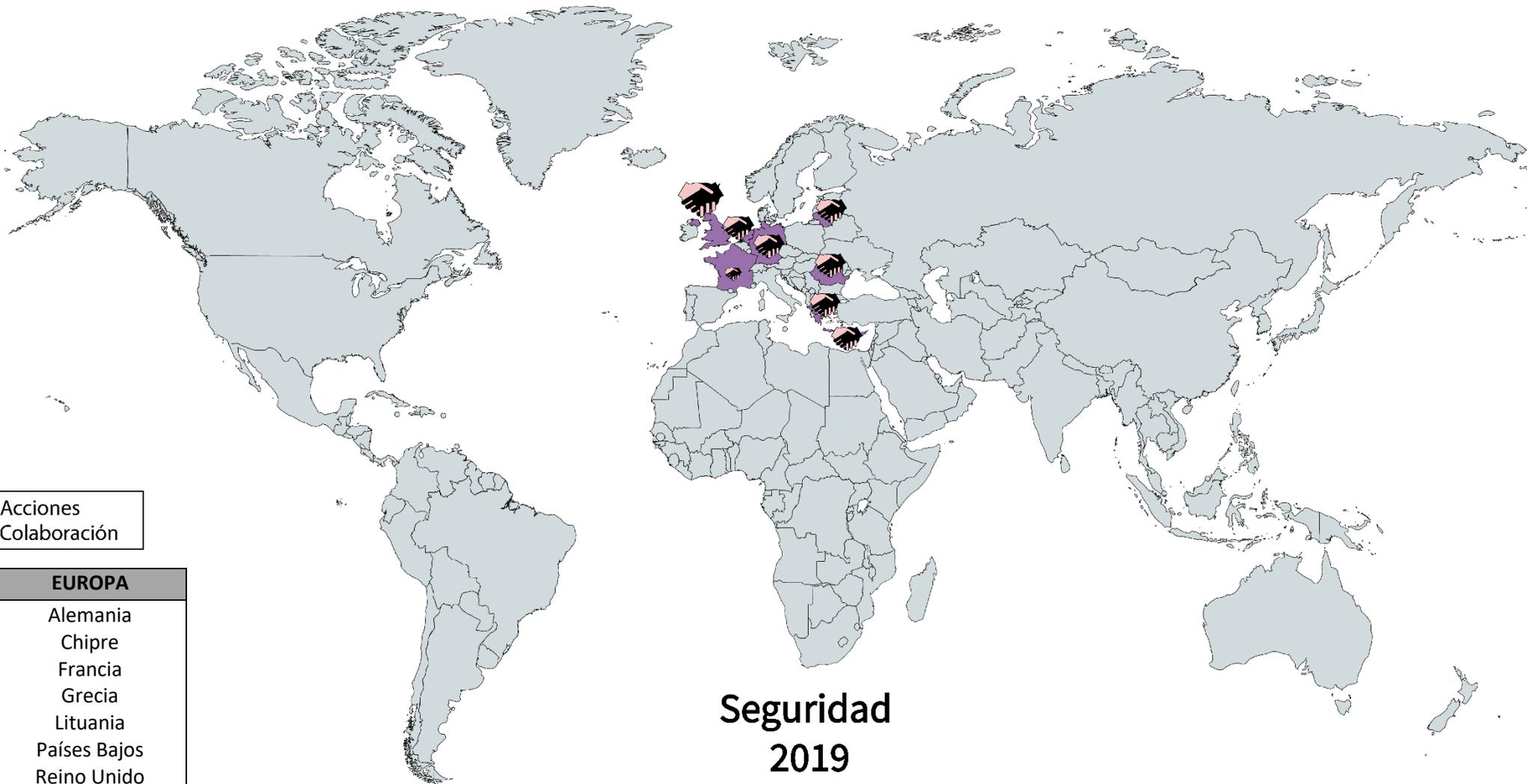
Promálaga 2019

EUROPA		
Bélgica	Grecia	Portugal
Chipre	Irlanda	Reino Unido
Eslovenia	Italia	Suecia
Francia	Polonia	Suiza
Total = 12 países		





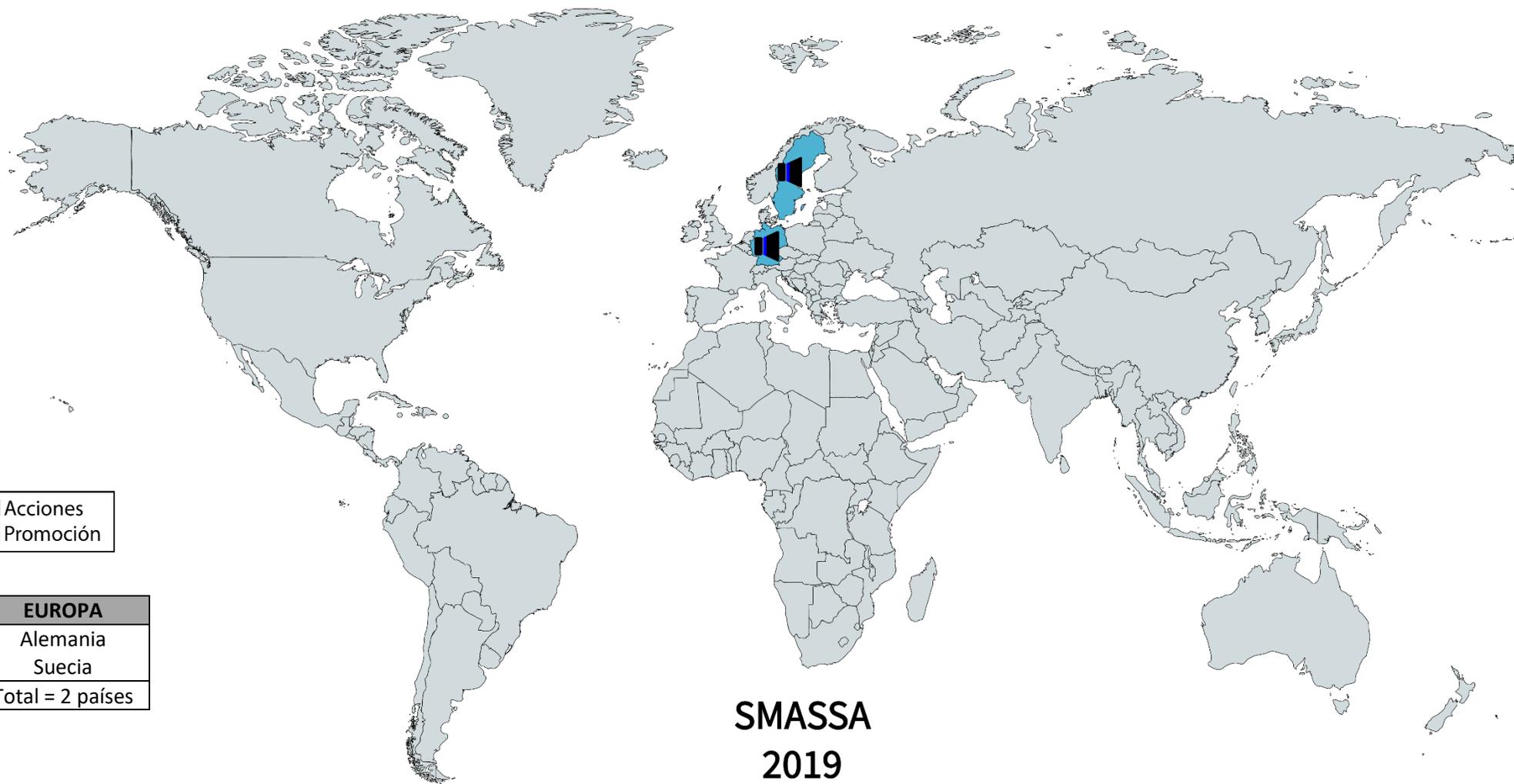
Secretaría General 2019



■ Acciones
🤝 Colaboración

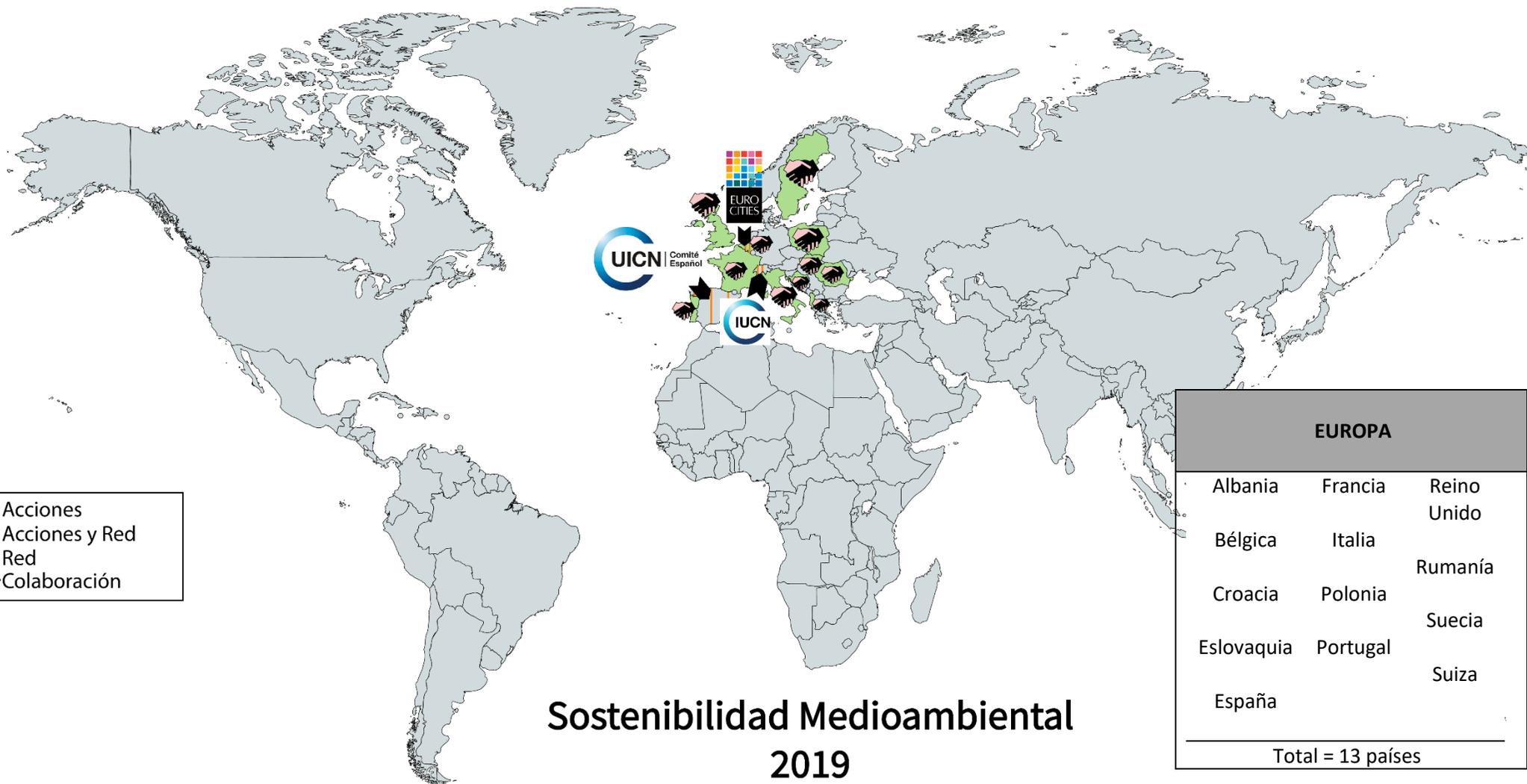
EUROPA
Alemania
Chipre
Francia
Grecia
Lituania
Países Bajos
Reino Unido
Rumanía
Total = 8 países

