



vida económica

LA REVISTA EMPRESARIAL DE MÁLAGA

SI PUDIERA VOLVER ATRÁS...

13 EMPRESARIOS MALAGUEÑOS NOS
ABREN LA PUERTA DE SU TRAYECTORIA

START



INMOBILIARIO

La vivienda entra en alarma: el sector exige soluciones urgentes.

BRUNCHIT

Lydia Nieto, la visionaria que lidera la revolución del brunch español.

COMERCIO EXTERIOR

Torsa impulsa su expansión internacional tecnológica.



VIVE COSTA DEL SOL



visitacostadelsol.com



Diputación Provincial
de Málaga



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

NOVIEMBRE Nº 125



EDITA **PUBLICACIONES AVI S.L.**

DIRECTOR **DAVID DELGADO**
ddelgado@vidaeconomica.com

REDACCIÓN Y TRIBUNA **JOSÉ CABELLO**
JOSÉ LUIS NAVAS
FRANCISCO J. GARCÍA
JOSÉ MIGUEL MÉNDEZ
ANTONIO CARACUEL
redaccion@vidaeconomica.com

SUSCRIPCIÓN Y ADMÓN. **TERESA LLORENTE**
suscripcion@vidaeconomica.com
administracion@vidaeconomica.com

FOTOGRAFÍA E ILUSTRACIONES **ARCHIVO VE**
AGENCIA PUNTOPRESS
FREEPIK

PUBLICIDAD **FERNANDO MORALES**
publicidad@vidaeconomica.com

TIRADA **8.000 EJEMPLARES**
C/ Linaje 3. Portal 5, 4º-3. 29001
Málaga. Tel. 952 22 35 83.
Imprime: Monterreina.
Distribuye: Correos.
Depósito legal: MA-794-2011

vida económica

Esta revista no comparte necesariamente la opinión de sus colaboradores. Se autoriza la reproducción total o parcial de los textos que contiene esta publicación, con excepción de las firmas invitadas, siempre que se cite a la revista Vida Económica como fuente.

**NO PARAR**

DAVID DELGADO. DIRECTOR

ddelgado@vidaeconomica.com

Llamar a la puerta de los recuerdos de las personas no es fácil. Más aún si el portero al que se toca es el de un empresario con sus errores, aciertos y soledades. Este mes reunimos a trece emprendedores con sólida trayectoria para preguntarles por mucho más que por sus fríos números. Dicen que no delegar, equivocarse de socio, no invertir lo suficiente, subestimar la formación o, incluso, descuidarse a uno mismo da paso a un valioso aprendizaje y a vivir momentos que, a juzgar por el entusiasmo que desprende cada uno de ellos, bien merecen la pena. El 'atrás' del título del reportaje sólo sirve de impulso para estos líderes. No hay rastro de arrepentimiento ni culpa. No se fustigan por los errores, sino que sitúan la meta en el propio camino y en todas las satisfacciones que encuentran mientras se recorre. Lo importante es "no parar", atestigua uno de ellos.

En páginas centrales charlamos con un soñador. Domingo Merlín también mira atrás, a una carrera internacional de 25 años. Pero, sobre todo, hacia adelante para soñar sin parar y convertir la fantasía en proyectos reales. Junto a Antonio Banderas ha dado forma a SOHRLIN Andalucía, un ambicioso proyecto que va mucho más allá de un espacio escénico. Aúna formación, creación, producción y exhibición, con una clara vocación de transformar Málaga en polo cultural de referencia. Aquí se forman los oficios invisibles del espectáculo, aquellos que casi nunca se llevan la ovación: iluminadores, regidores, técnicos de sonido, escenografía... Aquí se crean propuestas propias como 'Imagine, el camino hacia los sueños' y se impulsa una nueva manera de entender el entretenimiento cultural.

En el habitual dossier inmobiliario algunos de los principales agentes del sector nos muestran su propuesta. La vivienda atraviesa un momento de alarma social. La falta de suelo finalista y los trámites interminables dibujan un escenario crítico: urge movilizar suelo, agilizar licencias, reforzar la seguridad jurídica y generar infraestructuras que permitan más oferta y precios razonables. Sin capital ni previsibilidad, el mercado se asfixia y queda desatendida una demanda que crece. Sin Parar.

DATOS DE DISTRIBUCIÓN. Nº125

La edición nº125 de la revista Vida Económica se ha distribuido por correo postal de forma personalizada a 8.000 empresas, instituciones y organismos, de los cuales:

MÁLAGA CAPITAL	4.320	AXARQUÍA	410
ZONA OCCIDENTAL	2.075	RESTO MÁLAGA	355
COMARCA ANTEQUERA	610	OTRAS PROVINCIAS	410

TIRADA TOTAL **8.000**

(Nº de ejemplares distribuidos)

06

BITÁCORA

Nombres propios, índices, claves y protagonistas.

22

ACTUALIDAD

Repaso a la actualidad económica de Málaga y Andalucía del último mes.

32

ESTILO DIRECTO

Domingo Merlín, el mago malagueño que soñó sin límites nos abre el universo SOHRLIN Andalucía: cultura, técnica, espectáculo y una caja creativa con un encanto irresistible.

12

EN PORTADA SI PUDIERA VOLVER ATRÁS...

Trece empresarios malagueños confiesan, ríen, aprenden y miran atrás con honestidad. Humor y lecciones que inspiraron sus decisiones pasadas y alumbran los caminos futuros.



36

EMPRESAS

Lo más destacado de las empresas de la provincia.



48

EXTERIOR TOSA SOLUCIONES

La empresa industrial malagueña impulsa su crecimiento exterior con expansión constante en Latinoamérica, Sudáfrica y Oriente Medio.



50 EMPRENDER WOW COFFEE

De mano de dos jóvenes emprendedores llega a Málaga un concepto inspirado en cafeterías coreanas, apostando por sabores diferentes y originales.



52 INMOBILIARIO UN SECTOR EN FASE DE ALARMA

En este dossier especial sobre el sector inmobiliario se da a conocer la variada tipología de producto y servicios auxiliares de un sector capital en la Costa del Sol.



...Y cada día, en
vidaeconomica.com



APUNTES

Opinión y utilidad en Vida Económica y vidaeconomica.com



FRANCISCO JAVIER PÉREZ.

Partner en teamOn Corporate Finance. M&A, UN UNIVERSO COMPLEJO. (PG. 9)



JOSÉ MIGUEL MÉNDEZ PADILLA.

Director de Méndez Padilla Abogados. "SEGUNDA OPORTUNIDAD" PARA LA "LEY DE LA SEGUNDA OPORTUNIDAD". (PG. 27)



ANTONIO CARACUEL.

Socio director Caracuel Abogados. RÉCORD EN CONSTRUCCION DE VIVIENDAS VERSUS DEFECTOS EN LA CONSTRUCCIÓN (PG. 41)

74

GASTRONOMÍA

Jose Cabello, miembro de la Academia Andaluza de Gastronomía y Turismo, nos acerca el buen producto de la cocina malagueña.



78

GRAN ANGULAR

Repaso gráfico a los eventos socioempresariales más destacados del último mes en Málaga.



82

ÚLTIMA

Conversamos con **José Luis Ramos**, cónsul honorario de Rumanía y recientemente nombrado decano del Cuerpo Consular de Málaga.



NOMBRES PROPIOS

**FRANCISCO J. JIMÉNEZ**

El Círculo Empresarial de Málaga ha ratificado la continuidad de Francisco J. Jiménez Badía como presidente de la entidad, tras obtener el respaldo del 82% de los votos en la Asamblea General celebrada el pasado 30 de octubre.

**JAVIER FRIERIA**

Anantara Villa Padierna Palace Benahavís Marbella Resort ha nombrado a Javier Frieria Acebal nuevo director general, iniciando una etapa enfocada en la excelencia, la innovación y el liderazgo en el turismo de lujo en la Costa del Sol.

**SALVADOR MOLINA**

HM Hospitales ha designado al Dr. Salvador Molina jefe del Servicio de Oftalmología en Málaga, fortaleciendo su apuesta por la oftalmología avanzada, la innovación tecnológica y la excelencia clínica en la atención sanitaria especializada de la Costa del Sol.

**SARA ROBLES**

La doctora Sara Robles, decana de la Facultad de Filosofía y Letras, ha sido elegida presidenta de la Asociación de Decanatos de Artes y Humanidades (ADEAH). Su propósito es coordinar, defender y visibilizar los estudios de artes y humanidades, promoviendo su valor académico, social y cultural.

**MARI CARMEN AGUAYO**

La catedrática Mari Carmen Aguayo, directora del Instituto TELMA (Instituto de Investigación en Telecomunicación de la UMA), ha sido nombrada asesora experta del Sandbox IA, el primer entorno controlado de pruebas de la UE destinado a aplicar el Reglamento Europeo de IA.

LA GRÁFICA

**+ TRANSFORMACIÓN DIGITAL****Solo el 40% de las pymes españolas ha adoptado la factura electrónica**

A poco más de un año de la plena aplicación de la Ley Crea y Crece, solo el 40% de las pymes españolas ha implementado la factura electrónica, según el II Informe de Pymes y Autónomos de España elaborado por Hiscox. Por tamaño, las pymes lideran la digitalización con un 63%, seguidas por las microempresas (46%) y las empresas sin empleados (34%). Por sectores, la industria presenta un grado de adopción del 52,5%, frente al comercio, donde el 60% de las empresas sigue sin utilizar sistemas electrónicos.



MÁLAGA ESTRENA ALUMBRADO NAVIDEÑO

La ciudad estrenará este año un nuevo espectáculo lumínico bajo el nombre “Natividad de luz”, que transformará la calle Larios con grandes medallones que representan escenas del misterio de la Natividad. El encendido tendrá lugar el 28 de noviembre, con pases diarios a las 18:30, 20:30 y 22:00 horas, hasta el 5 de enero. 2,7 millones de puntos de luz LED, distribuidos entre el centro histórico y 500 calles de los distritos utiliza tecnología Ecogreenlux para reducir la contaminación lumínica un 93 % y

permitir un ahorro energético del 60%. Otra novedad, es la proyección “El pescador de sueños” sobre la Catedral, un videomapping inspirado en la tradición de los cenacheros malagueños, que combinará animaciones 3D, sonido envolvente y efectos especiales. La fachada del Ayuntamiento volverá a proyectar motivos navideños, y la calle San Juan estrenará tres espacios temáticos: Sueño Barroco, Nostalgia Victoriana y Susurro de Invierno. El presupuesto total asciende a 1,52 millones de euros.



Espectáculo en La Concepción. El Jardín Botánico La Concepción acogerá Alice Christmas, un recorrido inmersivo con nueve mundos de luz y fantasía inspirado en “Alicia en el País de las Maravillas”.

