

# Cámara

## Málaga

# Alta valoración de las misiones comerciales de la Cámara en 2019

- 2 Proceso electoral de la Cámara. Hasta el 12 de junio, podrán las empresas consultar el censo electoral.
- 3 Visita nuestra Cámara José Luis Bonet, presidente de la Cámara de Comercio de España.
- 5 Más de cincuenta empresas exploran en la Cámara las oportunidades de negocio en Japón.
- 7 El operador turístico japonés Grupo JTB, llega a un acuerdo con la malagueña Paraty Tech.
- 10 Participación de la Cámara en la V Feria de Empleo de la UMA.

## Acuerdo comercial entre Iberia y la Cámara de Comercio



Ricardo Palazuelos y Jerónimo Pérez Casero, durante el momento de la firma del acuerdo.

El presidente de la Cámara de Comercio de Málaga, Jerónimo Pérez Casero, y el delegado comercial para Canarias y Andalucía de Iberia, Líneas Aéreas de España, S.A., Ricardo Palazuelos, han firmado en la sede cameral del Palacio de Villalcázar, un acuerdo comercial por el que ponen a disposición de la Cámara una serie de productos con ventajas y descuentos en los servicios y viajes que ofrece la referida compañía aérea.

Además del interés económico y de promoción que tiene este acuerdo entre Iberia y la Cámara de Málaga, hay que destacar la colaboración mutua que supone, por un lado, un apoyo hacia la compañía española Iberia y, por otro, unas importantes ventajas para el conjunto del empresariado malagueño que participa en las misiones comerciales que anualmente organiza la Corporación cameral dentro de su Plan Internacional de Promoción.

Las buenas relaciones existentes entre Iberia y la Cámara de Málaga vienen manteniéndose desde hace años y, ahora, una vez más, se vuelve a consolidar con este acuerdo que se ha firmado entre ambas entidades.

## Proceso electoral de la Cámara

### Hasta el próximo 12 de junio, podrán las empresas consultar el censo electoral



La Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Provincia de Málaga, en cumplimiento de lo dispuesto en la autorización del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, de fecha 29 de marzo, y conforme a lo establecido por la Dirección General de Comercio de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de la Junta de Andalucía, desde el pasado día 16 de mayo actual y hasta el día 12 de junio próximo, estará expuesto el censo electoral en la sede de la Cámara, sita en calle Cortina del Muelle, número 23 (Palacio de Villalcázar), de Málaga.

Igualmente, el citado censo electoral podrá ser consultado en la página Web de esta Corporación: [www.camaramalaga.com](http://www.camaramalaga.com); en ordenador situado a tal efecto en la sede cameral antes citada, o en la Secretaría General de la misma.



De izquierda a derecha, José Montiel, María Victoria Vilaseca, Juan Cobalea, Sergio Cuberos, Jerónimo Pérez, José Luis Bonet, Antonia Ruiz y Juan José Vallejo.

Visita del presidente de la Cámara de Comercio de España a Málaga

## José Luis Bonet, se interesa por la marcha de la economía y el nivel de digitalización de las pymes malagueñas

El presidente de la Cámara de Comercio de España, José Luis Bonet, mantuvo el pasado día 22 de abril, una reunión con el presidente de la Cámara de Málaga, Jerónimo Pérez Casero, y miembros del Comité Ejecutivo de la misma, en la sede cameral del Palacio de Villalcázar.

Durante este encuentro, el señor Bonet se interesó por la marcha de la economía malagueña, especialmente por la actual situación de las infraestructuras a nivel provincial, así como por diversos sectores como el turístico y el comercial, además de querer conocer la realidad de las empresas malagueñas en cuanto a innovación y digitalización, ya que en estos momentos es el gran reto de las pymes de nuestro país.

Defendió que, actualmente, el conjunto de Cámaras de Comercio existentes en España deben incidir y prestar sus servicios hacia tres grandes prioridades que tienen las pequeñas y medianas empresas, como son la digitalización, la internacionalización y la formación.