Seguridad 2019



■ Acciones
■ Promoción

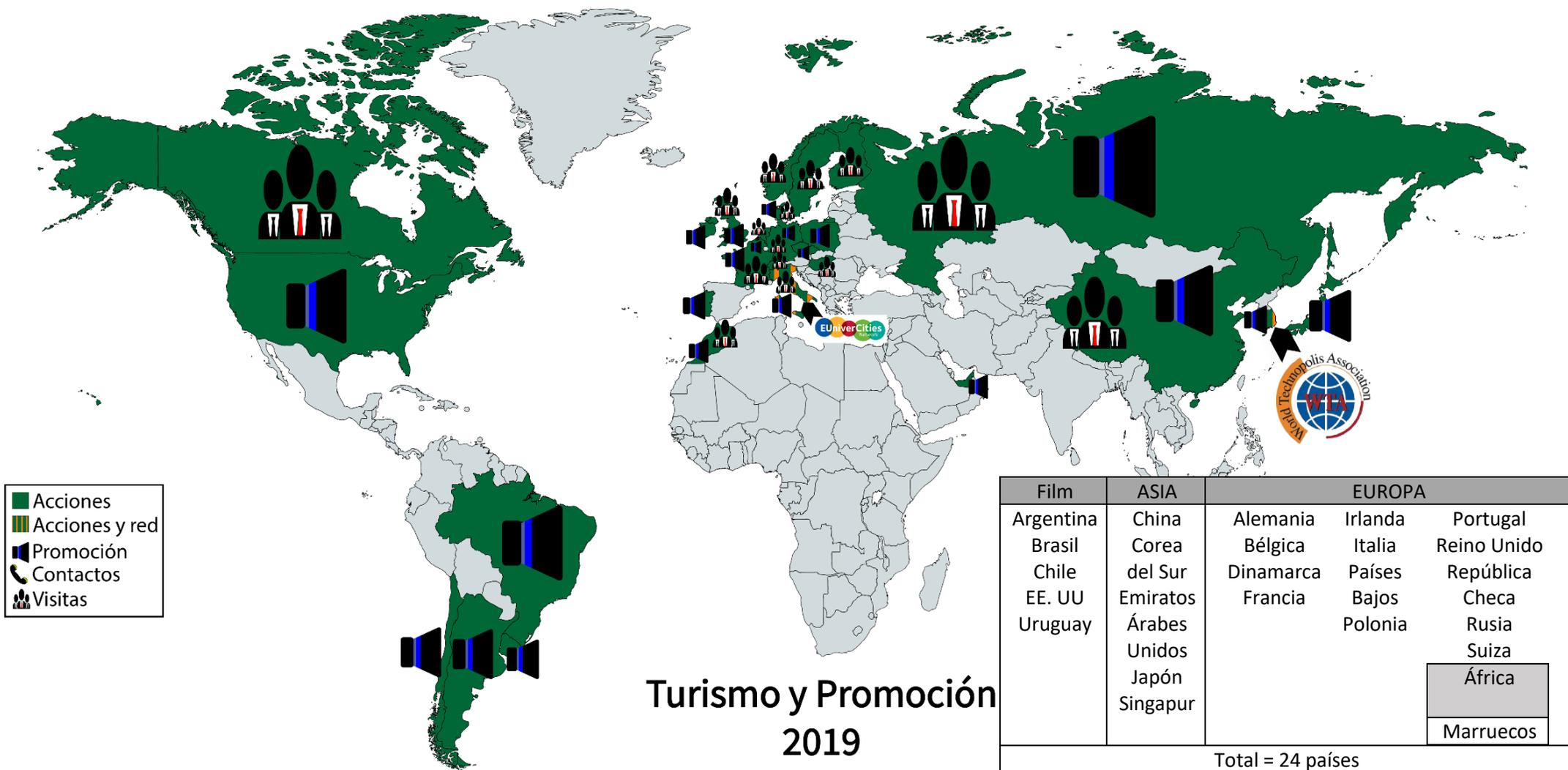
EUROPA
Alemania
Suecia
Total = 2 países



-  Acciones
-  Acciones y Red
-  Red
-  Colaboración

EUROPA		
Albania	Francia	Reino Unido
Bélgica	Italia	Rumanía
Croacia	Polonia	Suecia
Eslovaquia	Portugal	Suiza
España		
Total = 13 países		

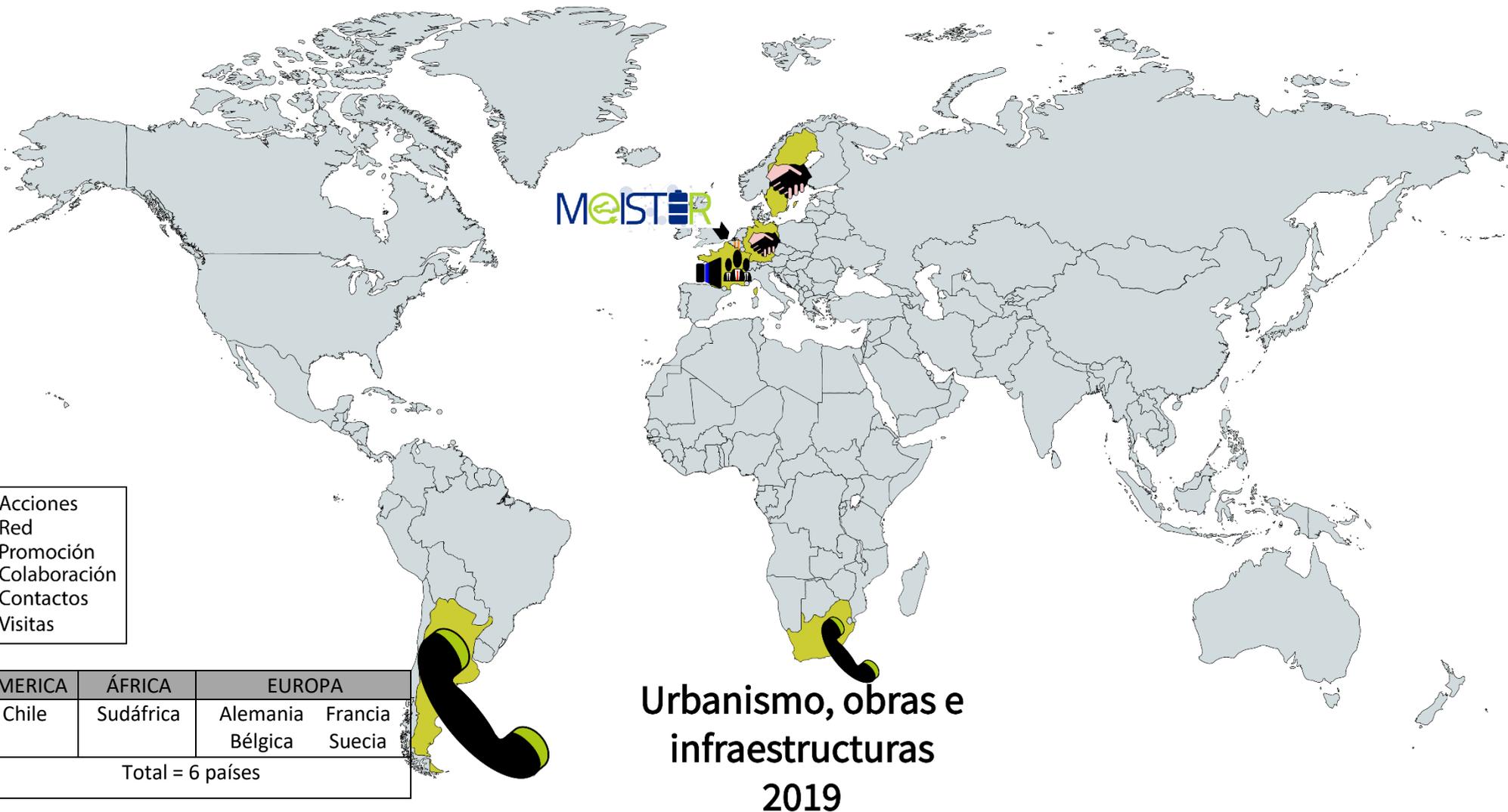
Sostenibilidad Medioambiental 2019



Turismo y Promoción 2019

Film	ASIA	EUROPA		
Argentina	China	Alemania	Irlanda	Portugal
Brasil	Corea del Sur	Bélgica	Italia	Reino Unido
Chile	Emiratos Árabes Unidos	Dinamarca	Países Bajos	República Checa
EE. UU	Japón	Francia	Polonia	Rusia
Uruguay	Singapur			Suiza
				África
				Marruecos
Total = 24 países				





- Acciones
- Red
- Promoción
- Colaboración
- Contactos
- Visitas

ÁMÉRICA	ÁFRICA	EUROPA	
Chile	Sudáfrica	Alemania	Francia
		Bélgica	Suecia
Total = 6 países			

Diagnóstico

Alianzas internacionales
de la ciudad





5.5 Alianzas internacionales de la ciudad

Según los resultados de las encuestas, el Ayuntamiento de Málaga pertenece a 59 redes con carácter internacional.

RED	SEDE	DESDE	IMPORTE	PAGADOR	PAGO	ÁREA/ENTE
RED MUNDIAL DE CIUDADES PORTUARIAS (AIVP)	La Havre, Francia, Europa	No consta	No consta	No consta	No consta	OMAU
Asociación Nacional de Empresas Públicas de Medioambiente (ANEPMA)	Sevilla, España, Europa	No consta	No consta	No consta	No consta	LIMASA-LIPOSAM
Association of Film Commissioners International (AFCI)	Beverly Hills, EE. UU, América	2008	950 US\$	Festival de Málaga	Anual	Málaga FILM Office
Asociación Internacional Bienal Jóvenes Creadores de Europa y el Mediterráneo (AIBJCEM)	Torino, Italia, Europa	2001	2.485 €	Ayuntamiento de Málaga	Anual	Juventud
Asociación Íbero-Macaronésica de Jardines Botánicos (AIMJB)	Valencia, España, Europa	1994	350 €	Ayuntamiento de Málaga	Anual	Jardín Botánico
Asociación de cementerios significativos europeos	Eslovenia, Europa	No consta	No consta	No consta	No consta	Parcemasa
The International Association of Convention Centres (AIPC)	Sint-Gillis, Bélgica, Europa	2003	1.877 €	FYCMA	Anual	FYCMA
Botanic Gardens Conservation International (BGCI)	Londres, Inglaterra, Reino Unido, Europa	1994	550 €	Ayuntamiento de Málaga	Anual	Jardín Botánico
Cámara de Comercio Alemana	España, Europa	2015	365 €	Promálaga	Anual	Promálaga
Cámara de Comercio Británica	España, Europa	2015	450 €	Promálaga	Anual	Promálaga