+ JÓVENES EMPRENDEDORES



Solo el 12% de los emprendedores en España tiene menos de 34 años

El Informe Emprende 2024, elaborado por Holded, en colaboración con Visma y Kantar, revela que solo el 12,3% de los emprendedores en España tiene menos de 34 años. Esta cifra sitúa al país entre los que registran menor emprendimiento juvenil en Europa, lejos de Francia y Bélgica, donde ronda el 40%, o Polonia, 30%. El estudio también señala que los principales obstáculos para emprender son la falta de experiencia, la burocracia y el acceso limitado a financiación. Además, el desempleo juvenil en España continúa siendo uno de los más altos de la UE, limitando las oportunidades de inserción profesional.

+ ACOSO LABORAL



España registra un aumento del 125% en bajas laborales por acoso

Entre 2021 y 2025, las bajas laborales relacionadas con acoso en España han crecido un 125%, según datos del Ministerio de Trabajo. Este incremento refleja que el acoso laboral se ha convertido en un problema estructural con consecuencias en la salud, productividad y reputación de las empresas. El informe “Experiencias de violencia y acoso en el trabajo” revela que uno de cada cinco empleados ha sufrido alguna forma de acoso. Además, el 28% de las mujeres afirma haber sido víctima de acoso sexual. Las empresas con más de 50 empleados deberán integrar protocolos de prevención en sus planes de igualdad antes de 2025.

LO + LEÍDO EN
vidaeconómica.com

+ [www.](http://www.vidaeconómica.com)

01 BHS Corrugated:
La ingeniería del
cartón mundial se
reinventa en...

02 La provincia de
Málaga se exhibe
en la World Travel
Market.

03 Fycma reúne en
noviembre seis
grandes eventos
para impulsar...

04 Málaga estrenará
nuevo alumbrado
navideño más
sostenible...

ÍNDICES

123

2,187%

Es el índice Euribor del mes de octubre de 2025.

3,1%

Es el IPC de octubre de 2025.

5,5%

Aumentó el número de viajeros de transporte público en España.

14,7%

aumentó el número de sociedades mercantiles creadas en septiembre de 2025.

OJO AL DATO

COCHES ECOLÓGICOS

Los coches ecológicos en circulación se disparan un 21% en 2024



La rápida expansión de los vehículos ecológicos en España evidencia un cambio tecnológico que crece sin un control homogéneo en el territorio. En 2024, los coches híbridos y eléctricos aumentaron un 21,3%, hasta alcanzar 1,24 millones de unidades,

según UNESPA. Mientras el diésel cae un 1,7%, estas motorizaciones ya suponen el 4,8% del parque nacional. Madrid lidera con un 9% de vehículos no fósiles, muy por encima de Jaén o Teruel con 1,5%. El avance plantea retos regulatorios y de adaptación.

PROTAGONISTAS



PEDRO TORRECILLAS

El reconocido urólogo malagueño ha sido nombrado director del Comité Internacional de Regeneración Masculina de la Global Organization of Gonadal Biogenesis (COGB), siendo el único representante español.



ALFREDO RELAÑO

El jurado de los XVI Premios de Periodismo Ciudad de Málaga concedió a mediados de noviembre a Alfredo Relaño el Premio Periodismo Ciudad de Málaga por su trayectoria profesional.



Mª VICTORIA ATENCIA

La poeta malagueña de 93 años ha recibido el Premio Nacional de las Letras Españolas 2025, otorgado por el Ministerio de Cultura en reconocimiento a una trayectoria literaria ejemplar.



CARLOS O'CONNOR

El codirector del servicio de otorrinolaringología en el Hospital Quirónsalud Campo de Gibraltar y el Hospital Quirónsalud Marbella ha recibido uno de los Premios Innovación Sostenible que otorgan el Grupo Joly y BBVA.



JUANDE MELLADO

El director general de RTVA ha sido distinguido con el Premio Talento 2025 de la Academia de la Televisión, reconociendo su trayectoria profesional y liderazgo en la transformación de RTVA.

05

Talent Land Málaga reunirá a más de 17.000 personas en su edición 2025.

06

La startup andaluza Mothium gana el foro de inversión Keiretsu...

07

Javier Troya y Mónica López, Premios Málaga de Investigación 2025...

08

La Ruta de la Tapa impulsa la hostelería de barrio con 64 locales...

09

Enrique Crespo: «La sostenibilidad no es un coste, es una inversión...

APUNTES



M&A, un universo complejo

Francisco Javier Pérez,

Partner **teamOn Corporate Finance**

En el año 2024 el mercado de M&A creció de forma notable tanto en términos de valor como de volumen de transacciones. Aunque en este 2025, a cierre del tercer trimestre, se ha desacelerado un poco, expertos del sector apuntan a que el mercado mantiene bases sólidas para una recuperación gradual en 2026.

Vamos a explicar de forma sencilla y genérica en qué consisten estos procesos de M&A.

M&A es el acrónimo de Mergers & Acquisitions, el que conocemos como Fusiones y Adquisiciones. Una **fusión** es cuando dos o más empresas se unen para formar una nueva empresa, y una **adquisición** es cuando una empresa compra otra empresa.

Las empresas se fusionan o se adquieren por varios motivos:

- Una estrategia de **crecimiento** para expandirse y aumentar la participación del mercado.
- Una estrategia de **diversificación** para incorporar nuevos servicios o productos.
- Para generar **sinergias** que reduzcan costos y mejoren la eficiencia.
- Para entrar en **nuevos mercados**.

Los procesos de M&A contemplan diferentes etapas:

1. La **identificación** de objetivos, que consiste en encontrar empresas que se ajusten a la estrategia de crecimiento.

2. La **valoración**, el cálculo del valor justo de la empresa a través de métodos como, por ejemplo el de múltiplos de EBITDA.

3. La **due diligence**, que consiste en analizar la situación financiera, legal y operativa de la empresa objetivo.

4. La **negociación**, dónde se discuten y acuerdan los términos de la transacción.

5. El **contrato**, redacción del contrato de fusión o adquisición.

6. La **aprobación**, que consiste en la obtención de aprobaciones legales o regulatorias.

7. El **cierre**, dónde se completa la transacción y se transfiere la propiedad.

8. La **integración**, que consiste en combinar las operaciones, sistemas, procesos y culturas de las empresas involucradas.

Las fusiones y adquisiciones son procesos complejos y largos en el tiempo, que requieren planificación y ejecución cuidadosas, cada operación es única, tiene su casuística, por lo que, para que el proceso sea lo menos traumático posible y llegue a buen puerto, se recomiendan un asesoramiento profesional.



ALQUILER

El índice para la actualización anual de los contratos de alquiler en octubre se situó en el 2,25%, su valor más alto desde diciembre de 2024.

LO QUE SUBE

01 EL SECTOR TIC SE REACTIVA

Según el Barómetro TIC Monitor, elaborado por Fundación VASS y, CEPREDE, crece un 7,2% y supera los 511.000 profesionales.

02 GASTO PÚBLICO EN LICITACIONES

Según el estudio "Análisis y evolución del sector de la Licitación Pública", realizado por DoubleTrade, el gasto público en licitaciones crece un 9% en 2025, evidenciando el compromiso de las instituciones para mejorar las infraestructuras y servicios, y generando nuevas oportunidades de negocio.



MÁS DE 47.000 HOGARES MALAGUEÑOS SIGUEN SIN INTERNET DE CALIDAD

EL PROGRAMA ÚNICO DEMANDA RURAL BUSCA CERRAR LA BRECHA DIGITAL EN MÁLAGA

Un total de 47.283 hogares en la provincia de Málaga aún carecen de acceso a Internet de calidad, según datos del Ministerio para la Transformación Digital. Municipios como Vélez-Málaga, Mijas, Coín, Málaga capital y Alhaurín el Grande concentran el mayor número de zonas sin cobertura suficiente. Para revertir esta situación, el Programa Único Demanda Rural (PUR),

impulsa la conectividad de alta velocidad por satélite en los territorios rurales o de difícil acceso. El servicio permite ofrecer conexión de 100 Mbps a precios asequibles, garantizando igualdad de oportunidades digitales entre zonas urbanas y rurales. El objetivo es reducir la brecha digital antes de 2026 y asegurar que ningún ciudadano quede desconectado por su ubicación geográfica.



¿Y TÚ, VIAJAS EN NAVIDAD?

Según Jetcost, **7 de cada 10 españoles** viajarán en sus vacaciones navideñas.



¿QUÉ ESTUDIAS?

La matrícula en másters crece un **32,6 %** en cinco años y las universidades privadas lideran el aumento.



PUBLICIDAD DIGITAL

La inversión en publicidad digital en España alcanza los **5.800 millones de euros**.

LOS BOOMERS Y X LIDERAN EL CONSUMO SALUDABLE EN ESPAÑA



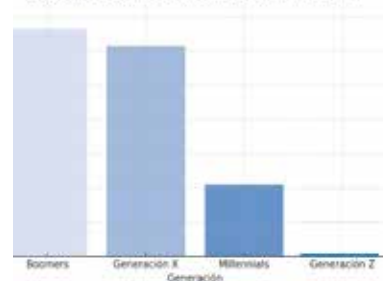
Los mayores de 40 años compran un 120 % más fruta y snacks saludables

La última encuesta de Gelt revela que los boomers y la Generación X invierten un 120 % más en comida saludable que el resto de generaciones.

Mientras que el 42 % de los millennials afirma haber optado por alternativas más sanas, la Generación Z se mantiene como el grupo que más consume snacks salados, un 163 % por encima de la media.

Según Gelt, el precio y el impacto económico explican esta tendencia entre los más jóvenes, mientras que las generaciones mayores priorizan la calidad y la salud. El INE también confirma un aumento del 29,2 % en el gasto en alimentos saludables en los últimos años.

Consumo de comida saludable por generación (%)



- Boomers (88%)
- Generación X (83%)
- Millennials (42%)
- Generación Z (2%)

¿Estás preparado para VERI*FACTU?

VERI*FACTU pretende transformar la facturación obligatoria con control fiscal, transparencia y trazabilidad digital segura total.

La cuenta atrás ha comenzado. A partir del 1 de enero de 2026 para las sociedades y del 1 de julio de 2026 para autónomos y resto de contribuyentes que utilicen programas de facturación, el sistema VERI*FACTU será obligatorio y afectará, según estimaciones del sector, a más de siete millones de pymes y profesionales en España. Su finalidad es garantizar la inviolabilidad de los registros de facturación, impidiendo su modificación o eliminación sin dejar rastro, y reforzar la transparencia fiscal.