Por ello, José Luis Bonet, destacó la importancia de la acción cameral para ayudar y favorecer la competitividad de las empresas, aprovechando para ello la vertebración e implantación de la actual red de Cámaras de Comercio a nivel nacional para alcanzar estos objetivos, defendiendo el importante papel que estas instituciones están jugando para contribuir a que España no se quede atrás en la que ya se denomina la cuarta revolución industrial.

De esta forma, y como ha reiterado en diversas ocasiones el señor Bonet, las Cámaras de Comercio han de ser un agente esencial en el progreso y la modernización de España, a través de la digitalización, la internacionalización y la formación, prestando una atención muy concreta en este último aspecto, a la Formación Profesional, para que las empresas puedan contar con profesionales debidamente cualificados, vinculando el sistema educativo con las competencias reales que las empresas demandan.

# La CAEA renueva su Junta Directiva y elige por unanimidad a Virginia González como presidenta



Desde la izquierda: Jorge Romero, tesorero (Mercadona); Mabel Díaz, vicepresidenta (Cash Lepe-El Jamón); Francisco de la Torre, alcalde de Málaga; Virginia González Lucena, presidenta (Grupo DIAN); María del Mar Martín, teniente alcalde y delegada Economía Ayuntamiento de Málaga; Sergio Cuberos, secretario general (Maskom), y Manuel Cardoso, vocal de Perfumería (Aromas).

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) celebró el pasado día 11 de abril, en la sede de la Cámara de Comercio de Málaga, su Asamblea General Ordinaria y Electoral, renovando su Junta Directiva y eligiendo por unanimidad nueva presidenta de la organización a Virginia González Lucena, tras la finalización del mandato de cuatro años de los cargos directivos designados en abril de 2015. El acto de toma de posesión estuvo presidido por el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, junto al presidente de Honor de CAEA, Manuel Barea, y a la nueva presidenta, Virginia González Lucena.

La Asamblea de CAEA eligió también por unanimidad a todos los miembros de la Junta Directiva de la Confederación, en una candidatura única de consenso, integrada por 18 vocales de las empresas asociadas del sector de la distribución comercial de alimentación y perfumería, entre los que se encuentra el secretario general, Sergio Cuberos Lara, que, a su vez, es el vicepresidente primero de la Cámara de Comercio de Málaga.

La presidenta ejecutiva del Grupo Dian, Virginia González Lucena, que sucede en el cargo a Luis Osuna, manifestó que es “un honor, una responsabilidad y un reto personal presidir la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería, y lo hago

poniendo en valor el compromiso, mío como persona, de toda la Asamblea y Junta Directiva muy implicada con la Confederación y con el mundo organizativo empresarial, a través de la CEA y de ASEDAS, y también del sector de la distribución comercial de alimentación y perfumería con el desarrollo social y económico de Andalucía”.

Por su parte, el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, felicitó a la nueva presidenta de CAEA y declaró que el sector de la distribución comercial de alimentación y perfumería en Andalucía “tiene un peso específico muy superior a la media en España, un sector muy dinámico, con mucha fuerza y muy intensivo en creación y mantenimiento del empleo, con más de 44.000 empleados en nuestra Comunidad Autónoma. Asimismo, es un sector muy competitivo, con precios por debajo de la media europea, comprometido además desde el punto de vista de la responsabilidad social empresarial”, concluyó el alcalde de Málaga.

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) está integrada por 28 grupos empresariales mayoristas y minoristas del sector comercial de distribución de alimentación y perfumería, supermercados de proximidad y formatos cash en Andalucía.

# Más de 50 empresas exploran en unas jornadas del ICEX en Málaga las oportunidades de negocio en Japón

La dirección provincial en Málaga de la Secretaría de Estado de Comercio ha organizado, junto con la Cámara de Comercio de Málaga, la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM), la Embajada de Japón en España y la Japan External Trade Organization (JETRO), una jornada para informar a las empresas de la provincia de las oportunidades de negocio que ofrece el mercado nipón tras la entrada en vigor del acuerdo comercial Unión Europea-Japón.

Durante la jornada, que se ha desarrollado en la sede de la Cámara de Comercio, con la asistencia de más de cincuenta empresas, se han presentado las características y las consecuencias sobre el comercio de bienes y servicios del acuerdo comercial firmado entre Japón y la Unión Europea que entró en vigor el pasado 1 de febrero de 2019. Además, se han analizado las oportunidades de negocio que ofrece este mercado.