Cámara de Comercio Francesa	España, Europa	2015	448 €	Promálaga	Anual	Promálaga
Centro Iberoamericano de Desarrollo Estratégico Urbano (CIDEU)	Barcelona, España, Europa	1998	1.500 €	Fundación CIEDES	Anual	Fundación CIEDES
Red de Ciudades de la Línea Aeropostal	Toulouse, Francia, Europa	2011	Gratis	Gratis	Gratis	Acción Exterior
Climate Change Alliance of Botanic Gardens	Melbourne, Australia, Oceanía	2019	Gratis	Gratis	Gratis	Jardin Botánico
Committee of the Regions (CDR)	Bruselas, Bélgica, Europa	No consta	Gratis	Gratis	Gratis	Acción Exterior
Council of European of Municipalities and Regions (CEMR)	Bruselas, Bélgica, Europa	No consta	Gratis	Gratis	Gratis	Acción Exterior
European Forum for Urban Security (EFUS)	Paris, Francia, Europa	No consta	7.510 €	Derechos Sociales	Anual	Derechos Sociales
ENERGY CITIES	Bruselas, Bélgica, Europa	No consta	5.000 €	No consta	Anual	Innovación y Digitalización urbana
European Film Commission Network (EUFCN)	Bruselas, Bélgica, Europa	2007	500 €	Festival de Málaga	Anual	Málaga FILM Office
E-UNIVERSITIES NETWORK	Parma, Italia, Europa	No consta	1.500 €	No consta	Anual	Turismo y Promoción de la Ciudad
EUROCITIES	Bruselas, Bélgica, Europa	No consta	No consta	No consta	No consta	Sostenibilidad Medioambiental
EUROCITIES	Bruselas, Bélgica, Europa	No consta	No consta	No consta	No consta	OMAU



Euro-Mediterranean Regional and Local Assembly (ARLEM)	Barcelona, España, Europa	2012	Gratis	Gratis	Gratis	Acción Exterior
European Cluster Collaboration Platform	Bruselas, Bélgica, Europa	No consta	No consta	No consta	No consta	PTA
European Regions Research and Innovation Networks (ERRIN)	Bruselas, Bélgica, Europa	No consta	No consta	UMA	No consta	PTA
Foro para la Paz en el Mediterráneo	Málaga, España, Europa	No consta	Gratis	Gratis	Gratis	Acción Exterior
International Congress and Convention Association (ICCA)	Amsterdam, Países Bajos, Europa	2003	3.047 €	FYCMA	Anual	FYCMA
ICOM (International Council of Museums)	Paris, Francia, Europa	2011	835 €	Fundación Palacio de Villalón	Anual	Fundación Palacio de Villalón
ICOM (International Council of Museums)	Paris, Francia, Europa	No consta	1.195 €	Casa natal Picasso y Equipamientos	Anual	Casa natal Picasso y Equipamientos
Icon Cities	Odense, Dinamarca, Europa	2014	Gratis	Gratis	Gratis	Casa natal Picasso y Equipamientos
International Association of Science Parks and Areas of Innovation (IASP)	Málaga, España, Europa	No consta	No consta	PTA	No consta	PTA
International Urban Cooperation (IUC)	Freiburg, Alemania, Europa	No consta	No consta	No consta	No consta	OMAU
LUCI	Lyon, Francia, Europa	No consta	5.180 €	No consta	No consta	Innovación y Digitalización urbana
Medcities	Barcelona, España, Europa	2015	1.500 €	Acción Exterior	Anual	Acción Exterior



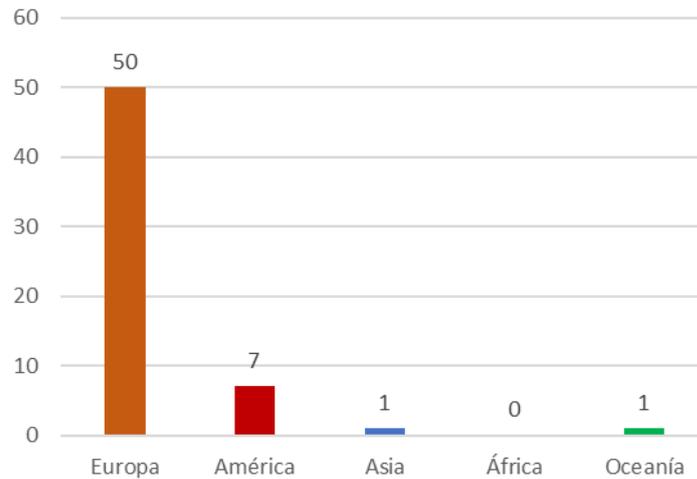
Meeting Professionals International (MPI)	Dallas, Texas, EE.UU, América	2003	878 €	FYCMA	Anual	FYCMA
OIC International	Washington, EE. UU, Ámerica	No consta	No consta	No consta	No consta	Acción Exterior
ONU Mujeres	Nueva York, EE. UU, América	2009	No consta	No consta	No consta	GESTRISAM
OPSI (Observatorio de Innovación del Sector Público) de la OCDE	Paris, Francia, Europa	2016	Gratis	Gratis	Gratis	RR. HH y Calidad
Pacto Mundial de Naciones Unidas	Madrid, España, Europa	2012	Gratis	Gratis	Gratis	Igualdad de Oportunidades
Pacto Mundial de Naciones Unidas	Madrid, España, Europa	2009	No consta	No consta	No consta	GESTRISAM
Professional Congress Manager Association (PCMA)	Chicago, EE.UU, América	2003	385 €	FYCMA	Anual	FYCMA
RED CIVNET ESPAÑA Y PORTUGAL (MOVILIDAD SOSTENIBLE)	Burgos, España, Europa	2014	Gratis	Gratis	Gratis	Movilidad
RED CIVTAS (MOVILIDAD SOSTENIBLE)	Bruselas, Bélgica, Europa	2014	Gratis	Gratis	Gratis	Movilidad
RED CIVTAS (MOVILIDAD SOSTENIBLE)	Bruselas, Bélgica, Europa	No consta	No consta	No consta	No consta	OMAU
Red Europea de Ciudades contra el Racismo (ECCAR)	Potsdam, Alemania, Europa	2017	1.500 €	Ayuntamiento de Málaga	Anual	Participación Ciudadana
Red Europea de Ciudades Interculturales (RECI)	Sevilla, España, Europa	2017	No consta	No consta	No consta	Participación Ciudadana
Red Internacional de Ciudades Educadoras	Barcelona, España, Europa	1997	No consta	No consta	No consta	Educación



Red Iberoamericana de Cementerios patrimoniales	Argentina, América	No consta	No consta	No consta	No consta	Parcemasa
Asociación para la Colaboración de Puertos y Ciudades (RETE)	Venecia, Italia, Europa	No consta	No consta	No consta	No consta	OMAU
Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) Comité Español	Málaga, España, Europa	No consta	1.404,69 €	Área de Sostenibilidad Medioambiental	Anual	Sostenibilidad Medioambiental
Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) Membresía Internacional	Gland, Suiza, Europa	2008	2.315,04 €	Área de Sostenibilidad Medioambiental	Anual	Sostenibilidad Medioambiental
Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) Membresía Internacional	Gland, Suiza, Europa	No consta	No consta	No consta	No consta	Acción Exterior
International Association of Public Transport (UITP)	Bruselas, Bélgica, Europa	1998	15.010,23 €	No consta	2019	EMT
International Association of Public Transport (UITP)	Bruselas, Bélgica, Europa	2005	3.599,10 €	Consorcio de Transporte Metropolitano	Anual	Consorcio de Transporte Metropolitano
United Nations Institute for Training and Research (UNITAR)	Ginebra, Suiza, Europa	2017	30.000 €	Acción Exterior	Anual	Acción Exterior
United Cities and Local Governments (UCLG)	Barcelona, España, Europa	2004	Gratis	Gratis	Gratis	Acción Exterior
United Nations Development Programme (UNDP)	Nueva York, EE. UU, América	No consta	Gratis	Gratis	Gratis	Acción Exterior
UNWTO (Organización Mundial del Turismo)	Madrid, España, Europa	2015	2.500 €	Promálaga	Anual	Promálaga
World Technopolis Association (WTA)	Daejeon, Corea del Sur, Asia	2019	No consta	No consta	No consta	Turismo y Promoción de la Ciudad

Fuente: Elaboración propia

Presencia total en redes por continentes



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico anterior se puede destacar la presencia de Málaga en las diferentes redes según los continentes, teniendo en cuenta su participación total ya que, en base a los cuestionarios recibidos, más de una entidad está en la misma red: EUROCITIES, International Council of Museums (ICOM), Pacto Mundial de Naciones Unidas, RED CIVITAS, Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN) e International Association of Public Transport (UITP).

Asimismo, se pueden destacar 4 hermanamientos:

HERMANAMIENTOS	DESDE QUÉ AÑO
Mobile, EE. UU, América	1965
Passau, Alemania, Europa	1987
Popayán, Colombia, América	1979
Zacatecas, México, América	1988

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los hermanamientos, durante varios años no se mantuvo ninguna iniciativa vinculada a estos, sin embargo, próximamente esta podría ser una forma de vínculos con otras ciudades a nivel mundial para favorecer intercambios en materia de cultura, innovación, educación y sostenibilidad, etc., creando alianzas globales cumpliendo con el ODS 17.

En octubre 2019 se firmó también el Memorando de Entendimiento entre el Ayuntamiento de Málaga y la región nororiental de la ciudad de Moscú con el fin de fortalecer los lazos de



cooperación en materia de promoción económica y del comercio, turismo y deporte, cultura y patrimonio cultural y protección social de la población.



Diagnóstico

Análisis estadístico





5.6 Análisis estadístico

TERRITORIO de la CIUDAD de MÁLAGA

INDICADOR	AÑO	DATOS
Extensión de la superficie	2019	394,98 km ²
Perímetro	2019	145.428,59 m
Altura sobre el nivel del mar	2019	6 m
Coordinadas del núcleo principal	2019	36.72034°, -4.414939°
Número de núcleos que componen el municipio	2018	14 núcleos de población

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, Junta de Andalucía (2019).

CLIMA Y MEDIOAMBIENTE de la CIUDAD de MÁLAGA

INDICADOR	AÑO	DATOS
Temperatura media	Enero-Junio 2019	16.6°C
Precipitaciones	Enero-junio 2019	102,4 mm
Emisiones de CO ₂	2015	2.691.456 toneladas
Buena calidad del aire % días (Buenos días/ días validos)	2018	97.3%

Fuente: Fundación CIEDES (2019).



POBLACIÓN de LA CIUDAD de MÁLAGA

ZONA	AÑO	DATOS DE POBLACIÓN	DATOS DE POBLACIÓN EXTRANJERA
Ciudad de Málaga	2018	571.026	43.563
Área metropolitana de Málaga	2018	1.019.447	136.453
Provincia de Málaga	2018	1.641.121	238.312

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía & Fundación CIEDES, 2019, p. 19-20.*

POBLACIÓN de la CIUDAD de MÁLAGA

INDICADOR	AÑO	DATO	FUENTE
Población total	2018	571.026	Padrón Municipal-INE
Población masculina	2018	274.373	Ibid.
Población femenina	2018	296.653	Ibid.
Densidad de población habitantes/km ²	2018	1.445,7	Padrón Municipal/INE/IECA
% de población menor de 20 años	2018	20,78	Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2019)
% de población mayor de 65	2018	17,36	Ibid.
Emigraciones	2017	18.198	Ibid,
Inmigraciones	2017	19.294	Ibid.
Nacimientos	2017	5.181	INE
Tasa bruta de natalidad– por 1000 habitantes	2017	9,1	INE
Muertes	2017	4.809	Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2019)

Fuente: *Elaboración propia.*

ECONOMÍA de la PROVINCIA DE MÁLAGA

INDICADOR	AÑOS	DATO	FUENTE
PIB	2018	34.527.420 € (estimado)	Contabilidad Anual Provincial de Andalucía. Junta Andalucía
Crecimiento del PIB	2018	4,47% (estimado)	Ibid.
PIB POR ACTIVIDAD ECONÓMICA (2015)			
Agricultura		2,1%	Junta de Andalucía. (2019). Contabilidad Anual Provincial de Andalucía.
Industria		5,9%	Ibid.
Construcción		6,6%	Ibid.
Comercio		11,5%	Ibid.
Transporte y almacenamiento		3,4%	Ibid.
Hostelería		11,0%	Ibid.
Actividades financieras		3,3%	Ibid.
Actividades inmobiliarias		14,5%	Ibid.
Administración pública		6,4%	Ibid.
Educación		5,1%	Ibid.
Actividades de salud		5,5%	Ibid.
Otros servicios y hogares		14,1%	Ibid.
Impuestos sobre los productos		10,5%	Ibid.
PIB per cápita	2018	20.930 €	Analistas económicos de Andalucía & Fundación CIEDES. (2019). P. 27
Crecimiento del PIB per cápita	2018	4,2%	Ibid.