Cada factura deberá incluir un código QR y generará un registro de facturación con huella digital (hash) encadenada al registro anterior, creando un historial inalterable. En modalidad VERI*FACTU, dichos registros se enviarán a la Agencia Tributaria en el momento de su emisión; en modalidad NO VERI*FACTU, se conservarán localmente con las garantías técnicas exigidas y quedarán disponibles para su remisión cuando la AEAT lo solicite.



VERI*FACTU no sustituye a la factura electrónica B2B, sino que la complementa: mientras la factura electrónica regula el formato y la relación comercial entre empresas, VERI*FACTU garantiza la trazabilidad y control fiscal de los datos.

La Agencia Tributaria ya dispone de una aplicación gratuita para autónomos y micropymes con bajo volumen de facturas, y las empresas con mayores necesidades podrán recurrir a software certificado del mercado.

Las sanciones son relevantes: el uso de sistemas de facturación no conformes puede suponer multas de hasta 50.000 euros por ejercicio. Para los fabricantes o vendedores de software que permita ocultar o manipular facturas, las sanciones alcanzan los 150.000 euros por ejercicio y por cada tipo de sistema comercializado.

El nuevo modelo impulsa la digitalización, moderniza la gestión empresarial y refuerza la seguridad jurídica y la confianza en las operaciones económicas.

CLAVES

01

FECHAS CLAVE

VERI*FACTU será obligatorio desde el 1 de enero de 2026 para sociedades y desde el 1 de julio de 2026 para autónomos y demás contribuyentes con sistemas informáticos de facturación, marcando un cambio definitivo en el control fiscal.

02

SANCIONES

Utilizar software de facturación no conforme puede conllevar multas de hasta 50.000 euros por ejercicio. Los fabricantes que desarrollen programas manipulables se enfrentan a sanciones de 150.000 euros por ejercicio y por sistema comercializado.

03

TRAZABILIDAD

Cada factura incorporará código QR y registro con huella digital encadenada. En modalidad VERI*FACTU, los datos se envían a Hacienda al emitir la factura, facilitando comprobación, trazabilidad y control fiscal bidireccional seguro.

SI PUDIERA VOLVER ATRÁS

Trece empresarios responden con franqueza qué cambiarían si pudieran volver atrás: decisiones estratégicas, errores asumidos, aprendizajes valiosos y momentos clave que explican cómo se construye realmente una trayectoria empresarial sólida.

 DAVID DELGADO

Trece empresarios, trece trayectorias y una misma pregunta: ¿qué harían distinto si pudieran regresar al inicio? A lo largo de estas líneas no aparecen discursos idealizados ni relatos edulcorados. Lo que emerge es un mapa realista del emprendimiento, construido con decisiones difíciles, errores costosos y aprendizajes que solo concede el tiempo. Lejos del arrepentimiento, todos ellos coinciden en una idea fundamental: **mirar atrás no es un ejercicio de nostalgia**, sino una forma de entender mejor el presente.

Uno de los grandes ejes que vertebra sus testimonios es la gestión del riesgo. La mayoría reconoce que, con la perspectiva actual, habría tomado decisiones con mayor

planificación o estructura. Pedro Guzmán, tras levantar Euroformac desde cero durante 28 años, admite que “tal vez debería haber incorporado antes un CEO”, consciente de que la profesionalización temprana habría facilitado el crecimiento estratégico. En esa misma línea se sitúan quienes aprendieron que no se puede expandir sin una base sólida, como demuestran las experiencias fallidas en proyectos o delegaciones que no contaban con infraestructura real.

Otro punto recurrente es el valor -y el peligro- de las relaciones humanas dentro de la empresa. Varios empresarios relatan cómo confiar en **personas inadecuadas** terminó marcando etapas especialmente complejas. Antonio Vázquez lo expresa con claridad cuando afirma

que “montar sociedades con muchas personas nunca nos ha salido bien”, mientras Miguel Cabello reconoce que esa experiencia le ha llevado a ser más selectivo con socios y proyectos.

Las crisis económicas también ocupan un lugar destacado en este relato coral. Las de 1992, 2008 y la pandemia del Covid no solo pusieron a prueba la viabilidad de los negocios, sino también la fortaleza personal de sus fundadores. Algunos descubrieron entonces que estaban mejor preparados de lo que creían; otros aprendieron que la **flexibilidad y la adaptación** son claves para sobrevivir.

Pero más allá de la estrategia y la rentabilidad, hay un componente emocional que atraviesa todos los relatos: la conciencia de que el



empresario también es persona. La **familia, la salud y el equilibrio vital** aparecen como pilares indispensables. Antonio Arrebola recuerda que “tú eres el valor más importante de tu empresa”, mientras otros reconocen que, sin el apoyo del entorno más cercano, muchos pasos decisivos no habrían sido posibles.

No todos hablan de errores con dureza. Algunos, como Francisco Barrionuevo, miran su recorrido con una serenidad casi reconciliadora y concluyen: “Haz lo mismo. No cambies nada”. Porque incluso los tropiezos forman parte de una construcción mayor, un aprendizaje que moldea carácter, criterio y visión.

Entre cifras, hitos y decisiones, también hay emociones: la

firma de un contrato millonario en Dubái, la concesión de un concesionario soñado en plena crisis, una medalla institucional, la incorporación de los hijos al negocio familiar o incluso una curación casi milagrosa. Momentos que no se repetirán, pero que explican mejor que cualquier gráfico por qué emprender es, ante todo, una experiencia vital.

Y si hubiera que resumir el espíritu de todos ellos en una sola frase, tal vez bastaría con la más sencilla y honesta de Lito Marcos: **“No pares”**. Porque si algo queda claro tras escuchar sus voces es que, aunque pudieran volver atrás, ninguno renunciaría al camino recorrido. Un camino lleno de dudas, pero también de propósito, aprendizaje y verdad.

Los empresarios coinciden en delegar mejor, profesionalizar antes, elegir bien al equipo, aprender del error, arriesgar con prudencia, cuidar la familia y mantener visión constante estratégica.



MIGUEL CABELLO

PRESIDENTE DE GRUPO CABELLO

Miguel Cabello, presidente de **Grupo Cabello**, vivió un punto de inflexión a comienzos de los años noventa cuando su empresa comenzó a prestar servicios al Grupo Inditex a nivel nacional. Hasta entonces se dedicaba a la limpieza de empresas y cristales, pero supo detectar una necesidad desatendida: trabajos más especializados como el acuchillado de parquet y la limpieza de superficies complejas. Aprendió, formó un equipo y dio respuesta a esa demanda, lo que le permitió crecer y dar el salto definitivo en 1993.

DECISIONES QUE CAMBIARÍA. "Si tuviese una máquina del tiempo y pudiese volver hacia atrás habría diversificado mucho antes y habría entrado en otros sectores de mayor valor añadido", lamenta. También reconoce que habría impulsado antes la profesionalización de Grupo Cabello, convencido de que ese paso temprano habría acelerado y fortalecido aún más la evolución de la compañía.

COMPAÑEROS DE VIAJE. En su afán por acometer nuevos proyectos, depositó la confianza en personas que no compartían su grado de implicación. Aquellas decisiones, que en su momento supusieron una decepción, le enseñaron a ser más selectivo tanto con los socios como con las iniciativas que emprende. Desde una trayectoria de más de 40 años, se diría que el emprendimiento exige fe en uno mismo y en los proyectos, voluntad inquebrantable, medir bien las propias fuerzas y escoger con cuidado a los compañeros de viaje, rodeándose de colaboradores incluso mejores que uno mismo.

SUEÑO CONSEGUIDO. Volvería a sentir la emoción de 2010, cuando recibió la concesión de su primer concesionario Honda en Málaga, en plena crisis de 2008. "Yo tenía el sueño de tener el concesionario nº1 de España, y lo he conseguido", finaliza.

Antonio Vázquez, fundador de **Grupo AVO**, se alegra de haber encontrado personas dispuestas a acompañarlo en su aventura empresarial. Esa responsabilidad temprana -la de pagar nóminas, sostener familias y arriesgar el patrimonio propio- le marcó profundamente. También fue clave dejar atrás el papel de "hombre orquesta" para construir un equipo sólido y delegar. Más recientemente, vivir la incorporación voluntaria de su hijo y sus sobrinos. "Que ellos, libremente, decidan acompañarte en esto es lo más maravilloso que me ha pasado", cuenta orgulloso.

DECISIONES Y OPORTUNIDADES. Mirando atrás, cambiaría la apuesta excesiva por crecer mediante inversiones intensivas en autocares y habría diversificado más en actividades relacionadas. Además, lamenta haber dejado pasar oportunidades por falta de tiempo: reconoce que un empresario debe reservar espacio para pensar, cultivar relaciones y anticipar los cambios necesarios.

ERRORES CON LECCIÓN. Las sociedades con muchos socios fueron para Antonio reiterados tropiezos. Hoy

solo cree en alianzas con pocos, bien avenidos y con aportaciones equivalentes. También aprendió a no sobrevalorar a otras empresas ni minusvalorar la propia, un sesgo frecuente en quienes empiezan desde abajo. Pensar en grande es, afirma, una obligación.

CONSEJO PREMIUM. Invertir en calidad desde el primer día, no dejarse arrastrar por las urgencias, delegar y rodearse de buenas personas. "Al principio, debido a los apuros económicos, compraba los autocares que estaban en oferta. Un error". Y, por encima de todo, cuidar a la familia, la biológica y la elegida.

INSTANTES PARA REVIVIR. El empresario recuerda el día en que su hijo expresó su deseo de trabajar en la empresa. "Me dijo: yo he empezado a estudiar en la universidad por ti, porque a mí lo que me gusta es trabajar en la empresa". Ese momento, junto a la inauguración de las instalaciones de Alhaurín de la Torre y el reconocimiento como Hijo Adoptivo del municipio, los conserva muy grabados. Sin olvidar los momentos de celebración con el Málaga C.F. con la plantilla subida en su autocar.



**ANTONIO ARREBOLA**FUNDADOR DE TEJERINGOS
COFFEE

Antonio Arrebola, fundador de **Tejeringos Coffee**, recuerda múltiples encrucijadas empresariales, pero una destaca como punto de inflexión: la última reforma de su primer negocio en Churriana, entonces llamado El Artesano. Aquel local fue el origen de la marca actual y también el escenario donde adoptó decisiones arriesgadas, defendidas incluso frente a la oposición de familiares y personas cercanas. Eligió el camino que intuía correcto y el resultado confirmó su apuesta: en plena crisis, las ventas crecieron un 35%.