Las exportaciones malagueñas de bienes a Japón se han multiplicado por tres en la última década si bien se encuentran muy concentradas en la venta de aceite de oliva y productos cárnicos existiendo oportunidades en sectores como bebidas, productos farmacéuticos, aparatos ópticos, prendas de vestir, servicios tecnológicos y de energía.

En la apertura han intervenido Jerónimo Pérez-Casero, presidente de la Cámara de Comercio de Málaga, Natalia Sánchez, vicepresidenta ejecutiva de la CEM, Takahiro Yamada, primer secretario y consejero económico de la Embajada de Japón en España y José Luis Káiser, director general de política comercial y competitividad del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. En sus intervenciones, han señalado el potencial que ofrece el mercado japonés para las empresas malagueñas y cómo la existencia de un acuerdo comercial entre la UE y Japón puede facilitar la puesta en marcha de negocios entre España y Japón.

Por otro lado, José Luis Káiser ha realizado la ponencia inaugural en la que ha presentado el contenido del acuerdo comercial y los beneficios que puede tener sobre las exportaciones de bienes y servicios españoles.

Posteriormente, se ha analizado Japón como mercado, indicando cuáles eran los principales sectores de interés y abordando la forma de hacer negocios con los empresarios japoneses. Para ello, se ha contado con la intervención del director general de Jetro en España, Tatsuya Kato y con la consejera jefe de la Oficina económica y comercial de España en Tokio, María del Coriseo González-Izquierdo que se conectó por videoconferencia.

También se ha celebrado una mesa redonda, moderada por Rafael Fuentes-Candau, director provincial de comercio y del ICEX en Málaga, en la que se ha recogido la experiencia empresarial de tres empresas malagueñas con actividad en Japón. Concretamente, han participado Blanca Hermana, directora



general de Fujitsu Ten España, Carlos Sanjuán, director general de Euronutra y Pablo Tapia, fundador y CTO de TUPL.

En el acto de clausura, María Gámez, subdelegada del Gobierno en Málaga, se ha felicitado por la elección de esta ciudad para la celebración de la jornada y ha animado a las empresas malagueñas a explorar las oportunidades de negocio que existen en Japón.

Al acto, han asistido más de 50 empresas de todos los sectores, así como asociaciones de empresas y organismos, que han planteado sus dudas y comentarios sobre las cuestiones tratadas en la jornada.





## Más de ochenta miembros de la Federación Europea de Centros Educativos se reúnen en la Cámara

Los miembros de la Federación Europea de Centros Educativos que celebraron el pasado mes en nuestra ciudad su Asamblea General anual, efectuaron una visita a la sede del Palacio del Palacio de Villcázar de la Cámara de Comercio de Málaga.

Concretamente, más de ochenta miembros de esta Federación, encabezados por su presidenta, Claude Vivier, fueron recibidos por el secretario general de la Cámara, José María Gómez Pretel, quien les dio la bienvenida y presentó los diferentes servicios que presta la institucional cameral, mostrándose especialmente interesados por los principales sectores productivos de nuestra provincia, turismo, agroalimentario o tecnológico, así como por las colonias de ciudadanos extranjeros residentes en la provincia, recibiendo una amplia información por parte de los técnicos de la Cámara.

La Federación Europea de Centros Educativos, que organiza cada año su asamblea general en una ciudad distinta a nivel internacional, está integrada por una red de casi 500 centros de enseñanza superior profesional que comparten un proyecto común de exigencia y calidad, estando presente en treinta y cinco países, impulsando un modelo de progreso en el campo de la educación.

Se trata de una organización sin ánimo de lucro, que busca garantizar los derechos humanos, la libertad de enseñanza y el diálogo entre culturas, teniendo entre sus fines la salvaguarda y promoción del patrimonio pedagógico europeo y los valores de la educación independiente, oponiéndose a cualquier discriminación de la educación, impulsando los repartos de experiencias y programas.



**Formación  
Profesional  
Dual en  
la Empresa**

Las Cámaras de Comercio ayudan a las empresas a participar en la **Formación Profesional Dual** con garantías de calidad.