Nota: Elaboración propia.



EMPLEO en la CIUDAD DE MÁLAGA

INDICADOR	AÑO	DATO
Población activa	2018	247.500
Población ocupada	2018	204.700
Desempleados	2018	42.800
Tasa de paro	2018	17,3%

Fuente: *Analistas Económicos de Andalucía & Fundación CIEDES, 2019, p. 33.*

COMERCIO de la PROVINCIA de MÁLAGA

INDICADOR	AÑO	DATO
Exportaciones totales	2018	2.055.685,41 €
Empresas exportadoras	2017	4.549

Importaciones totales	2018	2.103.183,64€
-----------------------	------	---------------

INGRESOS DE EXPORTACIÓN POR PRODUCTOS en CIUDAD de MÁLAGA (2017)

Aceite de oliva	389 millones de €
Frutos secos	355 millones de €
Material eléctrico	232 millones de €
Carne	193 millones de €
Ropa de punto	117 millones de €
Prendas que no son de punto	66 millones de €
Legumbres y hortalizas	66 millones de €
Dispositivos ópticos y médicos	64 millones de €
Máquinas y dispositivos mecánicos	58 millones de €
Vehículos de motor y tractores	58 millones de €

IMPORTACIONES PRINCIPALES (2017)

Aviones y vehículos espaciales	1,185 millones de €
Frutas frescas	196 millones de €



Aparatos y materiales eléctricos	186 millones de €
---	-------------------

DESTINO DE LAS EXPORTACIONES (2017)

Francia	381 millones de €
----------------	-------------------

Italia	355 millones de €
---------------	-------------------

Portugal	179 millones de €
-----------------	-------------------

Alemania	173 millones de €
-----------------	-------------------

Estados Unidos	144 millones de €
-----------------------	-------------------

Gran Bretaña	90 millones de €
---------------------	------------------

Marruecos	74 millones de €
------------------	------------------

China	73 millones de €
--------------	------------------

Países Bajos	52 millones de €
---------------------	------------------

Japón	40 millones de €
--------------	------------------

Fuente: Elaboración propia a partir de Ayuntamiento de Málaga & CEM, 2018.

TURISMO de la CIUDAD de MÁLAGA

INDICADOR	AÑO	DATO
Viajeros alojados en establecimientos hoteleros	2018	1.385.796
Residentes de España	2018	526.729
Residentes en el extranjero	2018	859.067
Pernoctaciones hoteleras	2018	2.650.534
Plazas establecimientos hoteleros	2018	11.199
Grado de ocupación por plaza	2018	64,1%
Estancia media hotelera	2018	1,9 días

Fuente: Elaboración propia a partir de Analistas Económicos de Andalucía & Fundación CIEDES, 2019, p. 86.

Diagnóstico

A la luz de los Objetivos
de Desarrollo Sostenible
2030





5.7 Diagnóstico de la ciudad a la luz de los ODS de la Agenda 2030

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas fueron aprobados por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2015, como un plan de acción cuyos pilares son las 5 P: las Personas, el Planeta, la Prosperidad, la Paz y las alianzas (*Partnership*). Los ODS se fundamentan en las cuatro dimensiones del desarrollo sostenible: la económica, la social, la ambiental y la institucional. La Agenda 2030 reconoce el papel central que han de tener las ciudades en el proceso de transformación mundial que es necesario abordar para que se pueda seguir hablando de un desarrollo sostenible en los años venideros. En este contexto, la ciudad de Málaga está firmemente comprometida con Naciones Unidas y con el desarrollo sostenible y desde 1992 lleva planificando su desarrollo de una manera integrada y participativa con toda la ciudadanía. La planificación estratégica ha dado luz a múltiples planes y políticas, como la Agenda 21, hoy Agenda Urbana, que recoge específicamente los criterios de sostenibilidad que deben marcar nuestro desarrollo.

En 2018 se llevó a cabo un proceso de localización de la Agenda 2030 en la ciudad y se ha logrado elaborar el primer informe voluntario de progreso con 118 indicadores que traducen al ámbito local las metas de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Así mismo, se ha creado una marca propia del proceso que se ha iniciado y que tiene vocación de continuidad, así como múltiples acciones de sensibilización y formación sobre los ODS. De hecho, en el centro de los cinco ejes estratégicos sobre los que se debería basar la estrategia municipal se encuentra la sostenibilidad.

Junto al informe de progreso se ha realizado un diagnóstico de situación identificando las principales acciones que llevan a cabo los agentes clave públicos y privados de la ciudad, de manera que se ha podido elaborar con todo ello un plan de acción de los ODS en Málaga, marcado por las prioridades que se recogen en el citado plan estratégico de la ciudad, ya alineado con la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

En la siguiente tabla se recoge de forma sintetizada el resultado del diagnóstico sobre la situación de la ciudad de Málaga en cuanto a la consecución de los ODS a raíz de los indicadores mencionados con anterioridad. Como se puede observar, la clasificación por colores refleja la necesidad de trabajar con más intensidad en el ODS 1, ODS 5, ODS 8 y ODS 9 de color rojo. El diagnóstico en amarillo, es decir, el de los ODS 4, ODS 6, ODS 10, ODS 11, ODS 12 y ODS 13, muestra cómo la posición de la ciudad respecto a las metas de los ODS sigue una tendencia a mejorar. Finalmente, la posición de Málaga representada con el color verde destaca una situación de la ciudad próxima a los criterios de desarrollo sostenible.

El compromiso de la ciudad es firme y se quiere llegar a ser un referente mundial de ello, por esto es necesario que todos los agentes trabajen al unísono para lograr la transformación local. En el documento titulado *Localizando la Agenda 2030 en Málaga – Informe de progreso 2018 – Plan de acción ODS Málaga* del Ayuntamiento de Málaga y la Fundación CIEDES es posible acceder a más información y, en especial modo, a la propuesta de indicadores para la localización e identificación de los ODS en el ámbito de la ciudad de Málaga.

**RESUMEN DE LA POSICIÓN DE MÁLAGA CON RESPECTO A LAS TENDENCIAS PARA LA
CONSECUCCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**

ODS NÚMERO	ODS	POSICIÓN DE MÁLAGA
1	Fin de la pobreza	
2	Hambre cero	
3	Salud y bienestar	
4	Educación de calidad	
5	Igualdad de género	
6	Agua limpia y saneamiento	
7	Energía asequible y no contaminante	
8	Trabajo decente y crecimiento económico	
9	Industria, Innovación e Infraestructura	
10	Reducción de las desigualdades	
11	Ciudades y comunidades sostenibles	
12	Producción y consumo responsables	
13	Acción por el clima	
14	Vida submarina	
15	Vida de ecosistemas terrestres	
16	Paz, Justicia e Instituciones solidas	
17	Alianzas para lograr los Objetivos	

Nota: Recuperado de Sakharova, V. (2020).

Como se ha mencionado con anterioridad, los colores de los objetivos representan una “media aritmética” de los valores asignados a cada uno de los indicadores seleccionados para medir las metas de cada uno de los ODS.

Para tener una visión más completa de la realidad, se recoge a continuación el valor de cada uno de los indicadores, sus tendencias y la valoración por color que se les da en función de las metas recogidas en la Agenda 2030. Esta información se extrae del documento titulado *Localizando la*

Agenda 2030 en Málaga – Informe de progreso 2018 – Plan de acción ODS Málaga ya mencionado con anterioridad. A partir de esta información, el documento propone trabajar en acciones para revertir las tendencias de los indicadores en color rojo, acciones que ayuden a seguir avanzando en mejorar los indicadores en amarillo y acciones para que se mantenga la misma línea en los indicadores relacionados con una posición verde de Málaga.

RESUMEN DE LA IDENTIFICACIÓN DE INDICADORES PARA LOS 17 ODS EN LA CIUDAD DE MÁLAGA					
	Indicadores de seguimiento	Último dato	Tendencia reciente	Meta ODS	Posición Málaga
ODS. 1 - FIN DE LA POBREZA					
1.1	Renta media anual por hogar (euros)	25.922,40	→	▲	●
1.2	Declaraciones renta inferior a 6.010 € frente al total de declaraciones (%)	29,5	→	▼	●
1.3	Gasto en servicios de promoción social (Euros per cápita)	90,1	→	▲	●
1.4	Parados registrados 45-64 años / Población 45-64 años (%)	19,6	→	▼	●
1.5	Pensiones no contributivas / Población > 65 años (%)	10,5	→	▽	●
ODS. 2 - HAMBRE CERO					
2.1	Superficie agricultura ecológica (Ha) / total superficie agrícola (%)	2,8	→	▲	●
2.2	Nº explotaciones ecológica / nº total Censo Agrario 2009 (%)	3,2	→	▲	●
2.3	Superficie dedicada a la agricultura sobre el total de la ciudad (%)	22,2	→	△	●
2.4	Entradas de mercancías frescas MERCAMÁLAGA (Kg. por habitante)	135,5	→	△	●
ODS. 3 - SALUD Y BIENESTAR					
3.1	Años de esperanza de vida al nacimiento (años)	81,02	→	▲	●
3.2	Tasa de mortalidad infantil (por cada 1.000 nacidos vivos)	2,35	→	▼	●
3.3	Ratio de muertes por accidente de tráfico (por cada 10.000 habitantes)	0,281	→	▼	●
3.4	Ratio de defunciones por tumores por 10.000 hab.	21,80	→	▼	●
3.5	Ratio de defunciones por enferm. endocrinas, nutric. y metabólicas por 100.000 hab.	16,7	→	▼	●
3.6	Ratio de defunciones por enferm. del sistema circulatorio por 10.000 hab.	27,2	→	▼	●
3.7	Ratio de defunciones por enferm. del sistema respiratorio por 100.000 hab.	73,0	→	▼	●
3.8	Ratio de defunciones por enferm. del sistema digestivo por 100.000 hab.	42,9	→	▼	●

Fuente: Análisis Económicos de Andalucía & Fundación CIEDES (2018)

RESUMEN DE LA IDENTIFICACIÓN DE INDICADORES PARA LOS 17 ODS EN LA CIUDAD DE MÁLAGA					
	Indicadores de seguimiento	Último dato	Tendencia reciente	Meta ODS	Posición Málaga
3.9	Causas externas de mortalidad por 100.000 hab.	29,70			
3.10	Camas en hospitales públicos por cada 1.000 hab.	2,9			
3.11	Demora media (en días) pacientes demanda Quirúrgica DECRETO 209/01 (180 días)	73,3			
3.12	Percepción de insatisfacción con los servicios de atención médica y hospitalaria (%)	36,0			
ODS. 4 - EDUCACIÓN DE CALIDAD					
4.1	Abandono escolar temprano - pob. 18-24 años (%)	17,1			
4.2	Población entre 30 y 34 años con educación superior	40,9			
4.3	Gasto municipal en educación. Política gasto presupuestaria:32 (€ per cápita)	34,0			
4.4	Proporción de niños de 0-4 años en guarderías (% población tramo de edad)	69,0			
4.5	Proporción de población entre 25-64 años con nivel de educativo intermedio (%)	20,7			
4.6	Proporción de población entre 25-64 años con nivel de educativo universitario (%)	32,2			
4.7	Tasa de inserción por tipo de estudios universitarios de Grado - UMA (%)	55,4			
4.8	Tasa de inserción por máster oficial - UMA (%)	59,6			
ODS. 5 - IGUALDAD DE GÉNERO					
5.1	Mujeres que han realizado denuncias (por cada 10.000 mujeres)	11,0			
5.2	Denuncias de violencia de género (por cada 10.000 habitantes)	74,6			
5.3	Equidad municipal (nº mujeres en puestos clave/ total puestos clave) %	25,0			
5.4	Proporción de concejales electos en Municipales 2015. Mujeres / total (%)	41,9			
5.5	Brecha entre la tasa de desempleo de hombres y mujeres (diferencias en p.p.)	7,4			

Nota: Recuperado de Análisis Económicos de Andalucía & Fundación CIEDES. (2018).