OJO A LOS NÚMEROS. Arrebola afirma que rara vez cambiaría algo, porque los errores han sido su mejor escuela. Aun así, reconoce que, con la experiencia actual, habría gestionado mejor los aspectos financieros de sus inicios. La falta de conocimientos le llevó a equivocarse, y hoy tiene claro que primero debe construirse la estructura y después crecer. Esa secuencia, dice, solo se aprende viviendo los fallos.

PERDER PARA RECUPERAR. Uno de los momentos más dolorosos fue desprenderse de su primer negocio para poder avanzar. Cree que lo malvendió, pero aquella renuncia abrió el camino hacia un crecimiento real, la expansión de la marca y, finalmente, la posibilidad de recuperarlo años después.

EL VALOR DE UNO MISMO. Su consejo sería sencillo y rotundo: entender que uno mismo es el principal valor de la empresa. Cuidar la salud física y mental, y proteger las relaciones personales, es tan importante como cualquier decisión estratégica.

INSTANTES QUE VOLVERÍA A VIVIR. Revive con emoción los primeros años del local del centro, el primero bajo la marca Tejeringos Coffee. "Hicimos muchas innovaciones y desarrollos para la marca". Y tuvo, además, un regalo inesperado: allí conoció a su mujer, Tamara Serralvo, pieza esencial en la estética y personalidad de los locales, y apoyo incondicional desde entonces.

**ANTONIO VÁZQUEZ**

CEO DE GRUPO AVO

Si **Patricio Baeza** pudiera detener el tiempo, elegiría un momento muy distinto a cualquier hito empresarial: volver a sentarse con su padre. Conversar con él desde la experiencia acumulada, veinte años después, y disfrutar de su compañía con otra mirada. Ese deseo resume la importancia que la familia -la de sangre y la societaria- ha tenido siempre en su vida y en la cultura de **Grupo Baeza**.

VOCACIÓN MILITAR. De joven soñaba con entrar en la Academia Militar de Zaragoza. Creció en Ceuta rodeado de hijos de militares que, aun teniendo tradición familiar, no superaban las pruebas después de varios intentos. Aquello le hizo plantearse qué sentido tenía dedicar años a algo tan incierto. Decidió estudiar, trabajar y empezar desde abajo. Ese recorrido, puesto a puesto, le permitió conocer a fondo cada tarea y valorar a cada trabajador. Fue también la forma en que su padre le inculcó sus dos pilares: humildad y espíritu de equipo.

FAMILIA. El CEO de Grupo Baeza no siente que haya decisiones que cambiar. Actuó siempre con humildad, proyección y conciencia de sus capacidades. Quizá podría haber arriesgado más, admite, pero en los años difíciles esa prudencia evitó complicaciones mayores. Su premisa constante: proteger la historia familiar, cuidar el patrimonio societario y mantener al equipo como una familia que depende colectivamente del trabajo bien hecho.

INVERTIR CADA CONTRARIEDAD. En cuatro décadas de trayectoria no habla de fracasos, sino de circunstancias a las que siempre ha buscado una parte positiva. Su actitud ha sido convertir oposición, contratiempos o dificultades en oportunidades para avanzar.

UN MENSAJE AL PATRICIO JOVEN. Patricio Baeza no cambiaría nada de aquellos primeros años, porque fueron esenciales para descubrir lo mejor del negocio: las personas. Y añade una reflexión que hoy transmite también a sus hijas: "sentirse afortunado no implica que la vida haya sido fácil. He tenido que luchar mucho, caerme algunas veces y volver a levantarme", afirma convencido.



PATRICIO BAEZA
CEO DE GRUPO BAEZA

Cuando **Lito Marcos** piensa en un momento que desearía revivir, no acude a ninguno en concreto. Prefiere mirar hacia adelante. Su ilusión hoy está puesta en el crecimiento de **Joyería Marcos** -el negocio al que dedica la mayor parte de su tiempo- y en los nuevos proyectos que aún quiere desarrollar, mientras delega progresivamente en el resto de las empresas familiares.

UN INICIO FORZADO. Su entrada en la empresa familiar en 1993 fue un punto de inflexión abrupto. La quiebra de dos compañías en las que su padre era socio capitalista -los concesionarios Renault Marcos y Maldonado S.A., y Automar Málaga S.A.- marcó un antes y un después. Comenzó solo en el ámbito inmobiliario y tuvo que enfrentarse a una negociación dura con los bancos tras el embargo del patrimonio familiar. "Error: no compartas riesgos entre distintas empresas, es decir, la patrimonial no debe garantizar a la rama empresarial y viceversa", enfatiza.

NUEVA FORMA DE GESTIÓN. Otro momento crucial llegó con su formación en el máster Executive en Dirección y Administración de Empresas (2000-2001). Aquel aprendizaje cambió su forma de ver la empresa y, con una visión global de todas las áreas, empezó a gestionar desde una perspectiva más estratégica.

Las crisis de 1992 y 2008 fueron auténticos exámenes de resistencia. Ambas lo curtieron como empresario y como persona, fortaleciendo su capacidad de adaptación y haciéndolo más sólido frente a la incertidumbre.

UN MENSAJE AL JOVEN LITO. Lito Marcos hubiese animado a su joven "yo" a formarse más, ser proactivo y ser valiente. Y una consigna sencilla que resume todo lo aprendido: "No pares".



LITO MARCOS

EMPRESARIO Y PROPIETARIO
DE JOYERÍA MARCOS

No todo el mundo recibe un premio de manos de Felipe VI.

Francisco Barrionuevo conserva esta imagen cuando le fue concedido el Premio Príncipe Felipe a la Calidad industrial. Este reconocimiento, junto a la imposición de la Medalla de Andalucía, los mantiene como “uno de los recuerdos más emocionantes de mi vida profesional y personal”, confiesa.

LA DECISIÓN. Su trayectoria dio un giro cuando se enfrentó a una disyuntiva de largo alcance: mantenerse en un modelo conservador, centrado en especialización y estabilidad, o atreverse a diversificar y explorar nuevos servicios y mercados. “Elegí arriesgar y eso supuso conseguir crecer y conseguir metas increíbles”, rememora.

EL RETORNO EMOCIONAL. La caída de su empresa tecnológica, Novasoft, fue uno de los capítulos más duros. Los impagos de grandes clientes públicos desencadenaron un desenlace inesperado que dejó claro el peligro de concentrar ventas en pocos actores. Pero de esa situación límite emergió un nuevo camino: el compromiso con el sector educativo. Así nació **Novaschool**, un proyecto que acabaría transformándose en su mayor acierto empresarial y del que Barrionuevo ha confesado alguna vez que es una actividad (la educativa) con un retorno emocional que ninguna otra tiene.

DECISIONES CON MATICES. “Los errores fueron necesarios para convertirte en lo que hoy eres”. Sin renegar del pasado, reconoce que habría moderado el endeudamiento y diversificado la cartera de clientes. Aun así, le diría al joven Francisco que continúe por la misma senda. Que no cambie nada. Que incluso los errores -tal vez especialmente ellos- formaron el camino que le permitió convertirse en el empresario que es hoy.



FRANCISCO BARRIONUEVO
PRESIDENTE DE NOVASCHOOL

La trayectoria de **Santiago Lucas**, presidente de **Grupo Topdigital**, está marcada por circunstancias muy profundas. Una de ellas ocurrió cuando tenía apenas 15 años: la muerte de su padre en 1969. La empresa familiar, nacida en 1909, quedó en manos de directores que sostuvieron la transición, mientras él y sus hermanos se adaptaban a un nuevo papel que implicaba madurar deprisa y asumir el futuro de la familia.



SANTIAGO LUCAS
CEO DE GRUPO TOPDIGITAL

Lucas explica que, dentro de una empresa con más de un siglo de historia, su función fue integrarse en un proyecto ya en marcha y garantizar su continuidad. No renunciaron a ninguna oportunidad, siempre que reforzara el negocio principal. Así ocurrió en 1996 con la telefonía móvil, un mercado emergente que muy pocos supieron aprovechar. Ellos sí lo hicieron, y acabaron gestionando más de 350 tiendas en toda España.

DIFICULTADES QUE IMPULSAN. Abandonar Melilla para establecerse en Málaga fue uno de los mayores desafíos. Salir de la zona de confort, asumir incertidumbres y reconstruir desde otro lugar parecía un revés, pero terminó siendo un aprendizaje decisivo. Mantenerse como bloque familiar resultó clave para superar aquellas dificultades.

BOOM INMOBILIARIO. Para Santiago Lucas hay una etapa que enfocaría de otro modo: aquella en la que el negocio inmobiliario, la construcción y la promoción de viviendas alcanzaron una enorme rentabilidad. Fue un periodo de impulso y solidez que, visto con perspectiva, quizá hubiera merecido aún más protagonismo dentro del grupo.

UN CONSEJO PARA EL JOVEN SANTIAGO. “Elegir bien a los compañeros de viaje cuando se trata de socios externos”. La experiencia, en un proyecto familiar que ya suma 115 años, le enseñó que la continuidad depende tanto del acierto estratégico como de las alianzas humanas que se construyen por el camino.



PABLO DÍAZ
CEO DE ARELANCE

Pablo Díaz volvería a vivir sin dudar los inicios de **Arelance**, una empresa dedicada a prestar servicios IT, levantada entonces casi a pulso. La compañía supera las dos décadas y aún permanecen algunas de las personas que protagonizaron esos primeros pasos.

Curiosamente, los momentos más críticos del recorrido se transformaron en puntos decisivos. Tanto la crisis de 2008 como el parón del Covid demostraron que estaban más preparados de lo que imaginaban. En 2008, la ausencia de grandes infraestructuras y costes fijos les permitió adaptarse y ganar posición cuando el mercado volvió a demandar servicios tecnológicos. Durante la pandemia, recuerda, "ya teletrabajábamos y teníamos toda la infraestructura y comunicaciones preparadas para no estar parados en ningún momento", aumentando su competitividad en plena incertidumbre.

TERRENO DESCONOCIDO. No todas las iniciativas dieron resultado. La apertura en Perú -impulsada por la expectativa de un cliente cuyos proyectos finalmente no se materializaron- supuso tres años de esfuerzo sin retorno. Aquella experiencia, en un mercado que desconocían, se transformó en una lección sobre la necesidad de estudiar previamente

cada paso y validar las oportunidades antes de asumirlas. Aunque huye de arrepentimientos, reconoce que un estudio más riguroso hubiese evitado algunos desvíos, sin caer en la "parálisis por análisis", apunta.

CONSEJO AL "YO" QUE EMPEZABA. "Que no tenga miedo y que no deje pasar ninguna oportunidad empresarial que se le presente. Lo que se pierde es muy poco comparado con lo que se puede llegar a ganar. Sin llegar a cometer locuras hay que ser valiente porque se disfruta mucho en el proceso".