Para más información acude a la **Cámara de Comercio de Málaga**.

[www.camaramalaga.com](http://www.camaramalaga.com)

Por una  
formación  
y un empleo  
de calidad

# El Grupo JTB, principal operador turístico japonés, seducido por la tecnología “Made in Costa del Sol”

JBÍ, la división de innovación del Grupo JTB, principal operador turístico de Japón, confirma su interés, a través de un acuerdo de colaboración, por las soluciones tecnológicas de la empresa malagueña Paraty Tech, cuya actividad se centra en potenciar la venta directa de hoteles, cadenas hoteleras y otros establecimientos turísticos. Tras meses de negociaciones, JBÍ pasará a distribuir en exclusiva en el mercado nipón las soluciones de la tecnológica con sede en Torremolinos: motor de reservas y herramientas de revenue management, entre las que destacan Price Seeker y Rate Check.

Paraty Tech entró en contacto con el Grupo JTB en junio de 2018, de la mano de las misiones comerciales organizadas por la Cámara de Comercio de Málaga, junto a la Oficina Española de Turismo en Tokio, y cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional, destinadas a difundir y favorecer la exportación a otros mercados estratégicos todo el potencial tecnológico nacional y, más en concreto, de nuestra provincia.

Ya en ese momento, el Grupo JTB manifestó su admiración por el modelo español de desarrollo turístico, del que confesaron tener mucho que aprender, haciendo especial énfasis en la innegable aportación de la tecnología a tal causa. Inmersos en un, casi obligado, proceso generalizado de digitalización, dejaron constancia de su deseo de interiorizar dicho modelo, con la intención de adaptarlo para replicarlo en su país, siempre con el objetivo prioritario de mejorar su capacidad para despertar el interés por Japón de un cada vez mayor número de turistas.

No en vano, de acuerdo a la estimación más reciente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, España ocupa el segundo puesto en el ranking mundial, solo por detrás de Francia, con un total de 82,6 millones de turistas internacionales recibidos en 2018, lo que supone un incremento del 0,9% con respecto al año anterior. La tercera posición correspondería a Estados Unidos.

En el seno de unas comunicaciones que no han cesado desde entonces, el pasado mes de marzo de 2019, Kanko Keizai Shimbun, la cabecera de mayor relevancia del tejido empresarial turístico japonés, se hacía eco del seminario organizado por JBÍ en el Tokyo Intl. Forum, que reunió a más de 130 cargos directivos de establecimientos hoteleros nipones. El evento contó con la presencia destacada de Gina Matheis, CEO de Paraty Tech, quien además de formar parte de la mesa de debate “How accommodation business change post



2020 to 2030”, lideró la ponencia “Tourism and Tech Trends: past, present and future”, que supuso todo un recorrido por la situación actual de la venta directa hotelera en Europa, y un minucioso análisis centrado en la importante contribución de las reservas directas online al papel protagonista de España en el panorama turístico mundial.

**El primer contacto entre Paraty Tech, empresa tecnológica enfocada hacia el sector hotelero ubicada en Torremolinos, y JTB Business Innovators, Corp. (JBÍ), división de innovación del Grupo JTB, se produce en junio de 2018, gracias a la participación en una misión comercial de la Cámara de Comercio de Málaga a Japón.**

**Fascinados por el extraordinario poder de atracción de nuestro país, afirman ver en España un referente turístico de cuyo modelo entienden que tienen mucho que aprender.**

**De acuerdo a la estimación más reciente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, España recibió en 2018 un total de 82,6 millones de turistas internacionales, un 0,9% más que el año anterior, ascendiendo hasta la segunda posición en el ranking mundial, sólo por detrás de Francia.**

## Málaga en MIPIM, el mercado inmobiliario líder mundial



Del 11 al 14 de marzo pasado, cinco empresas malagueñas participaron en la convocatoria de la Cámara destinada a la feria “Mercado Internacional de los Profesionales en Inmuebles (MIPIM en sus siglas en francés), desarrollada en la ciudad francesa de Cannes.