RESUMEN DE LA IDENTIFICACIÓN DE INDICADORES PARA LOS 17 ODS EN LA CIUDAD DE MÁLAGA					
	Indicadores de seguimiento	Último dato	Tendencia reciente	Meta ODS	Posición Málaga
ODS. 6 - AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO					
6.1	Gasto del presupuesto en gestión del agua (€ per cápita)	0,95	→	△	●
6.2	Consumo total de agua por persona (Litros/día/ persona)	141,0	→	▼	●
6.3	Precio del agua por ciudades - Estudio OCU (€/m³)	1,76	→	▼	●
6.4	Población conectada al tratamiento secundario de aguas residuales (% agua tratada)	99,0	→	▲	●
ODS. 7 - ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE					
7.1	Consumo vivienda calefacción (gasto en Mwh/año por persona)	1,83	→	▼	●
7.2	Gasto del presupuesto en alumbrado público (euros por persona y año)	17,3	→	▼	●
7.3	Gasto medio por hogar en electricidad s. la renta media por hogar (euros/año/hogar)	2,8	→	▼	●
7.4	Gasto medio por hogar en gas s. la renta media por hogar (euros/año/hogar)	0,5	→	▼	●
7.5	Consumo de energía final final. Base 2005=100	87,9	→	▼	●
ODS. 8 - TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO					
8.1	Tasa de paro EPA -Urban Audit (% pob. activa)	20,8	→	▼	●
8.2	Tasa de paro jóvenes menores de 25 años (% sobre el total de parados)	8,0	→	▼	●
8.3	Parados con estudios universitarios terminados/ total parados registrados (%)	13,2	→	▼	●
8.4	Ocupados con estudios ESO e inferiores (% sobre el total pob. ocupada)	35,0	→	▼	●
8.5	Ocupados con segunda etapa de secundaria (% sobre el total pob. ocupada)	21,0	→	▲	●
8.6	Ocupados con estudios superiores (% sobre el total pob. ocupada)	44,0	→	▲	●
8.7	Temporalidad en la contratación: contratos temporales / contratos registrados (%)	92,0	→	▼	●
8.8	Producto Interior Bruto per cápita (euros)	21.700	→	▲	●

Nota: Recuperado de Análisis Económicos de Andalucía & Fundación CIEDES. (2018).

RESUMEN DE LA IDENTIFICACIÓN DE INDICADORES PARA LOS 17 ODS EN LA CIUDAD DE MÁLAGA

RESUMEN DE LA IDENTIFICACIÓN DE INDICADORES PARA LOS 17 ODS EN LA CIUDAD DE MÁLAGA

	Indicadores de seguimiento	Último dato	Tendencia reciente	Meta ODS	Posición Málaga
10.3	Tasa de dependencia -Población <20 y >65 años/población 20-64 años- (%)	60,90	→	▼	●
10.4	Parados registrados extranjeros / Total extranjeros (%)	11,60	→	▼	●
10.5	Contratos discapacitados / Total contratos (%)	0,21	→	▲	●
10.6	Percepción ciudadana: Hogares con dificultades para llegar a fin de mes (%)	39,0	→	▼	●
10.7	Hogares de padres/madres solos/as con menores (%)	4,30	→	▼	●
10.8	Hogares de jubilados solos y >65 años (%)	10,10	→	▼	●
ODS. 11 - CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES					
11.1	Uso del suelo para zonas verdes urbanas, instalaciones deportivas y de ocio (m ² per cápita)	7,6	→	▲	●
11.2	Precio de la vivienda libre frente a la renta bruta anual municipal (vvda. libre 80 m ² / renta bruta anual)	4,0	→	▼	●
11.3	Viviendas nuevas de VPO / total viviendas terminadas (%)	9,9	→	▲	●
11.4	Nº de días al año con mala calidad del aire (mala o muy mala)	26	→	▼	●
11.5	Emisiones de NO2. Número de días que se supera el umbral (40 ug/m ³)	28	→	▼	●
11.6	Emisiones de O3. Número de días en los que se supera los 120 ug/m ³ (límite OMS)	11	→	▼	●
11.7	Emisiones de PM10. Número de días en los que se supera 50 ug/m ³ (límite OMS)	11	→	▼	●
11.8	Emisiones de PM2.5. Número de días en los que se supera 25 ug/m ³ (límite OMS)	6	→	▼	●
11.9	Emisiones de SO2. Número de días en los que se supera 20 ug/m ³ (límite OMS)	1	→	▼	●
11.10	Hogares unipersonales (% sobre el total)	27,1	→	▼	●
11.11	Dependencia coche-Principal medio de transporte para ir al trabajo (% s. total modos de transporte)	48,1	→	▼	●

Nota: Recuperado de Análisis Económicos de Andalucía & Fundación CIEDES. (2018).

RESUMEN DE LA IDENTIFICACIÓN DE INDICADORES PARA LOS 17 ODS EN LA CIUDAD DE MÁLAGA					
	Indicadores de seguimiento	Último dato	Tendencia reciente	Meta ODS	Posición Málaga
ODS. 12 - PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES					
12.1	Generación de residuos totales -sin incluir los selectivos- (kg/habitante)	502			
12.2	Recogida de papel (kg/habitante)	12,4			
12.3	Recogida de vidrio (kg/habitante)	9,2			
12.4	Recogida de envases (kg/habitante)	9,1			
12.5	Huella ecológica (ha/hab.)	3,56			
ODS. 13 - ACCIÓN POR EL CLIMA					
13.1	Emisiones de CO2 por habitante (toneladas CO2 equivalente por habitante)	4,73			
13.2	Percepción de compromiso de la ciudad contra el cambio climático (% de opiniones)	58,0			
13.3	Ratio de vehículos turismos (parque de vehículos por cada 1.000 hab.)	461,9			
13.4	Pérdida de suelo por erosión (% s. total municipio)	22,9			
13.5	Caudales de agua con riesgo de inundación en la ciudad (Km)	21,2			
ODS. 14 - VIDA SUBMARINA					
14.1	Playas urbanas con calidad de las aguas excelente (% s. total)	100			
14.2	Volumen de pesca desembarcada -total especies (kilogramos/por habitante)	0,88			
14.3	Censo de embarcaciones pesqueras (unidades)	45			
14.4	Recogida de residuos en las playas (kg/hab.)	3,5			
ODS. 15 - VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES					
15.1	Superficie de zonas naturales per cápita (m² por habitante)	380,5			
15.2	Superficie del municipio ocupada por espacios naturales protegidos sobre el total (%)	11,72			

Nota: Recuperado de Análisis Económicos de Andalucía & Fundación CIEDES. (2018).

RESUMEN DE LA IDENTIFICACIÓN DE INDICADORES PARA LOS 17 ODS EN LA CIUDAD DE MÁLAGA					
	Indicadores de seguimiento	Último dato	Tendencia reciente	Meta ODS	Posición Málaga
15.3	Superficie del municipio ocupada por superficie forestal sobre el total (%)	46,4	→	▲	●
15.4	Superficie del municipio ocupada por zonas verdes sobre el total (%)	1,31	→	▲	●
15.5	Insatisfacción ciudadana acerca de los espacios verdes: parques públicos o jardines (% de opiniones)	39,0	↘	▼	●
ODS. 16 - PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS					
16.1	Índice de Transparencia Municipal ITA (máxima transparencia= 100)	89,4	↘	▲	●
16.2	Tasa de participación en elecciones 2015-2016 (%)	60,9	→	▲	●
16.3	Deuda municipal (euros por habitante)	844,0	↘	▼	●
16.4	Percepción sobre la utilidad de los servicios administrativos de la ciudad (% total opiniones)	49,0	→	▲	●
16.5	Percepción de confianza en la Admón. local de la ciudad (% total opiniones)	53,0	↗	▲	●
16.6	Satisfacción por vivir en la ciudad (% total opiniones)	97,0	↗	▲	●
16.7	Denuncias medioambientales	458	→		●
ODS. 17 - ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS					
17.1	Gasto en Cooperación / Población Total (€/hab.)	1,8	↘	▲	●
17.2	Proporción de ingresos de recursos propios frente al total de los ingresos	61,0	↘	▲	●
17.3	Ranking ciudades inteligentes - smartcities IESE (Posición ordinal entre las ciudades españolas)	3ª	→	▲	●
17.4	Percepción positiva de la presencia de extranjeros en la ciudad (% total opiniones)	88,0	↗	▲	●
17.5	Percepción de seguridad en la ciudad (% total opiniones)	87,0	→	▲	●

Nota: Recuperado de Analísticas Económicas de Andalucía & Fundación CIEDES. (2018).

Oportunidades de internacionalización por zonas geográficas



6 Oportunidades de internacionalización por zonas estratégicas

Este apartado pretende recoger una aproximación a distintas oportunidades de internacionalización en base a las diferentes zonas geográficas analizadas con las áreas municipales, centrándose en un enfoque de alianzas estratégicas para lograr los ODS con sus 169 metas con carácter integrado e indivisible.

El acceso a través de diferentes canales a otros países facilita la consolidación y el incremento de la presencia internacional de una ciudad, a través de acciones de las diferentes áreas/entidades. Para aprovechar las oportunidades, el gobierno local necesita proyectar hacia el exterior una imagen clara y coherente de su ciudad, lo cual está recogido en la misión, visión y los objetivos estratégicos que se pueden examinar en los siguientes párrafos. Para ello, es necesario homogeneizar y coordinar las actuaciones de las diferentes áreas de gobierno y entes municipales o con participación municipal.

En virtud a lo anterior, se han formulado también las líneas estratégicas y un plan de actuación para seguir incrementando la presencia internacional de la ciudad de Málaga. En el presente punto se sugieren iniciativas que podrían contribuir a la capacidad de Málaga para participar en la gobernanza internacional de ciudades, en la construcción más sólida de sus instituciones y, sobre todo, en su posicionamiento internacional como destino atractivo desde el punto de vista económico, social y medio ambiental.

Para construir unas alianzas e instituciones sólidas, la Agenda 2030 indica que es necesario compartir conocimiento y cooperar para acceder a la ciencia, la tecnología y la innovación, como se afirma en la meta 17.6; promover las tecnologías sostenibles en los países en vía de desarrollo (meta 17.8); aumentar las alianzas globales para el desarrollo sostenible (meta 17.16) complementada por alianzas de múltiples partes interesadas en movilizar y compartir conocimiento, experiencia, tecnología y recursos financieros para apoyar el logro de los ODS de la Agenda 2030; fomentar y promover asociaciones efectivas públicas, público-privadas y de la sociedad civil, aprovechando las experiencias y las estrategias de recursos de las asociaciones/redes (meta 17.17).