JACOBO GUERRERO
PROPIETARIO DE MICOLCHÓN

Jacobo Guerrero guarda un recuerdo vibrante: la inauguración de **MiColchón El Viso**. Era el centro del descanso más grande de Europa y generó una enorme expectación. "Volver a sentir esa mezcla de orgullo, nervios y emoción sería un regalo", revive Jacobo. Ese día fue la certificación de muchos años de visión y trabajo, y la confirmación de que el rumbo era el correcto.

VALORAR EL HOGAR. Paradójicamente, el mayor impulso llegó en plena incertidumbre global. La pandemia obligó a frenar y observar, y en ese silencio colectivo emergió una evidencia: las personas estaban volviendo a valorar el hogar, la salud y el bienestar. Fue entonces cuando MiColchón aceleró su transformación digital, reforzó su apuesta por la cercanía y reconfiguró su estrategia hasta alcanzar hoy en día 17 establecimientos.

MANTENER TODA LA LÍNEA. En el capítulo del debe, Jacobo habría mantenido desde el principio la línea de sofás, sillones y tapicería. Abandonarla tempranamente en la transición generacional retrasó su consolidación como especialistas integrales del confort en el hogar. Recuperarla más tarde fue decisivo, pero haberla conservado desde el inicio habría impulsado un crecimiento más rápido.

SIN PODER ALMACENAR. Su primer intento de expansión se vivió casi como un revés: abrir una tienda de mobiliario sin contar con un almacén ni una logística sólida. "Ese momento lo vivimos como un fracaso". Aquel error dejó una huella clara: ningún crecimiento es real si no está sostenido por una estructura planificada.

CONSEJO AL "YO" QUE EMPEZABA. Jacobo Guerrero aconseja avanzar sin prisa y con claridad. Pensar antes de actuar, ordenar cada paso y, sobre todo, "rodéate de buena gente. No eres nadie sin un buen equipo". Para Guerrero, contar con talento comprometido marca toda la diferencia.

Si **Paz Hurtado** pudiera revivir un instante, elegiría sin dudar el día en que recibió la Medalla de Andalucía. Aquel reconocimiento, profundamente emotivo, condensó décadas de esfuerzo, riesgos y trabajo silencioso. Lo recuerda como un sentimiento "único e irreplicable".

DE EMPLEADA A JEFA. Antes de dirigir **Hutesa**, Hurtado era empleada en Olivas de Málaga. El cierre de la empresa en 1988 la obligó a replantearse su futuro y, casi sin margen, comenzó a comprar y vender aceitunas desde su propia casa. Tenía compromisos internacionales que cumplir, clientes aportados por ella misma para los que debía asegurar precios y condiciones pactadas. Aquella circunstancia difícil fue, en realidad, el impulso definitivo para convertirse en su propia jefa y dar origen a sus inicios empresariales.

UN CAMINO ELEGIDO. Al mirar atrás, no cambiaría la decisión de emprender. Está convencida de que trabajar para otros habría limitado su trayectoria. Eligió el rumbo correcto, dice, apoyada siempre por su marido, que confió plenamente en sus capacidades y la animó a seguir adelante.

AÑOS DE DIFICULTADES. Los primeros años estuvieron marcados por obstáculos económicos: intereses altísimos -del 18% al 19%-, la devaluación del dólar y escasas garantías para negociar con la banca. Sin embargo, esas limitaciones fueron clave para que la empresa adoptara un modelo sólido: trabajar con cartas de crédito irrevocables que aseguraran los cobros anticipados. Hoy, Hutesa es una compañía netamente exportadora y la única del sector que vende al exterior el 100% de su producción.

CONSEJO AL "YO" DEL COMIENZO. No se daría ninguno. Cree que las decisiones fueron acertadas: el matrimonio y la familia siguen unidas, su hijo está implicado en la empresa y el camino recorrido habla por sí solo. "¿Qué más se puede pedir?", se pregunta.



PAZ HURTADO
PRESIDENTA DE HUTESA

Hay noches que sellan una trayectoria, y para **Curro Rodríguez**, CEO de **Ly Company**, hay dos especialmente importantes: la emoción del Premio Bandera de Andalucía a la Economía y la Empresa, y la velada en la que se confirmó un contrato de 32 millones de euros en Dubái, una mezcla de vértigo, alivio y orgullo que llegó en el mejor momento.

LUCES Y SOMBRAS. Su camino empresarial tuvo un giro brusco cuando se vio completamente embargado, amenazado y arruinado. Ese punto crítico lo enfrentó a sus propios límites. Pero también vivió un hito luminoso: cerrar un cliente de 10 millones de envases, operación que desencadenó un círculo virtuoso y dio estabilidad a su proyecto.



CURRO RODRÍGUEZ
CEO DE LY COMPANY

¿UNA RECTIFICACIÓN? Más que rectificar, Rodríguez habría acelerado ciertos movimientos. Abandonar negocios destinados a hundirse o anticiparse a delegar en mejores manos. Aunque una de sus mayores frustraciones llegó con un socio en quien depositó plena confianza y que resultó ser "humo y futuribles. Se aprovechó de mi posición, de mis contactos y de mis empresas", lamenta. Aquella desilusión no fue económica, sino mental. El aprendizaje apareció después: comprender que no existen escalones empresariales que te sitúen "por encima", que el ego (propio y ajeno) distorsiona, y que desprenderse de personas tóxicas es, en realidad, un acierto que fortalece.

MENSAJE AL EMPRENDEDOR QUE FUE. "Le recordaría tres prioridades innegociables: foco en la caja, foco en el negocio y foco en las personas. Negocios con escalabilidad, estructuración patrimonial desde el inicio, aunque no tengas nada e internacionalizarse lo antes posible".



PACO ÁVILA
PRESIDENTE DE UTAMED

Euroformac, la empresa referencia nacional en la formación levantada desde cero por **Pedro Guzmán**, ha tenido dos momentos que definieron su trayectoria. El primero fue la apertura de la oficina en Madrid, un paso que otorgó dimensión estatal al proyecto y abrió la puerta a grandes clientes. El segundo, profundamente personal, llegó con la incorporación de las hijas de Pedro al negocio: una segunda generación preparada y con ambición de seguir creciendo y reforzando la compañía.

DECISIONES QUE HABRÍA ADELANTADO. Aunque tras 28 años de recorrido es difícil imaginar un camino distinto, Pedro Guzmán sí reconoce que habría sido conveniente incorporar antes a un CEO. Contar con una figura altamente cualificada habría facilitado el crecimiento, la profesionalización y la planificación estratégica de largo plazo.

ERRORES QUE ENSEÑAN. La formación virtual fue, en sus inicios, una fuente de frustración. Entre 2000 y 2002, sin una conexión a internet adecuada, los desarrollos no funcionaban como se esperaba. Aun así, perseveró. Con la llegada de la ADSL, aquella apuesta que parecía fallida se convirtió en una de las grandes fortalezas de la empresa: hoy, el 70% del alumnado se forma a través del aula virtual.

CONSEJO AL PEDRO JOVEN. "Ser riguroso, trabajar cada día para mejorar y mantener la honestidad como principio innegociable". Ese, afirma, es el camino real hacia el éxito.

ABIERTO AL MUNDO. Volvería a sentir la emoción del primer gran contrato que ganó Euroformac: el servicio de formación para todas las embajadas de España en el mundo. Aquel proyecto abrió una etapa nueva y marcó la consolidación de la empresa en el ámbito nacional e internacional.

Lo personal y lo empresarial van juntos. **Paco Ávila** hace memoria de dos momentos clave en su trayectoria. Uno, plenamente empresarial: un viaje en AVE de vuelta a Málaga, celebrando entre carcajadas con Javier, Miguel y Agustín la venta -a un precio sorprendente- de su primera compañía. El otro, radicalmente íntimo: el día en que le confirmaron que su mujer, Elvira, había superado un cáncer con solo un 10% de supervivencia. Para él, ambos pertenecen al mismo territorio emocional, porque vida personal y profesional nunca van por separado.

PERSONAS. Su historia está hecha de encuentros. Agustín Caballero y su padre, que lo ayudaron a montar y gestionar su primera empresa en 1998. Javier Imbroda, con quien se asoció por primera vez en 2002 y con quien compartiría grandes decisiones. Y Elvira, cuya frase "tú emprende y tira, que yo cuido a la familia" marcó uno de los mayores empujones de su trayectoria.

DECISIONES QUE NO TOCARÍA. Ávila rechaza el juego de imaginar caminos alternativos. Cree que cada elección se tomó con la información y el estado emocional de aquel momento, y que arrepentirse "es absurdo" porque solo genera culpa. "El que no aprende del camino está intelectualmente muerto". El pasado, afirma, es para aprender, no para revisarlo con látigo.

EL ERROR COMO GRAN MAESTRO. Considera que se aprende más del fracaso que del éxito. En la caída surge la humildad, condición imprescindible para escuchar y mejorar. Y deja un consejo: "cuando te vengas un poco arriba y te creas el más listo de la clase o de tu barrio, EL EGO SE QUITA VIAJANDO".

UN MENSAJE AL PACO JOVEN. No dejarse arrastrar por juicios ajenos. Quien critica, sostiene, suele hacerlo desde el miedo. Tratar a esas personas con cariño es, para él, un signo de fortaleza, no de debilidad. "Intenta hacer el bien", concluye.



PEDRO GUZMÁN
FUNDADOR Y PROPIETARIO DE EUROFORMAC

Hipotecas* para vivir bien

Vente y hablamos

#elidiomatú

unicaja.es

* Concesión sujeta a criterios de la entidad.
Unicaja Banco, S.A. Avda. Andalucía 10-12. 29007 Málaga. C.I.F. A93139053.

Verano histórico en la Costa del Sol: 6,2 millones de turistas

LA TEMPORADA ESTIVAL HA APORTADO 8.915 MILLONES DE € Y ELEVARON A 154.652 LOS AFILIADOS VINCULADOS AL TURISMO PROVINCIAL



La Costa del Sol cerró el verano de 2025 con 6,23 millones de turistas, un crecimiento del 1,12% respecto al año anterior. Durante la presentación del balance estival, el presidente

de Turismo Costa del Sol, Francisco Salado, destacó que el periodo dejó un impacto económico récord de 8.915 millones de euros, un 1,86% más que en 2024. El empleo vinculado al sector alcanzó un máximo

histórico con 154.652 afiliados a la Seguridad Social, lo que supone un incremento del 3% y confirma el papel del turismo como motor económico provincial. Restauración y alojamiento fueron los subsectores con mayor dinamismo. Por su parte, el Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol registró 5,5 millones de viajeros entre junio y septiembre, impulsado por un aumento del tráfico internacional (+6,3%) y nacional (+11,3%). La planta hotelera sumó 2,6 millones de viajeros, 10,1 millones de pernотaciones y un grado de ocupación del 73,1%, con un repunte destacado en rentabilidad: ADR de 178,70 euros (+10,9%) y RevPAR de 150,28 euros (+11,5%). Para el último trimestre, Turismo Costa del Sol prevé un incremento del 5,4% en la oferta de vuelos y conexiones con 137 ciudades.