En esta edición han participado las siguientes empresas malagueñas: INTARC HOUSING COMMERCIAL PROJECTS, S.L.; JOSE ENRIQUE TENA, S.L. (MAQUETAS TECH); JUST 3D, S.L. (JET COMMUNICATION); KINOS PARTNER, S.L., y, KINOS VEGA, S.L.

MIPIM, que en esta 30ª edición ha recibido la visita de 26.000 participantes y han expuesto 3.350 empresas de más de 100 países, es el principal evento inmobiliario, donde se reúnen los operadores más influyentes de todos los sectores de la industria inmobiliaria internacional, durante cuatro días de trabajo en red, aprendizaje y transacción.

La ciudad de Málaga mantiene una representación importante en esta feria internacional con un stand del Ayuntamiento de Málaga, ubicado dentro del Pabellón Español.

Establecida en 1990, en MIPIM se dan cita los actores inmobiliarios internacionales más influyentes de los sectores de la oficina, residencial, minorista, salud, deporte, logística e industrial.

## Misión Comercial de la Cámara a Sultanato de Omán y Emiratos Árabes Unidos



Organizada por la Cámara de Comercio de Málaga, entre el 5 y el 12 de abril, se ha desarrollado una misión comercial a los países de Oriente Medio del Sultanato de Omán y Emiratos Árabes Unidos, en la que han participado cuatro empresas de diversos sectores.

En esta acción promocional, que se enmarcan dentro del Plan Internacional de Promoción de la Cámara, y cuenta con cofinanciación de los Fondos Europeos de Desarrollo Regional de la Unión Europea, participaron las empresas: GESTION 360, S.L. (arquitectura y construcción); APOGEA CONSULTORES, S.L. (ingeniería y servicios de arquitectura); PARATY HOTELES, S.L. (tecnología, hostelería, turismo) y DEL PASO SOLAR, S.L. (fabricación de equipos termosolares).

Gracias a esta misión comercial, las empresas han tenido la oportunidad de conocer de primera mano estos mercados, así como de presentar los productos y servicios que ofrecen a las empresas locales, mediante



agendas de negocios que mayoritariamente han sido organizadas por las Oficinas Económicas y Comerciales de España en Mascate y Dubai.

Igualmente, la delegación malagueña fue recibida por el embajador de España en el Sultanato de Omán, José Antonio Bordallo Huidobro, quien efectuó una detallada presentación de la economía local.

Se trata de importantes mercados donde existen muy buenas oportunidades para las empresas malagueñas, aunque, por la experiencia de ocasiones anteriores, se requiere de una gran inversión en tiempo e insistencia, dado el nivel de exigencia de las empresas y clientes locales.

Algunos de las recomendaciones de estas oficinas comerciales a las empresas participantes, han sido: posicionar los productos en un segmento medio-alto, presentar referencias de otras ventas en países de la zona o estar muy presentes en el mercado con viajes cada dos o tres meses.

# Promoción de editoriales malagueñas en la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires

El 27 de abril finalizaba la misión comercial organizada por la Cámara de Comercio de Málaga que, desde el pasado día 23 de abril, ha participado en la 45ª Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, considerada como el evento más importante del sector editorial en esta región.

En esta acción promocional, que se enmarca dentro del Plan Internacional de Promoción de la Cámara para 2019 y que cuenta con cofinanciación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional de la Unión Europea, han sido seis las editoriales malagueñas que han desplazado a sus representantes hasta la misma, concretamente Argual, S.L.; Bibliomanager, S.L.; Ediciones Daly, S.L.; Espacio Formación, S.L., Innovación y Cualificación, S.L. e Interconsulting Bureau, S.L., la mayoría de ellas ubicadas dentro del Pabellón Español.

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

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



La Feria del Libro de Buenos Aires, que se inauguró el pasado día 25 de abril, y ha permanecido abierta hasta el 13 de mayo, ha llevado a cabo una intensa actividad en estos días, en los que reunió profesionales del libro, organismos e instituciones públicas de ámbito internacional, centros educativos, además de doce mil participantes en las jornadas profesionales que tienen lugar paralelamente.