Para que Málaga contribuya y participe en estas metas, mejorando su gobernanza y su capacidad de internacionalización, se recomienda trabajar con los países que son una referencia en cuanto a ODS en las áreas de trabajo de las redes a las que pertenece el Ayuntamiento, así como con los países que han mostrado un mayor avance en los ODS que Málaga necesita mejorar.

Teniendo en cuenta que las fuerzas del mercado por sí solas no podrían lograr los ODS, son necesarias unas transformaciones dirigidas para desarrollar las tecnologías, promover las inversiones públicas y privadas y asegurar los mecanismos de gobernanza adecuados para alcanzar los ODS. Tales transformaciones dirigidas, según Jeffrey Sachs y otros expertos internacionales, requieren un diseño cuidadoso para asegurar la viabilidad técnica, las inversiones eficientes, la promoción de la coherencia de las políticas, y garantizar la participación de todos los sectores de la sociedad.

Estas transformaciones se pueden agrupar en seis bloques, en los que también Málaga debe concentrar sus estrategias para aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece su presencia internacional. Son las siguientes:

ÁMBITOS DE TRANSFORMACIÓN URBANA 2030 Y ODS RELACIONADOS

EDUCACIÓN, GÉNERO Y DESIGUALDADES

ODS: PRINCIPALMENTE 1, 2, 4, 5, 8, 9, 10

SALUD BIENESTAR Y DEMOGRAFÍA

ODS: PRINCIPALMENTE 2, 3, 5

DESCARBOINZACIÓN ENERGÉTICA E INDUSTRIA SOSTENIBLE

ODS: PRINCIPALMENTE 3, 6, 7, 9, 11, 12, 13, 14, 15

ALIMENTOS, TIERRA, AGUA Y OCÉANOS SOSTENIBLES

ODS: PRINCIPALMENTE 2, 3, 6, 12, 13, 14, 15

CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES

ODS: PRINCIPALMENTE 6, 9, 11

REVOLUCIÓN DIGITAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

ODS: PRINCIPALMENTE 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 17

Fuente: Elaboración propia a partir de informes Comisión Europea

Teniendo en cuenta los sectores en los que se trabaja, colabora y se posiciona el Ayuntamiento de Málaga, y muy especialmente las redes en las que se integra, se sugiere fijarse en los países que lideran el alcance de los ODS en esas materias.

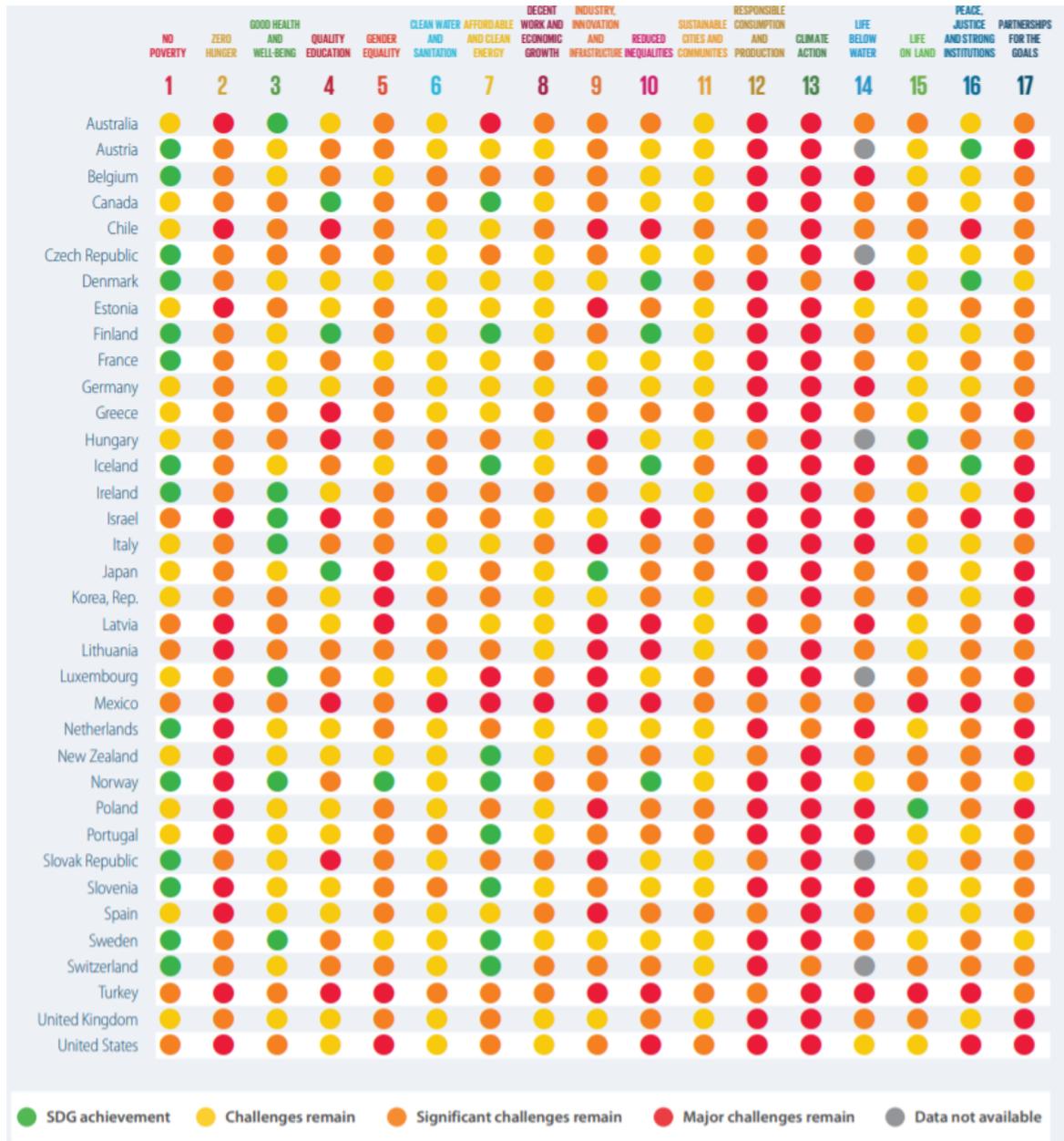
Para ello, se puede tomar como fuente el informe de cumplimiento de los ODS que realiza la Fundación Bertelsmann y la red SDSN, para todos los países del mundo. Se recoge a continuación el cuadro de mando elaborado para los países de la OCDE.²

Posteriormente, se recoge el cruce de información entre los ámbitos en los que Málaga se encuentra en rojo o en amarillo, en materia de ODS (en base a los datos elaborados por la Fundación CIEDES y Analistas Económicos de Andalucía) y aquellos países de la OCDE que cumplen mejor con los ODS en los citados ámbitos. De estos países, se podrían aprender numerosas lecciones y buenas prácticas, así como establecer proyectos de cooperación u organizar misiones y colaboraciones varias, que mejoraran el conocimiento de los/las responsables malagueños/as.

También se han querido recoger los ODS en los que Málaga destaca en verde, es decir, que cumple con los criterios de sostenibilidad, y aquellos países de la OCDE que también cumplen, de manera que se podrían establecer hermanamientos y alianzas que potenciaran la situación.

² Es posible encontrar la información de los demás países en el informe: Sachs, J., Schmidt-Traub, G., Kroll, C., Lafortune, G., Fuller, G. (2019): Sustainable Development Report 2019. New York: Bertelsmann Stiftung and Sustainable Development Solutions Network (SDSN). Recuperado de: https://s3.amazonaws.com/sustainabledevelopment.report/2019/2019_sustainable_development_report.pdf

PAÍSES OCDE



Fuente: Bertelsmann Stiftung and Sustainable Development Solutions Network, 2019, p. 24.

POSICIONAMIENTO ROJO PARA MÁLAGA

ODS 1: Austria, Bélgica, Finlandia, Francia, Islandia, Irlanda, Países Bajos, Noruega, Eslovaquia, Eslovenia, Suecia, Suiza.

ODS 5: Noruega.

ODS 8: ningún país de la OECD.

ODS 9: Japón.



POSICIONAMIENTO AMARILLO PARA MÁLAGA

ODS 4: Canadá, Finlandia, Japón.

ODS 6: ningún país de la OECD.

ODS 10: Dinamarca, Finlandia, Islandia, Noruega.

ODS 11: ningún país de la OECD.

ODS 12: ningún país de la OECD.

ODS 13: ningún país de la OECD.

POSICIONAMIENTO VERDE PARA MÁLAGA

ODS 2: ningún país de la OECD.

ODS 3: Australia, Irlanda, Israel, Italia, Luxemburgo, Noruega, Suecia.

ODS 7: Canadá, Finlandia, Islandia, Nueva Zelanda, Noruega, Portugal, Eslovenia, Suecia, Suiza.

ODS 14: ningún país de la OECD.

ODS 15: Hungría, Polonia.

ODS 16: Austria, Dinamarca, Islandia.

ODS 17: ningún país de la OECD.

Misión y visión



7 Misión y Visión

La **misión** de la ciudad de Málaga, es decir, la razón última por la que se ha hecho este documento sigue manteniéndose en línea con la del Plan anterior, como se evidencia a continuación:

 *Dar visibilidad y proyección a Málaga como una ciudad internacionalmente atractiva, para vivir, para trabajar y para invertir, favoreciendo así su competitividad y desarrollo.*

En cuanto a la **visión** de Málaga, en otras palabras, el resultado esperado del Plan se ha planteado lo siguiente:

 *Ciudad solidaria e intercultural, innovadora, que pone la sostenibilidad en el centro del desarrollo, con peso en los foros internacionales, atractiva y competitiva para la inversión internacional y ejemplo de democracia e igualdad.*



Valores



8 Valores



Se reafirman los principios básicos de las actuaciones del Ayuntamiento de Málaga en el ámbito internacional con los siguientes valores:



Este conjunto de valores está recogido en su mayoría, no sólo en el Plan Estratégico de Málaga y la Agenda Urbana, sino en muchos de los documentos sectoriales del Ayuntamiento de Málaga, como los planes de calidad e innovación, los planes de derechos sociales y participación, etc.



Objetivo estratégico



9 Objetivo estratégico 2030



Una vez acordado el diagnóstico y consensuadas la misión, la visión y los valores, se define el objetivo central que ha de conseguir la Estrategia de Acción Exterior del Ayuntamiento de Málaga a medio y largo plazo, superando Europa 2020, la estrategia de crecimiento de la Unión Europea para la década 2010-2020, con una nueva orientación hacia el nuevo Marco Financiero Europeo 2021-2027.

Se analiza la estrategia definida en el Plan Estratégico de Málaga para el horizonte 2030, un modelo que se mantiene desde el año 1996, en el que se aprobó el primer Plan Estratégico de la ciudad, y que se ha ido actualizando hasta la actualidad en función de los marcos externos.

La estrategia de la ciudad de Málaga al 2030 se fundamenta en cinco ejes prioritarios que tienen en el centro la sostenibilidad (ODS), como se puede observar en la siguiente figura.



Nota: Elaboración propia a partir del Plan Estratégico Málaga 2030.

A continuación, se describen cada uno de los ejes estratégicos en breves:

CIUDAD DE LA CULTURA

Málaga como capital internacional de la cultura y del turismo, una ciudad creativa y educadora donde se imparte una formación excelente en múltiples ámbitos.



CIUDAD DEL CONOCIMIENTO E INNOVACIÓN

Málaga como ciudad de negocios atractiva y competitiva, cuyo entorno de negocios es eficiente e igualitario; ciudad del empleo digno y de la reindustrialización; metrópoli aero-portuaria con infraestructuras a la vanguardia.