Marqués de Larios, en el Top 5 de las calles comerciales más caras de España

Según el informe 'Main Streets Across the World' elaborado por Cushman & Wakefield, la calle Marqués de Larios, en Málaga, se sitúa entre las cinco vías más caras de España tras alcanzar una renta prime de 2.640 €/m²/año. El estudio explica que el incremento anual del 10% y la disponibilidad comercial prácticamente nula revelan una demanda intensa de marcas que buscan visibilidad en un entorno con afluencias elevadas. El análisis sitúa el liderazgo nacional en Barcelona y Madrid. El Passeig de Gràcia encabeza el ranking con 3.420 €/m²/año y un crecimiento del 8%, seguido por Serrano (3.300 €/m²/año) y Gran Vía (3.120 €/m²/año). Portal de l'Àngel, José Ortega y Gasset y Preciados comparten la cuarta posición, mientras que Larios destaca como el principal destino fuera de estas

dos capitales. Cushman & Wakefield atribuye el aumento generalizado de rentas a dos factores: la escasez de superficie disponible -inferior al 3% en los ejes superprime- y el impulso del turismo internacional. España recibió 53 millones de visitantes hasta septiembre de 2025, un 5% más interanual, un flujo que sostiene el dinamismo comercial en las principales calles del país.



Se incrementa las matriculaciones con impulso del eléctrico

En octubre, Málaga registró 2.551 matriculaciones de turismos y 4x4, un 25% más que en 2024, según AMA-ASOMAUTO. Los vehículos eléctricos impulsaron el crecimiento con un aumento de casi el 150%. Las ventas a particulares subieron un 22,5% y los industriales un 17%. El presidente Carlos Oliva explicó que el sector avanza pese al IPC y el aumento de los combustibles.



PROVINCIA



Presupuesto récord de la Diputación para 2026

La Diputación de Málaga aprobó el 11 de noviembre un presupuesto récord de 516 millones para 2026. Las cuentas crecen un 12% y priorizan 28 millones para agua y 18 millones para movilidad interior. El plan incluye 96 millones en inversiones, 62 millones en transferencias municipales y casi 89 millones en gasto social, con el objetivo de impulsar desarrollo y empleo provincial.



COSTA DEL SOL REFUERZA EL LIDERAZGO BRITÁNICO EN LA WTM. La Costa del Sol presentó a principios de noviembre en Londres su estrategia para captar 3,17 millones de turistas británicos en 2025. Para ello refuerza conectividad aérea e inversión en promoción.



Málaga avanza en 2025 con crecimiento superior a Andalucía y España

El 28 de octubre, el Colegio de Economistas presentó en Málaga el Barómetro Económico, que sitúa el crecimiento del PIB provincial en el 2,8% para 2025, por encima de Andalucía (2,4%) y España (2,5%). El informe destaca el dinamismo empresarial, el empleo en máximos con 751.129 afiliados (+3,35%) y una tasa de paro del 13,2%. Turismo y construcción impulsan el avance: las viviendas terminadas crecen un 66% y la compraventa aumenta un 9,56% interanual, consolidando el liderazgo económico malagueño.

CÁMARA MÁLAGA

DEMO DAY DEL PROGRAMA IMPULSA STARTUP

La Cámara de Comercio de Málaga celebró el 31 de octubre de 2025 el Demo Day de la segunda edición del programa Impulsa Startup en Málaga. Marta García Aldana, con su proyecto ReceptIA, ganó el primer premio de 1.600 euros para optimizar hoteles rurales.



MÁLAGA REFUERZA SUS ALIANZAS EXTERIORES

El 31 de octubre la Cámara de Comercio de Málaga recibió a los embajadores de Suiza y Bangladesh. El objetivo del doble encuentro era potenciar para la provincia la inversión, la innovación y el comercio bilateral, orientado a los sectores tecnológico, agro y turístico.

RECONOCIMIENTO A LA EXCELENCIA EMPRESARIAL

La Cámara Málaga participó en las IV Jornada Málaga Comercio en la que se entregaron los Premios Málaga Comercio 2025. Se distinguieron a Zerimar por su trayectoria y Onversed por su innovación. La asociación ACIA Antequera recibió el Reconocimiento de Honor.

MÁLAGA CONCENTRA AUGE LABORAL Y RESIDENCIAL

Según el informe de Eurofound (European Working Conditions Survey 2024), el 12% de los pasajeros del Aeropuerto de Málaga viaja por trabajo, consolidando a la Costa del Sol como base del nómada ejecutivo. La demanda impulsa proyectos que integren espacios laborales y servicios premium.



12%

Este porcentaje de pasajeros del aeropuerto de Málaga, viaja por trabajo reflejando un aumento del perfil profesional.



ÉXITO DEL 20º CONGRESO JURÍDICO DE LA ABOGACÍA DE MÁLAGA



TUVO LUGAR EN EL
PALACIO DE CONGRESOS DE TORREMOLINOS

El 30 de octubre se celebró el 20º Congreso Jurídico de la Abogacía de Málaga, que reunió a 2.500 profesionales, con 1.500 asistentes presenciales y 1.000 online. Organizado por el Colegio de Abogados de Málaga, el encuentro ofreció 70 ponencias de 240 expertos para abordar los principales retos legislativos y jurisprudenciales. Entre los ponentes figuraron Vicente Magro Servet; Juana Pulgar; José Marín y Pérez de Nanclares; Emilio Calatayud o Ana Tárrago Ruiz. La decana Flor Carrasco, destacó la necesidad de criterios sólidos ante los cambios normativos.

UNED Málaga celebra cincuenta años de trayectoria académica en Málaga e inaugura el curso 2025-26



La UNED Málaga abrió el curso 2025-2026 el 22 de octubre con un acto institucional celebrado en el Auditorio Edgar Neville que también conmemoraba su 50 aniversario en la ciudad. El acto repasó la evolución histórica de la institución desde su apertura en 1975 mediante un vídeo conmemorativo que destacó su papel en la democratización del acceso universitario. Posteriormente, la secretaria general, Mabel López García, presentó la memoria académica 2024-2025, que reflejó el crecimiento del alumnado y la consolidación del modelo semipresencial. La lección inaugural, impartida por el historiador Salvador Jiménez Morales, analizó la construcción simbólica de la identidad malagueña y su vínculo con la educación. Las autoridades destacaron el papel de la UNED en la cohesión territorial provincial y en la igualdad de oportunidades. El acto concluyó con la entrega de diplomas a egresados y un reconocimiento al profesorado jubilado.



PEPE COBOS, EL MEJOR EMPRESARIO HOSTELERO DE ESPAÑA

La Confederación Empresarial de Hostelería de España reconoció a principios de noviembre a Pepe Cobos, cofundador de El Pimpi, como Mejor Empresario Hostelero de España por su trayectoria, su impacto cultural y su labor social al frente de este proyecto.

Gateway Summit impulsa Málaga como epicentro innovador

El evento reunió startups, inversores e instituciones y consolidó Málaga como referente europeo innovador.

Celebrado el 19 de noviembre en el Polo Nacional de Contenidos Digitales, el Gateway Summit reforzó el posicionamiento innovador de Málaga. Con un formato inspirado en un aeropuerto, ofreció conferencias, debates, competiciones y espacios de networking. Reunió a más de 400 profesionales, 100 startups y 35 ponentes. Destacó la masterclass de Los Tres en Forma sobre ventas eficientes, así como el Pitching Runway, que premió a María Lunz. La jornada concluyó con la experiencia Night Flight y sirvió como antesala del Gateway Summit 2026, abordando temas clave como movilidad, salud e inteligencia artificial.



NUESTRA HISTORIA ES CONTIGO

Llevamos 25 años comprometidos con un modelo de banca cooperativa que reinvierte los beneficios en lo que más importa, tu historia.



www.cajaruraldelsur.es



enbreve



MÁLAGA REGISTRA UN REPUNTE LABORAL TRAS EL VERANO

Málaga sumó 637 parados y rompió siete meses de descensos, debido al cierre de la temporada turística. La provincia alcanzó 109.366 desempleados, aunque mantiene su mejor dato para un septiembre desde 2007. La afiliación cayó en 6.114 personas, mientras la contratación indefinida creció un 14,7% interanual.



INNOVACIÓN HÍDRICA EUROPEA EN LA CIUDAD

Málaga fue designada el 13 de noviembre sede del nodo ibérico del EIT Water, uno de los ocho centros europeos creados por el Instituto Europeo de Innovación y Tecnología para responder a desafíos críticos del agua. El centro, gestionado por Innova IRV, operará desde la ciudad con 44,5 millones de financiación para desarrollar tecnologías de tratamiento y reutilización del agua.

El Congreso Edufinet reúne 450 inscritos y alto impacto online



El 14 de noviembre se clausuró la octava edición del Congreso Edufinet, organizado por Fundación Unicaja y Unicaja, tras tres días de sesiones en el Centro Cultural Fundación Unicaja. El encuentro registró 450 inscritos y superó las 70.000 visualizaciones online, consolidándose como foro clave de educación financiera. Participaron 40 ponentes que



El Centro Cultural Fundación Unicaja fue el lugar elegido para la celebración del congreso.

analizaron sostenibilidad, regulación, emprendimiento y digitalización financiera. El congreso, patrocinado por Funcas Educa, reafirmó su papel en mejorar la cultura financiera y apoyar el desarrollo empresarial.



EL TRÁFICO AÉREO INTERNACIONAL ELEVA LOS PASAJEROS EN MÁLAGA. El Aeropuerto de Málaga registró 2.576.610 pasajeros, un 6,1% más que en 2024, impulsado por el tráfico internacional. Reino Unido lideró los mercados emisores con crecimiento de mercados emergentes.

La startup Mothium lidera la última edición de Keiretsu Andalucía

La startup sevillana ganó el 7 de noviembre el foro de inversión Keiretsu Forum Andalucía, celebrado en el Museo Thyssen de Málaga. Ocho empresas presentaron sus proyectos ante más de 150 inversores privados. El jurado la seleccionó por su tecnología propia para fabricar vehículos eléctricos

destinados al transporte urbano de última milla, una solución que reduce costes operativos y mejora la eficiencia energética. El encuentro, organizado por BIC Euronova y Keiretsu Forum Spain, buscaba captar hasta 800.000 euros y conectar a startups con una red internacional de business angels.