# Cámara

Málaga



## Comercio Exterior y Turismo



UNIÓN EUROPEA

### PLAN INTERNACIONAL DE PROMOCIÓN 2019

**El más completo apoyo para internacionalizar tu empresa:**

Nuevas Misiones Comerciales  
Información y documentación  
Cursos y jornadas  
Programas internacionales



Fondo Europeo de Desarrollo Regional  
**Una manera de hacer Europa**

**[www.camaramalaga.com](http://www.camaramalaga.com)**

# Éxito de la V Feria de Empleo celebrada en la Escuela de Ingenierías Industriales de la UMA



Estudiantes y egresados de la Universidad de Málaga han tenido la oportunidad de conocer las posibilidades laborales que ofertaban unas setenta empresas y entidades que se han dado cita en la V Feria de Empleo de la UMA, celebrada entre el 7 y el 8 de mayo, en la Escuela de Ingenierías Industriales de Málaga.

En el acto de inauguración estuvieron presentes, entre otras personalidades, el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, la delegada territorial de Empleo, Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de la Junta de Andalucía, Carmen Sánchez, el rector magnífico de la Universidad de Málaga, José Ángel Narváez, y el presidente de la Cámara de Comercio de Málaga, Jerónimo Pérez Casero.

Tras el éxito de anteriores ediciones, la Feria ha desplegado una amplia oferta con intención de que los jóvenes universitarios puedan optar a ofertas de trabajo y realizar prácticas en empresas, obteniendo una magnífica acogida por parte de los alumnos.

En esta edición se han lanzado la plataforma Talentank, un portal de empleo que se basa no sólo en el currículum del aspirante, sino también en el talento y las competencias de los usuarios (alumnos y titulados de la Universidad de Málaga) para la búsqueda de empleo.

La organización de la Feria corre a cargo del Vicerrectorado de Innovación Social y Emprendimiento, a través del Servicio de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo, con un programa que recoge talleres para la búsqueda de empleo (Elevator Pitch o el arte de presentarse; Claves para un currículum 10 y Entrevista de Trabajo), además de presentaciones de muchas de las empresas participantes y charlas y conferencias relacionadas con la formación y el empleo.

A todo ello hay que unir la presencia de los responsables de las instituciones y empresas participantes, que han atendido en sus respectivos stands a los alumnos y titulados que se acercan a la Feria en busca de una oportunidad profesional.

En este sentido, la Cámara de Comercio de Málaga contó con un stand donde se informó a los numerosos jóvenes que acercaron hasta el mismo, sobre alguno de los programas que desarrolla la misma, como el Programa Integral de Cualificación y Empleo, planes de emprendimiento, los Viveros de Empresas de la Cámara, así como la intermediación laboral de la Agencia de Colocación, o la amplia oferta formativa empresarial de la Escuela de Negocios.

Con la celebración de estas jornadas, la Universidad mantiene su compromiso de facilitar la empleabilidad de sus alumnos con una iniciativa que posibilita el contacto directo de los interesados con el mercado laboral.



Un momento de la visita de las autoridades al stand de la Cámara en la Feria de Empleo.



Muchos jóvenes se acercaron hasta el stand de la Cámara para recabar información.

# La AEPD y Adigital presentan las novedades de la Lista Robinson para la protección de datos

**Para las empresas, ofrece un nuevo sistema de consulta más fácil de utilizar y más seguro, sin coste para pymes y autónomos hasta los 30.000 registros al año.**

La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) y la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) han presentado las novedades de la Lista Robinson, el servicio de exclusión publicitaria creado por Adigital para proteger los datos personales de los ciudadanos y facilitar a las empresas el cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y la nueva Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales (LOPDGDD).

Durante la presentación, se abordaron los supuestos y condiciones en los que la normativa establece como obligatoria y necesaria la consulta de los sistemas de exclusión publicitaria para las empresas. Así lo establece la nueva LOPDGDD en su artículo 23: las empresas que pretenden realizar comunicaciones de mercadotecnia directa deben consultar los sistemas de exclusión publicitaria previamente, excluyendo así de sus comunicaciones los datos de los afectados que hubieran manifestado su oposición o negativa a las mismas. No será necesario realizar la consulta cuando el afectado haya prestado su consentimiento expreso a la empresa en cuestión para recibir la comunicación.