CIUDAD LITORAL Y ECOLÓGICA

Málaga como puerta de Europa al Mediterráneo por su posicionamiento geoestratégico clave, además de ser una ciudad que respeta los principios ecológicos, creando la menor huella ecológica posible para sus residentes.

CIUDAD INTEGRADORA E INTEGRADA

Málaga como ciudad integrada donde todos los barrios tienen protagonismo; una ciudad solidaria que reduce la pobreza y que lidera en el ámbito de la igualdad de género; una metrópoli que impulsa la cultura de participación entre sus residentes.

CIUDAD ABIERTA AL MUNDO

Málaga como ciudad cosmopolita donde las múltiples nacionalidades comparten cultura, tradición y experiencias; una ciudad atractiva para vivir e invertir, con un gran carácter internacional; una metrópolis que promueve el encuentro de las personas en contextos internacionales. Lugar que acoge diferentes organismos internacionales.

Cabe destacar que cada estrategia está orientada a un territorio específico porque la ciudad piensa en las distintas dimensiones territoriales.

A partir de esta estrategia ya aprobada, se propone como Objetivo Estratégico 2030 de este Plan de Estrategia Internacional 2030 el siguiente:

Mejorar el posicionamiento Internacional del Ayuntamiento de Málaga, en coordinación con otros agentes del entorno, buscando una mayor competitividad y conectividad del territorio, una mejor calidad de vida, así como un desarrollo inteligente basado en mayores derechos sociales y reductor de la huella de carbono.

Líneas estratégicas



10 Líneas estratégicas 2030 e indicadores de seguimiento



Los ámbitos de trabajo para el Ayuntamiento como organización para conseguir el objetivo estratégico central se han vinculado con la estructura municipal y con los ámbitos de trabajo propios de un plan de marketing y posicionamiento de productos y servicios internacionales. Son cinco las líneas estratégicas y se recogen a continuación.



Alrededor de estas líneas de trabajo es necesario generar un conjunto de estrategias que marquen el camino a seguir a todas aquellas áreas y/o entidades que quieran actuar en materia internacional.

ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

E.1.1 Generar una comunicación y coordinación fluida entre áreas y entes municipales en materia internacional y con otros organismos.

INDICADORES

- N.º de áreas que aportan información.
- N.º de reuniones del Grupo Municipal de Estrategia Internacional y del Grupo de Estrategia Internacional Conjunta.

E.1.2 Incidir en la captación de fondos europeos para proyectos municipales.

INDICADORES

- N.º de proyectos presentados.



- Inversión conseguida.

E.1.3 Fomentar el aprendizaje de idiomas y la integración personal de nuevas culturas.

INDICADORES

- N.º de participantes en cursos de idiomas (personal municipal).
- N.º de cursos de idiomas.

E.1.4 Dar a conocer dentro y fuera del Ayuntamiento las iniciativas llevadas a cabo en materia internacional.

INDICADORES

- N.º de consultas atendidas.
- N.º de empresas atendidas.

E.1.5 Unificar la información de las acciones internacionales y sistematizar la recogida de datos.

- N.º de acciones recogidas.
- Países y ciudades incorporadas a la base de datos de acción exterior.

COMUNICACIÓN E IMAGEN

E.2.1 Coordinar permanentemente un plan de comunicación y presencia exterior.

INDICADORES

- N.º de reuniones entre áreas.

E.2.2 Acordar como Ayuntamiento una estrategia de marca de ciudad a escala internacional alineada con la estrategia de ciudad.

INDICADORES

- N.º de marcas de ciudad.
- N.º de acciones conjuntas.

E.2.3 Desarrollar la promoción e imagen económica y comercial de la ciudad en ámbitos internacionales para atraer talento e inversión.

INDICADORES

- N.º de visitas recibidas – N.º invitaciones recibidas.



- N.º de foros en los que se ha participado.

E.2.4 Mantener una presencia activa en Internet para posicionar a Málaga en buscadores y redes sociales.

INDICADORES

- N.º de cursos de formación para personal municipal en redes sociales.
- N.º de entidades municipales con cuentas en redes sociales y participación online.

CANALES

E.3.1 Optimizar las visitas y la promoción de las áreas en el exterior.

INDICADORES

- N.º visitas recibidas en sistema electrónico.
- N.º de informaciones incorporadas al sistema electrónico.
- N.º de misiones, promociones y visitas realizadas.

E.3.2 Mantener una presencia activa en foros, redes y proyectos de organismos internacionales.

INDICADORES

- N.º de redes/asociaciones internacionales a las que pertenece el Ayuntamiento.
- N.º de proyectos internacionales.

E.3.3 Conseguir que Málaga sea sede de organismos y redes internacionales (ONU, UE, etc.)

INDICADORES

- N.º de organismos internacionales presentes en Málaga.

E.3.4 Fomentar los hermanamientos con otras ciudades.

INDICADORES

- N.º de nuevas ciudades con las que el Ayuntamiento de Málaga está hermanado.

E.3.5 Aprovechar los cauces europeos de inversión, financiación y asesoramiento de ciudades.

- N.º de organismos europeos relacionados con ciudades con los que se mantienen contactos.

MERCADOS**E.4.1 Promover alianzas estratégicas con otras ciudades complementarias para mejorar el posicionamiento internacional.**INDICADORES

- N.º de proyectos de colaboración/ acuerdos/ convenios/ protocolos suscritos con otras ciudades.

E.4.2 Coordinar acciones con aeropuerto y puerto como puertas de entrada internacional a Málaga.INDICADORES

- N.º de acciones coordinadas con el Puerto.
- N.º de acciones coordinadas con el Aeropuerto.
- N.º de acciones conjuntas Puerto-Aeropuerto y Ayuntamiento.

E.4.3 Coordinar estudios de mercado en origen por segmentos y estudios de prospección.

- N.º de encuestas a extranjeros.
- N.º de estudios de mercado/ informes por países.

SEGMENTOS**E.5.1 TURISMO y PROMOCIÓN: Programar conjuntamente las acciones que atraigan turistas, visitantes e inversores en los segmentos de mercados de interés.**INDICADORES

- N.º de nuevos inversores.
- N.º de promociones turísticas en el exterior.

E.5.2 INNOVACIÓN y DIGITALIZACIÓN URBANA: Posicionar al Ayuntamiento de Málaga como modelo de aplicación de las Tics al sector público.INDICADORES

- N.º de eventos organizados en Málaga en innovación.

E.5.3 PYMES: Apoyar la internacionalización de las PYMES y de los empresarios malagueños.

INDICADORES

- N.º Programas de asesoramiento a empresas en internacionalización.
- N.º de seminarios de internacionalización.
- N.º visitas internacionales con empresas y N.º de empresas.

E.5.4 POSICIONAMIENTO: Identificar las oportunidades de internacionalización de la ciudad en las diferentes zonas geográficas.

INDICADORES

- N.º de países prioritarios establecidos cada año por áreas municipales.

E.5.5 SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL: Incidir en la posición de Málaga dentro de las ciudades modelo de sostenibilidad urbana y eficiencia en la gestión de recursos.

INDICADORES

- N.º de acciones internacionales organizadas vinculadas a la sostenibilidad.
- N.º de asistencia a eventos internacionales vinculados con sostenibilidad.
- N.º de premios/ menciones/ referencias internacionales de sostenibilidad.



Plan de Actuación 2030



11 Plan de actuación 2030



Conocer las estrategias a seguir es fundamental para llegar a buen puerto, pero también es importante saber programar en el tiempo los pasos a dar para conseguir los objetivos estratégicos. Esta es la razón por la que se ha de recoger un Plan de Actuación para un período de tiempo suficiente como para poner en marcha las acciones que recoja, que en este caso es el 2030, año que coincide con la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.

La Estrategia de Acción Exterior del Ayuntamiento Málaga 2030 se estructura en torno a los ámbitos de trabajo y las estrategias que ya se habían establecido. Cada acción tiene un conjunto de indicadores de seguimiento del trabajo realizado, que se recogen en el siguiente apartado y que están estrecha y directamente relacionadas con las líneas estratégicas 2030.

Para la ejecución del plan de acción se realizará un seguimiento permanente de su ejecución, de manera que se pueda ir actualizando para lograr el cumplimiento de las estrategias. Si bien al menos debería hacerse una evaluación más a fondo de toda la Estrategia de Acción Exterior cada cinco años.

ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

E.1.1 Generar una comunicación y coordinación fluida entre áreas y entes municipales en materia internacional y con otros organismos.

- Mantenimiento y actualización de la agenda de relaciones internacionales de todas las áreas y entes municipales.
- Mantenimiento y actualización de mapas de presencia internacional del Ayuntamiento en mercados de interés, canales utilizados y segmentos de mercado. Creación de protocolos entre áreas para la atención de las visitas internacionales a Málaga.
- Mantenimiento del Foro de Estrategia Internacional del Ayuntamiento y participación en el Grupo de Estrategia Internacional Conjunta.

E.1.2. Incidir en la captación de fondos europeos para proyectos municipales.

- Presentaciones periódicas a las áreas municipales de los programas y líneas de trabajo de la Comisión Europea y otros entes.
- Refuerzo del Servicio de Programas para que sea el encargado de la búsqueda de financiación internacional para los proyectos que quieran impulsar las distintas áreas municipales.

E.1.3. Fomentar el aprendizaje de idiomas y la integración personal de nuevas culturas.

- Refuerzo de la formación en idiomas en el Ayuntamiento, con especial incidencia en puestos de responsabilidad.
- Talleres de sensibilización y conocimiento de otras culturas para directivos y personal de alto nivel del Ayuntamiento.

E.1.4. Dar a conocer dentro y fuera del Ayuntamiento las iniciativas llevadas a cabo en materia internacional.

- Organización de campañas de información ciudadana para conocer las acciones en favor de la mejor calidad de vida de los extranjeros residentes y la importante labor realizada en cooperación internacional.
- Mayor promoción de las ayudas a empresarios y PYMES extranjeras que quieran localizarse en Málaga y para las PYMES que quieran internacionalizarse.

E.1.5 Unificar la información de las acciones internacionales y sistematizar la recogida de datos.

- Creación de una base de datos con información de los países y ciudades que visitan el Ayuntamiento de Málaga cada año.
- Elaboración de fichas por cada país/ ciudad que visita Málaga o tiene hermanamientos/ acuerdos/ convenios con la información básica de contactos e intereses comunes.

COMUNICACIÓN E IMAGEN

E.2.1 Coordinar permanentemente un plan de comunicación y presencia exterior.

- Reuniones periódicas con las áreas para conocer las necesidades de acción exterior que tienen y los proyectos de ciudad en marcha para acordar la imagen conjunta a transmitir en cada momento.

E.2.2 Acordar como Ayuntamiento una estrategia de marca de ciudad a escala internacional alineada con la estrategia de ciudad.

- Determinación de los activos estratégicos a resaltar y de los mensajes a incluir: ciudad para vivir, ciudad sostenible mediterránea, ciudad cultural y turística, ciudad competitiva que atrae talento y empresas internacionales de alto nivel, ciudad emprendedora teniendo en cuenta los cinco ejes estratégicos de la ciudad de Málaga.

E.2.3 Desarrollar la promoción e imagen económica y comercial de la ciudad en ámbitos internacionales para atraer talento e inversión.

- Contacto permanente con multinacionales y empresas extranjeras dentro y fuera de Málaga.
- Presencia en foros económicos internacionales.

E.2.4 Mantener una presencia activa en Internet para posicionar a Málaga en buscadores y redes sociales.