El primer encuentro del HUB Málaga Real Estate reúne al sector

El 13 de noviembre se celebró en Uppery Club el primer encuentro del HUB Málaga Real Estate, que reunió a más de veinte profesionales del sector inmobiliario para abordar los principales retos urbanos de la provincia. La plataforma, presidida por Agustín Cruz, busca coordinar a

promotores, arquitectos, consultores e inversores para mejorar vivienda, suelo, normativa y movilidad. Expertos en inversión reclamaron infraestructuras y seguridad jurídica en la provincia. El HUB nace para fomentar colaboración y propuestas estratégicas para Málaga.



José Miguel Méndez Padilla

Director de Méndez Padilla
Abogados & Asociados



“Segunda Oportunidad” para la “Ley de la Segunda Oportunidad”

En recientes fechas, el Tribunal Supremo (TS) ha dictado dos sentencias claves (STS 1055/2025 y STS 3865/2025) que reafirman una interpretación favorable a los deudores en el marco de la Ley de Segunda Oportunidad (Beneficio de Exoneración del Pasivo Insatisfecho o BEPI), especialmente en lo que se refiere a las deudas de derecho público.

Como es sabido el Texto Refundido de la Ley Concursal de 2020 (TRLR) intentó excluir expresamente los créditos de derecho público de la exoneración. Sin embargo, el Tribunal Supremo ha sido tajante en las referidas Sentencias manteniendo la jurisprudencia anterior (STS 381/2019) que permite que los créditos de derecho público (que no sean crédito contra la masa o crédito privilegiado) se vean afectados por la exoneración cuando el deudor se acoge al plan de pagos.

Efectivamente, la sentencia más reciente (STS 3865/2025) confirma que la exoneración se extiende también a los créditos públicos bajo esta vía, salvo los privilegiados o contra la masa, dejando constancia el Alto Tribunal que, en el régimen de exoneración inmediata (o directa), la inclusión de la excepción de los créditos de derecho público fue una extralimitación de la habilitación legislativa del Texto Refundido de 2020.

Esta extralimitación supone que el añadido de la exclusión de los créditos de derecho público se tiene por no incorporada al texto legal, por lo que estos créditos Sí se exoneran en el sistema de exoneración inmediata.

Por tanto, estas sentencias del Tribunal Supremo son una herramienta legal fundamental para que miles de particulares y autónomos puedan liberarse de la carga de sus deudas, incluidas aquellas con la Seguridad Social y Hacienda.

Si se cumplen con los requisitos, se abre una verdadera “segunda oportunidad” de iniciar un camino hacia la libertad financiera de muchos ciudadanos asfixiados por las deudas con las citadas administraciones públicas.



EL RANKING BEST WORKPLACES MÁLAGA
ANALIZA 45 EMPRESAS Y 5.000
OPINIONES

NOVALUZ Y CÍVICA, LAS MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR EN MÁLAGA



A mediados de noviembre se publicaba el Ranking Best Workplaces Málaga 2025, elaborado por Great Place To Work® junto al Ayuntamiento y Promálaga. El estudio evaluó 45 compañías y recogió la opinión de 5.000 profesionales para determinar qué organizaciones ofrecen las mejores condiciones laborales y por qué.

Los resultados señalan un Trust Index* del 84 %, 27 puntos por encima de la media nacional, impulsado por prácticas de conciliación, liderazgo cercano y oportunidades de crecimiento. En la categoría de más de 100 empleados, Novaluz Energía encabezó la clasificación, seguida por Sector Alarm, Verisk y Catalonia Hotels.

En la franja de 10 a 100 empleados, Cívica lideró un listado que incluye firmas tecnológicas, logísticas, financieras y de servicios. El ranking confirma la capacidad de Málaga para atraer talento.

** Un Trust Index (índice de confianza) es una herramienta o indicador que mide el nivel de confianza que personas, clientes o empleados tienen en una organización.*

TURISMO

Torrox, declarado Municipio Turístico de Andalucía por su calidad y sostenibilidad

Con esta declaración, Torrox se suma a la lista de municipios malagueños líderes en turismo responsable.

Torrox ha hecho muy bien los deberes. El municipio malagueño ha sido reconocido como Municipio Turístico de Andalucía, una distinción que otorga la Junta de Andalucía y que valora la calidad, sostenibilidad y planificación turística de los municipios menores de 100.000 habitantes, que deben demostrar una alta afluencia de visitantes y contar con un plan de calidad turística activo.

Torrox se une así a los otros diez municipios de Málaga que ya

cuentan con este reconocimiento. La declaración supone un respaldo al trabajo del Ayuntamiento en la mejora de los servicios públicos durante la temporada alta, el cuidado del entorno y la promoción de un turismo responsable.

El reconocimiento también premia la apuesta de Torrox por un modelo de desarrollo sostenible, que busca mantener su identidad y calidad de vida, a la vez que consolida su posición como uno de los destinos más atractivos de la Axarquía.



11 MUNICIPIOS

Solo 11 de los 103 municipios de Málaga tienen este reconocimiento: Álora, Ardales, Antequera, Benalmádena, Estepona, Frigiliana, Fuengirola, Nerja, Ronda y Torremolinos y, ahora, Torrox.



MAYOR VISIBILIDAD

Además de visibilidad, gracias a esta catalogación, el municipio podrá acceder a ayudas autonómicas específicas destinadas a reforzar infraestructuras, limpieza, seguridad o promoción turística.

Se inaugura el nuevo Centro de Excelencia y Oficina del Dato (CEOD)

El Ayuntamiento de Málaga inauguró el 11 de noviembre este centro estratégico para liderar transformación digital municipal basada en datos, integrado en el proyecto nacional EDINT y financiado por el Plan de Recuperación, con apoyo del Ministerio para la Transformación Digital y la FEMP. El espacio, ubicado en Tabacalera, funcionará como laboratorio para desarrollar soluciones en movilidad inteligente, gestión sostenible y competitividad local. Con esta apertura, Málaga se suma a una red de 12 ciudades que lideran a nivel nacional la transformación digital basada en datos.



LA ÉLITE GASTRONÓMICA ESPAÑOLA HOMENAJEA EN MARBELLA A MARTÍN BERASATEGUI. El resort Puente Romano Marbella acogió los días 16 y 17 de noviembre un homenaje a Martín Berasategui que reunió a más de veinte chefs con más de cincuenta estrellas Michelin

EXPOSICIÓN

Beyond the Star, escaparate gastronómico malagueño

El 28 de octubre se inauguró la exposición "Beyond the Star" en la calle Larios, primer acto del programa "Málaga Gourmet Tour", antesala de la Gala MICHELIN España 2026. La muestra, impulsada por la Academia Gastronómica de Málaga reúne 22 mupis con restaurantes malagueños distinguidos por la Guía MICHELIN. El objetivo es acercar la alta cocina a la ciudadanía y visibilizar el talento culinario provincial.



Que los dolores de cabeza te los dé HACIENDA,
no tu empresa de TELECOMUNICACIONES.

NOS ADAPTAMOS A TUS NECESIDADES

Llámanos y te asesoraremos **900 58 58 88**





La cosecha española de aguacate aumentará un 30% este año

La campaña española de aguacate comenzó a principios de noviembre con una previsión de crecimiento del 30 %. La Axarquía lidera la recuperación gracias a la lluvias de la pasada primavera tras un tiempo de sequía, mientras nuevas fincas en Cádiz, Huelva y la Comunidad Valenciana elevan la oferta. La OIAM destaca que las perspectivas son positivas.



La producción nacional superará en 2025 las 100.000 toneladas gracias a la recuperación hídrica tras años de sequía extrema.

EL FESTIVAL DE CINE DE MÁLAGA PRESENTA SU CARTEL PARA 2025



El Festival de Cine de Málaga, que tendrá lugar del 6 al 15 de marzo de 2026, ya tiene cartel para su 29ª edición. La obra, denominada "La mar de encuentros", ha sido diseñada por el dibujante malagueño y profesor de la UMA Pepo Pérez. Esta representa al certamen como un punto de encuentro multicultural mediante viñetas inspiradas en el cine y el cómic.



TIENE TIPOGRAFÍAS
ANALÓGICAS Y
DIGITALES

Estepona inaugura su Museo del Mar para reforzar la identidad marítima



El Museo del Mar de Estepona abrió el 14 de noviembre en la Plaza de Toros como nuevo espacio dedicado a preservar la identidad marítima local. El centro reúne la colección técnica de Miguel López Mateo, restaurada durante 70 años,

con piezas únicas como una bitácora de 1876, un telégrafo naval del s.XIX y herramientas de pesca artesanal que explican la evolución económica del municipio. El Ayuntamiento impulsa este proyecto cultural, turístico y educativo.

Mahos reconoce a Unicaja Baloncesto como asociado de honor

Mahos aprobó por unanimidad la distinción de asociado de honor a Unicaja Baloncesto, reconociendo el impacto social y económico del club en la ciudad. El acto fue celebrado en la fábrica de cervezas San Miguel donde el presidente de Mahos, Javier Frutos, destacó el papel del club como embajador de la marca Málaga. Antonio Jesús López Nieto agradeció un reconocimiento que refuerza el vínculo del club con la ciudadanía.



COSENTINO CITY

We talk Design

Una red global de espacios
dedicados al diseño y la
arquitectura.

ASESORAMIENTO ESPECIALIZADO

USA

- Los Angeles
- Manhattan
- Miami
- San Francisco
- Chicago
- Atlanta
- Washington DC
- Boston
- Seattle
- Richmond
- Dallas
- Montreal

VISITAS PERSONALIZADAS

Canadá

- Toronto
- Vancouver

Australia

- Sydney
- Melbourne

ZONAS DE EXPERIENCIA

Europa

- Madrid
- Barcelona
- Palma de Mallorca
- Málaga
- Lisboa
- Londres
- París
- Ámberes
- Estocolmo
- Amsterdam
- Estambul
- Oporto

EVENTOS Y PONENCIAS

- Bilbao
- Almería
- Alicante
- Múnich
- Copenhague
- Manchester
- Gotenburgo
- São Paulo

NUEVOS SERVICIOS DIGITALES

Latam

- Mexico City
- Monterrey
- Tel Aviv

Asia

- Singapur
- Tokio
- Dubái

DOMINGO MERLÍN

EL ESPACIO CULTURAL SOHRLIN ANDALUCÍA ENTRA EN ESCENA

 DAVID DELGADO

Domingo Merlín se define como “un soñador sin límites”, pero su sueño tiene hoy una dirección postal muy concreta: Málaga. Junto a **Antonio Banderas** ha levantado SOHRLIN Andalucía, una “caja de cultura y entretenimiento” con alma de circo, cabeza de productora y corazón empresarial. Málaga no solo recibirá espectáculos, empezará a crearlos y exportarlos.