Evitar la recepción de publicidad no deseada es uno de los temas que se plantean con mayor frecuencia ante la Agencia, y uno de los derechos más relevantes para ello es el ejercicio del derecho de oposición. Por ello, la página web de la AEPD dispone de un espacio específico en el que se ofrecen recomendaciones sobre los pasos que se pueden dar para dejar de recibirla. “La AEPD promueve que los ciudadanos se inscriban en la Lista Robinson ya que permite no tener que oponerse a la recepción de publicidad no deseada caso por caso sino inscribirse en un sistema y seleccionar, con un solo acto, todos los canales por los que no desea recibir publicidad, además de las novedades específicas que se presentan hoy”, ha afirmado durante la presentación la directora de la AEPD, Mar España.

## **Novedades para empresas y ciudadanía**

Durante la presentación Adigital hizo un repaso de las principales novedades técnicas y de funcionamiento del Servicio de Lista Robinson.

Si bien Adigital ya introdujo el año pasado su nueva plataforma web -con una interfaz más moderna, sencilla y accesible para los usuarios-, la organización introduce ahora una nueva funcionalidad: la posibilidad de que los ciudadanos limiten la recepción de publicidad de forma gratuita no solo por canales (teléfono, SMS, email o postal), como ya ocurría, sino también por sectores publicitarios. A esto se une un nuevo servicio de gestión de reclamaciones de los usuarios.



En lo que se refiere a las empresas, los cambios tienen que ver con el sistema de consulta de la Lista Robinson. A través de una nueva API, esta se vuelve más sencilla y eficaz, algo que beneficia sobre todo a las pymes y micropymes. Además, el proceso de cifrado y pseudonimización de datos mejorado la hace más segura.

“Hemos introducido estas nuevas soluciones pensando en todas las empresas, especialmente en las pymes, que son las que suelen tener menos recursos y encontrar más dificultades para ajustarse a la normativa”, explicó José Luis Zimmermann, director general de Adigital durante la presentación. “En este caso, hemos desarrollado una herramienta que les permite tratar y normalizar los datos de los clientes a los que quieren dirigir sus comunicaciones publicitarias para agilizar la consulta de la Lista Robinson”. De este modo, el Servicio de Lista Robinson indica fácil y rápidamente a quién puede y no puede enviar su publicidad sin tener que realizar costosos desarrollos externos o inversiones económicas. De hecho, el servicio no tiene coste para pymes y autónomos hasta 30.000 registros consultados al año.

## **25 años al servicio de la protección de datos**

La Lista Robinson, que nació en 1993 como una herramienta de autorregulación que permitía a los usuarios oponerse al envío de publicidad, ya cuenta con más de 850.000 registrados. Las últimas cifras de Adigital, determinan que en 2017 se dieron de alta casi 60.000 usuarios, mientras que en 2018 se superaron los 250.000, un 400% más que en el año anterior.



## Veinte años de logros, y algunos proyectos pendientes

El dinamismo de Málaga, que la hace ser la capital económica de Andalucía, debe aparejar un modelo de desarrollo económico para la ciudad y provincia en el que se contemple un verdadero impulso comercial, industrial, turístico, cultural, financiero, etc., y disponer, acorde a ello, de un conjunto de infraestructuras que aporten soluciones para la consoli-

dación económica y que, además, permitan la expansión del desarrollo futuro.

En los últimos años, Málaga, capital y provincia, ha experimentado unas grandes mejoras en todo tipo de infraestructuras y equipamientos, fruto del esfuerzo y del trabajo realizado por nuestras Administraciones Públicas y nuestras empresas, pero, la realidad presente nos hace ver lo imprescindible de continuar con nuevas y mayores inversiones aprovechando el final de la crisis.

Los pasados veinte años han sido realmente positivos en la creación y puesta en marcha de equipamientos: la llegada del AVE, la nueva Estación “María Zambrano”, el soterramiento de las vías del ferrocarril, la ampliación del Aeropuerto de “Málaga-Costa del Sol” y la entrada en servicio de la segunda pista, la culminación de la autovía Málaga-Almería, la entrada en servicio de la autopista de Las Pedrizas, las rondas de circunvalación ejecutadas, el Plan Especial del Puerto con los nuevos muelles, la Estación Marítima y el impulso del sector cruceros, la creación de importantes museos en la ciudad como el Picasso, el de Málaga, el Carmen-Thyssen, la ampliación de la planta hotelera de la ciudad, etc.