- Establecimiento de vías de comunicación entre el CEMI y el plan de comunicación e imagen del Ayuntamiento para el posicionamiento en cada momento de la imagen deseada.
- Formación para el personal municipal en redes sociales y participación online, como gestiones de páginas web y perfiles de redes sociales.



- Apertura y/o gestión constante de las redes sociales de las áreas/entidades en materia de las acciones realizadas.

CANALES

E.3.1 Optimizar entre las áreas las visitas y promociones que hacen al exterior.

- Establecimiento de un sistema electrónico inmediato de información sobre el contenido a abordar en las visitas o promociones que se van a hacer, de cara a que todas las áreas puedan remitir sus intereses o necesidades a abordar en destino.

E.3.2 Mantener una presencia activa en foros, redes y proyectos de organismos internacionales.

- Mantenimiento actualizado del listado de redes, organismos y foros a los que pertenece el Ayuntamiento y difusión entre las áreas.
- Elaboración de contenido relevante del Ayuntamiento en varios idiomas y fomento de su difusión para así aumentar su presencia internacional.

E.3.3 Conseguir que Málaga sea sede de organismos y redes internacionales (ONU, UE, etc.).

- Coordinación de acciones de promoción de Málaga como *hub* de organismos internacionales, difusión de los logros ya alcanzados en materia de internacionalización y de la presencia de organismos internacionales ya presentes en Málaga.

E.3.4 Fomentar los hermanamientos con otras ciudades.

- Uso de un método sistemático de evaluación de los posibles hermanamientos.
- Evaluación de las ventajas que conllevaría cada hermanamiento y búsqueda de oportunidades en función de los objetivos.
- Promoción de la ciudad de Málaga.

E.3.5 Aprovechar los cauces europeos de inversión, financiación y asesoramiento de ciudades.

- Mantenimiento de reuniones periódicas con organismos europeos vinculados con las ciudades.
- Visita periódica de responsables europeos y de organismos nacionales vinculados con financiación europea a la ciudad.

MERCADOS

E.4.1 Promover alianzas estratégicas con otras ciudades complementarias para mejorar el posicionamiento internacional.

- Detección de los intereses internacionales de cada área y localización de ciudades españolas e internacionales con las que poder colaborar.

E.4.2 Coordinar acciones con aeropuerto y puerto como puertas de entrada internacional a Málaga.

- Celebración de foros de debate y de coordinación con estos organismos y otros expertos en materia de rutas y destinos, comercialización y servicios.
- Organización de promociones conjuntas de la ciudad en los espacios aero- portuarios.

E.4.3 Coordinar estudios de mercado en origen por segmentos y estudios de prospección.



- Elaboración de encuestas anuales a extranjeros estudiantes o trabajadores en Málaga para conocer mejor nuestros activos estratégicos.
- Mantenimiento en la página de relaciones internacionales de un apartado con las necesidades e intereses de otros países y zonas geográficas.
- Elaboración periódica de un barómetro de inversión extranjera en Málaga, para detectar el grado de atractivo de la ciudad para la inversión exterior.

SEGMENTOS

E.5.1 TURISMO Y PROMOCIÓN: Programar conjuntamente las acciones que atraigan turistas, visitantes e inversores en los segmentos de mercado de interés.

- Celebración de una reunión al año para informar de los segmentos de mercado que son de interés de cada área y las acciones que van a emprender para coordinarlas con las demás áreas.
- Contacto permanente con embajadas y grandes empresas para conocer la presencia e interés de los inversores internacionales.

E.5.2 INNOVACIÓN Y DIGITALIZACIÓN URBANA: Posicionar al Ayuntamiento de Málaga como modelo de aplicación de TICS al sector público.

- Organización de eventos en Málaga para dar a conocer a otras ciudades las innovaciones en esta materia llevadas a cabo por el Ayuntamiento.

E.5.3 Apoyar la internacionalización de las PYMES y de los emprendedores malagueños.

- Puesta en marcha de programas de asesoramiento en materia de internacionalización.
- Organización de seminarios y talleres para conocer los requisitos empresariales mínimos y los mercados de interés.
- Acompañamiento de empresas en las misiones y visitas internacionales que realiza el Ayuntamiento.

E.5.4 Identificar las oportunidades de internacionalización de la ciudad en las diferentes zonas geográficas.

- Programas anuales de estudio de posibles posicionamientos y benchmarking para atender los retos de la ciudad mirando hacia las experiencias de otras ciudades del mundo.

E.5.5 SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL: Incidir en la posición de Málaga dentro de las ciudades modelo de sostenibilidad urbana y eficiencia en la gestión de recursos.

- Apoyo a la continuidad de redes creadas por el Ayuntamiento.
- Apoyo a la elaboración de planes basados en la economía circular.
- Apoyo a la elaboración de planes basados en la economía azul y la lucha contra el cambio climático.
- Apoyo a la vinculación con iniciativas, foros y plataformas internacionales que trabajen las materias relacionadas con la sostenibilidad.
- Participación en proyectos e iniciativas vinculados con la sostenibilidad y la eficiencia en la gestión de los recursos.

Seguimiento y evaluación



12 Seguimiento y evaluación



La Estrategia de Acción Exterior Málaga 2030 cuenta con un sistema de seguimiento y evaluación para justipreciar el grado de consecución de los objetivos estratégicos definidos. Por ello, se propone que continúe el proceso que se ha seguido para diseñar el presente documento para realizar su evaluación continua, con el fin de obtener datos y estadísticas útiles para mejorar su eficacia y eficiencia, de forma que se pueda reformular periódicamente. El seguimiento de la Estrategia se realizará a partir de las actuaciones definidas y es un proceso continuo que proporciona información relevante sobre la aplicación de los instrumentos, las actuaciones y las líneas estratégicas. Como en ejercicios anteriores, se llevará a cabo la actualización de la presencia internacional del Ayuntamiento de Málaga.

A raíz del I Plan de Estrategia Internacional, se proponen unas herramientas que servirán para garantizar la comunicación y coordinación permanente entre el Grupo de Trabajo de Estrategia Internacional del Ayuntamiento de Málaga y establece un método de trabajo de las sesiones de los miembros del grupo.

HERRAMIENTAS

- AGENDA DE VISITAS INTERNACIONALES de Málaga y a Málaga: se creará una lista de distribución a partir de la cual todos los miembros del grupo informarán de su agenda al resto.
- REVISIÓN ANUAL DEL MAPA con la presencia internacional de Málaga en el mundo.
- BATERÍA DE INDICADORES para el seguimiento de las estrategias y acciones.

SESIONES

- Definición y seguimiento de indicadores (una vez al año).
- Seguimiento de las herramientas (en todas las sesiones).
- Reformulación de estrategias y acciones (una vez al año).
- Compartir resultados de las comisiones de trabajo y de cada área en sus actividades.



Agradecimientos





13 Agradecimientos

Se agradece a todas las personas que han facilitado información y han hecho posible este trabajo, contestando a las encuestas enviadas y resolviendo dudas telefónicamente, en especial a los técnicos y responsables de:

ÁREAS DEL AYUNTAMIENTO

- Acción exterior y Cooperación al Desarrollo
- Alcaldía
- Asesoría Jurídica
- Comercio y Vía Pública
- Comunicación
- Cultura
- Deporte
- Derechos Sociales
- Economía y Hacienda
- Igualdad de Oportunidades
- Innovación y Digitalización urbana
- Intervención General
- Jurado tributario
- Juventud
- Movilidad
- Ordenación del territorio y vivienda
- Participación Ciudadana
- Recursos Humanos y Calidad
- Secretaría General
- Seguridad
- Servicios operativos, régimen interior, playas y fiestas
- Sostenibilidad Medioambiental
- Turismo y Promoción de la ciudad

ENTES MUNICIPALES

- Agencia Pública para la Gestión de la Casa Natal de Pablo Ruiz Picasso y otros Equipamientos Museísticos y Culturales
- CEMI
- EMASA
- EMT
- Gestrisam
- IMFE
- Málaga Deportes y Eventos
- Más cerca
- Parcemasa
- Promálaga



- SMASSA
- Sociedad Municipal Vivienda

ENTES PARTICIPADOS POR EL AYUNTAMIENTO

- Consorcio de Transporte de Mercancías
- Consorcio de Transporte Metropolitano
- FILM Office
- Fundación CIEDES
- Fundación musical Málaga
- FYCMA
- Jardín Botánico
- Limasa- Limposam
- Mercamálaga
- Museo Thyssen
- OMAU
- PTA

Referencias y fuentes consultadas



14 Referencias y fuentes consultadas

Analistas Económicos de Andalucía & Fundación CIEDES. (2018). La Estrategia Europa 2020 y el desarrollo sostenible 2030: una adaptación a la ciudad de Málaga. Recuperado de: https://ciedes.es/images/stories/Cuadernos/Cuaderno_Plan_Estrategico18.pdf

Analistas económicos de Andalucía & Fundación CIEDES. (2019). Málaga economía y sociedad (nº 27). Recuperado de: <https://ciedes.es/images/stories/Boletines/economia%20y%20sociedad%202018.pdf>

Analistas económicos de Andalucía & Fundación CIEDES. (2019). Principales indicadores de la ciudad de Málaga. *Base de datos de la Fundación CIEDES*.

Ayuntamiento de Málaga & Fundación CIEDES. (2012). *Plan de Estrategia Internacional*.

Ayuntamiento de Málaga & Fundación CIEDES. (2017). *Informe de Seguimiento*.

Ayuntamiento de Málaga & Fundación CIEDES. (2018). *Localizando la Agenda 2030 en Málaga – Informe de progreso 2018 – Plan de acción ODS Málaga* del Ayuntamiento de Málaga y la Fundación CIEDES. Recuperado de: https://ciedes.es/images/stories/2019/Innformeprogreso%20planaccion_v4.pdf

Europa 2020. (s.f.). *Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades*. Recuperado de: <http://www.ciencia.gob.es/portal/site/MICINN/menuitem.26172fcf4eb029fa6ec7da6901432ea0/?vgnnextoid=9fa3cd8da41c1410VgnVCM1000001d04140aRCRD>

Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, Junta de Andalucía. (2019). *Andalucía pueblo a pueblo – Fichas Municipales*. Recuperado de: <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/ficha.htm?mun=29067>

Junta de Andalucía. (2019). *Contabilidad Anual Provincial de Andalucía*. Recuperado de: <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/iea/consultasActividad.jsp?CodOper=832&sub=50654>

Málaga, ciudad para invertir. (2018). *Ayuntamiento de Málaga y CEM*. Recuperado de: <https://forinvestormalaga.com/>

Sachs, J., Schmidt-Traub, G., Kroll, C., Lafortune, G., Fuller, G. (2019): Sustainable Development Report 2019. New York: Bertelsmann Stiftung and Sustainable Development Solutions Network (SDSN). Recuperado de: https://s3.amazonaws.com/sustainabledevelopment.report/2019/2019_sustainable_development_report.pdf

Sakharova, V. (2020). An Outlook for strategic positioning of Malaga. *CIFAL Málaga*.

17 Partnerships for the goals. (2019). The Global Goals for Sustainable Development. Recuperado de: <https://www.globalgoals.org/17-partnerships-for-the-goals>

Asimismo, se han elaborado un conjunto de encuestas telefónicas, electrónicas y en persona. En total se realizaron 51 consultas totales de las cuales, a 23 áreas del ayuntamiento, 14 entes municipales y a 14 entes participados por el Ayuntamiento de Málaga, mencionadas en el apartado 4 *Metodología*.



FUNDACIÓN
CIEDES



Ayuntamiento
de Málaga