Hasta aquí, todo magnífico. Veinte o más años de un salto cuantitativo y cualitativo digno de elogio y de estar orgullosos por lo conseguido, pero, creo que todos sabemos que no es suficiente. Hemos de ser conscientes y, poniendo la vista en el futuro, dar soluciones a lo pendiente y plantear nuevos proyectos realistas que, de verdad, creen riqueza y empleo.

Precisamente, el diario “La Opinión de Málaga”, al que aprovecho para expresar en nombre de la Cámara de Comercio de Málaga nuestra más sincera felicitación por su XX aniversario y destacada presencia informativa, organizó hace unos días un foro en el que tuve el honor de participar, dedicado a la situación de los grandes proyectos pendientes en nuestra ciudad y provincia, donde se trataron y quedó patente, la obligación de continuar aunando esfuerzos entre Administraciones Públicas y sector privado para dar solución a temas que se llevan reivindicando desde hace más de dos décadas.

Un foro, que nos permitió, desde distintos tipos de enfoque, exponer y comentar las diferentes carencias y problemas que tiene nuestra provincia, para hacer hincapié ante las Administraciones de la necesidad de abordar con rigor, acometer y culminar lo antes posible, aquellos proyec-

tos que nos faciliten seguir siendo un referente internacional, sobre todo ante las prioridades que plantea la industria turística provincial.

Y es que, hay destinos turísticos que nos pisan los talones y nos ganan terreno. No solo el Brexit es un problema a corto o medio plazo. Nuestra industria turística debe continuar innovándose y presentar una oferta de calidad más competitiva para seguir atrayendo turistas de múltiples destinos, pero, para ello, se ha de prestar más atención y ayudas desde las Administraciones, lo que conlleva la realización de nuevas infraestructuras y equipamientos, así, como la resolución de todos esos viejos incumplimientos que precisan de una pronta solución.

Entre esas actuaciones pendientes de acometer o terminar, podríamos destacar, para la ciudad, un plan para el Guadalmedina, la mejora de los accesos al Parque Tecnológico, los problemas que sufren los polígonos industriales, la terminación del Metro, la rehabilitación y ordenación del Centro Histórico, la dinamización de los mercados municipales, o la construcción, en un lugar adecuado, de un Auditorio para la ciudad. Por su parte, a nivel provincial, dar solución al tema del abastecimiento de aguas, así como al grave problema del saneamiento integral, que tanto afecta a la calidad de nuestro producto turístico, sin olvidarnos de la creación del tren litoral, al menos, hasta el Campo de Gibraltar, así como la mejora de la conexión del ferrocarril al Puerto de Málaga.

En cuanto a esta última infraestructura, me gustaría indicar que nuestro Puerto, esa zona de la ciudad que queda al borde del mar, no solo ha de servir como zona de tráfico turístico, esparcimiento y ocio, cosa que está fenomenal, sino que, históricamente, ha tenido un uso y un servicio para el comercio de los productos de nuestra tierra, que no puede quedar de lado.

De su más adecuada conceptualización como elemento dinamizador de nuestro comercio, nuestra industria y de nuestras exportaciones, ha de servir igualmente para lo que fue creado, para el tránsito de mercancías y personas.

En síntesis, creo que Málaga comienza a vivir un mejor momento y que ha de ser aprovechado para avanzar en beneficio de todo el conjunto de la economía y la sociedad de nuestra provincia. El progreso de esta tierra va a depender de todos y cada uno de los proyectos que seamos capaces de sacar adelante, por supuesto, de forma aunada, administraciones, empresas y ciudadanos, lo que redundará en calidad, bienestar, empleo y riqueza para todos los que vivimos en esta hermosa tierra.

**Jerónimo Pérez Casero**

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

*Artículo publicado en la edición especial con ocasión del XX Aniversario del diario “La Opinión de Málaga”.*