Domingo Sánchez es, desde hace casi 30 años, Domingo Merlín, su nombre artístico prestado de la compañía que dirige desde entonces. Una entrevista prevista de 20 minutos da lugar a una agradable conversación en la que dice sentirse cómodo. Habla sin impostura. De niño ya organizaba fiestas familiares y movía gente. No sabía que eso se llamaba producción. Solo sabía que le encantaba imaginar cosas... y ver cómo ocurrían.

En aquella época, dedicarse al mundo del espectáculo no era precisamente una opción clara. No había grados, másteres ni mapeo de salidas profesionales. Había intuición, librerías y muchas ganas. “Querías dedicarte al mundo del arte, pero no sabías encontrar la manera”,

rememora. Así que tiró por donde mejor sabía: hacer, probar, equivocarse... y volver a hacer.

Con los años, ese chico que descargaba material en las giras de U2, acabó montando sus propios conciertos, festivales y grandes eventos escenográficos. Trabajó para artistas internacionales como David Guetta y empezó a mezclar disciplinas: circo contemporáneo, teatro, música, experiencias inmersivas. De ahí salió un espectáculo, allá por 2014, que le cambió la vida. Y el mapa.

Ese proyecto, Aihua, fue su pasaporte a Arabia Saudí. Allí se convirtió en uno de los protagonistas de la apertura cultural del país. Día Nacional, Día de la Fundación, grandes eventos para el Ministerio de Cultura... Escenarios gigantes, presupuestos muy serios y mucha responsabilidad.



ESPACIO SOHLIN ANDALUCÍA

10.000 m²
DE SUPERFICIE

FORMACIÓN

150-300 HORAS
DE MEDIA EN LOS CURSOS

CAPACIDAD

3.500
PERSONAS

(Auditorio de 849 butacas ampliables a 1.000)

ESPECTÁCULO IMAGINE

+45.000
ESPECTADORES



“Allí aprendí a jugar en otra liga”, recuerda. Una liga donde la imaginación se mide en metros, focos y toneladas de escenografía.

LA PAUSA INESPERADA

Merlín vuelve a Málaga para colaborar en la gala de los Goya de 2020 en el Martín Carpena. Termina la gala, cae el telón... y poco después cae también el mundo entero. Confinamiento y proyectos paralizados.

Durante ese parón empezó a pensar en cómo devolver a su ciudad todo lo aprendido fuera, cómo profesionalizar la industria y cómo formar a los perfiles que nunca salen en la foto pero que sostienen todo: regidores, diseñadores de iluminación, de

sonido, de vídeo, de escenografía, especialistas en efectos... “El problema no es encontrar artistas, es encontrar técnicos preparados para trabajar internacionalmente”, resume.

En paralelo, alguien en Málaga tenía un discurso parecido. Antonio Banderas. Él desde el escenario, Merlín desde la trastienda. Coincidieron, se sentaron a tomar un café y el resto es SOHRLIN Andalucía.

¿QUÉ ES ESTE UNIVERSO?

SOHRLIN Andalucía es una mezcla muy calculada de escuela, fábrica de contenidos, centro de producción, espacio de exhibición y plataforma de distribución internacional. Todo junto. Todo conectado.

«El entretenimiento también puede ser cultura, y la cultura puede ser profundamente entretenida»

“Tanto Antonio como yo tenemos un gran compromiso social con la formación. Queremos formar y mostrar nuestro universo”, recita un Domingo Merlín que insiste en que “SOHRLIN Andalucía es más un proyecto que un espacio”. Y el proyecto arranca, curiosamente, por donde menos dinero deja y más futuro genera: la formación. No es un capricho, es una necesidad detectada a golpe de realidad. En Arabia, se llevaba a 600 personas a trabajar... y el cuello de botella siempre era el mismo: los perfiles técnicos. Un buen diseñador de luces podía cobrar cuatro veces más que un artista... y aun así era difícil encontrarlo.

La Escuela SOHRLIN Andalucía funciona con grupos reducidos, entre 10 y 12 alumnos por especialidad. Las clases las imparten profesionales en activo que, además de enseñar, se llevan a los alumnos a proyectos reales: regidurías de grandes eventos, montajes con streaming internacional, producciones de primer nivel. La teoría arriba, en las aulas. La realidad abajo, en el escenario.

Motor creativo... y económico

SOHRLIN Andalucía se levanta sobre las antiguas instalaciones de una empresa siderúrgica de la zona oeste de Málaga. Un espacio que, en palabras de Domingo Merlín, lo atrapó desde el primer instante: “Entré por la puerta y vi la luz entrar por las ventanas y sentí la fuerza de las columnas. Había una energía especial. Fue como si el espacio me atrapara al instante”. Hoy, ese mismo lugar, otrora núcleo industrial, actúa como un verdadero dinamizador económico para la ciudad. Su capacidad para atraer galas internacionales, congresos creativos y grandes producciones moviliza un ecosistema completo: proveedores, técnicos, hoteles, restauración y servicios. La presencia de figuras como Antonio Banderas amplifica además el impacto mediático y el retorno económico para Málaga.



La visión compartida que dio origen a SOHRLIN Andalucía

La formación es el eje social sobre el que se construye SOHRLIN Andalucía. Para Domingo Merlín y Antonio Banderas, ambos con trayectorias profundamente internacionales, formar nuevos profesionales no es solo una necesidad del sector, sino una responsabilidad social: abrir puertas, profesionalizar los oficios y transmitir un modo de crear y producir que han aprendido recorriendo escenarios de todo el mundo. Esa coincidencia de visión fue precisamente lo que los unió. Banderas aporta su mirada artística y su capacidad de inspiración; Merlín, su experiencia en producción y la gestión diaria del proyecto. Dos perfiles distintos y complementarios que comparten una misma ambición: hacer de Málaga un polo creativo con vocación global. Incluso el nombre nació de esa unión: la fusión natural entre Soho y Merlín, que derivó -tras más de cien propuestas- en SOHRLIN Andalucía.



ESPACIO DE CREACIÓN

El espacio es uno de los grandes protagonistas. SOHRLIN Andalucía ocupa una nave de unos 7.000 m² y un edificio de unos 2.000 m². Casi 10.000 m² de posibilidades escénicas. Nada de escenario clásico "a la italiana" y público mirando al frente sin moverse. Aquí el espacio es modulable. El escenario puede estar en un lado, en el centro... o en todas partes. "Es una gran caja de cultura y entretenimiento", explica Merlín. Una caja que, según el día, puede ser auditorio, plató, pasarela, hangar artístico o todo a la vez.

En su configuración actual, el auditorio tiene 869 butacas ampliables hasta 1.000. El conjunto de espacio puede albergar hasta 3.500 personas. Suficiente para un espectáculo, una gala o un congreso internacional.

La prueba de concepto de esa "caja mutante" se llama '*Imagine el camino hacia los sueños*', un espectáculo de circo contemporáneo creado por un equipo malagueño, que mezcla disciplinas, tecnología y narrativa. Empezó en el Teatro del Soho, se reestrenó en SOHRLIN Andalucía y ya ha superado los 45.000 espectadores. Hay interés desde destinos internacionales. "Es el ejemplo perfecto de lo que queremos hacer: crear aquí, producir aquí, exhibir aquí... y después exportar", celebra Merlín.



CONEXIÓN CON LA EMPRESA

Pero SOHRLIN Andalucía no vive solo de aplausos. También de acuerdos. La inversión es privada, con capital de Banderas y de Merlín, y el proyecto se apoya en alianzas muy estratégicas. La Junta de Andalucía aporta visibilidad y *naming*, empresas como Mahou San Miguel se suman como socios creativos y Meyer Sound ha instalado un sistema de sonido puntero que convierte el espacio en showroom de referencia para técnicos de todo el país.

SOHRLIN Andalucía también se acerca al mundo empresarial con un espacio pensado para empresas que buscan algo distinto a un salón de hotel. Eventos como *UpScale* de Freepik, presentaciones de Mercedes o la gala de la Guía Michelin ya lo han elegido. A las compañías, recuerda el productor, "les atrae su entorno

COMPROMISO.

«La formación es nuestro compromiso social: faltan técnicos preparados y necesitamos profesionalizar los oficios escénicos»

único, la narrativa cultural, el impacto mediático y las ventajas fiscales". Además, pueden hacer *team building* usando roles reales de una producción. Según Merlín "no hay mejor organigrama que el de un espectáculo bien montado".

Más allá de la hoja de Excel, SOHRLIN Andalucía quiere transformar algo más profundo: la relación de la gente con la cultura. Para Merlín, el objetivo está claro: acercar las artes escénicas a públicos que nunca habían considerado entrar en un teatro y mostrarles que pueden disfrutarlo. "Ese es nuestro compromiso", dice.

Por eso, él insiste en llamar a SOHRLIN Andalucía "un proyecto de entretenimiento cultural". Una caja enorme llena de focos, cables, talento y, sobre todo, posibilidades. Una caja que se abre en Málaga... para sorprender al mundo.

Energía

Hafesa amplía su red logística en Málaga

Hafesa amplió a principios de noviembre su red logística con una nueva terminal en el muelle 9 del Puerto de Málaga. La planta aporta 40.000 m³ de almacenamiento distribuidos en siete tanques, destinados a combustibles y bio-combustibles. Esta infraestructura junto con otra en Cartagena mejora la eficiencia del suministro en el sur peninsular.



Fundación Unicaja, Soho Boutique, ORP y Primor, Premios Hacemos Málaga 2025

La XIII edición de los Premios Hacemos Málaga reconoció el 14 de noviembre, en el Auditorio Edgar Neville, la labor de Fundación Unicaja, Soho Boutique Hotels, Grupo ORP y Primor, cuatro entidades que refuerzan el crecimiento económico y social del territorio. El acto, organizado por la CEM y la Diputación, reunió a representantes institucionales y empresariales para distinguir su impacto en ámbitos clave. Fundación Unicaja recibió el galardón a la Acción Social por su apoyo a la educación,

cultura, deporte e inclusión, con iniciativas como Edufinet o Fundalogy. Soho Boutique Hotels fue premiada por "Generar Futuro" gracias a una expansión que supera los 60 hoteles en España y Marruecos. ORP obtuvo el reconocimiento a Empresa del Año por su contribución al patrimonio a través de proyectos y rehabilitaciones. Por último, Primor fue distinguida por una trayectoria de más de 70 años que la ha convertido en referente nacional de perfumería con 250 tiendas y una sólida estrategia omnicanal.

ESSCA INAUGURA SU CAMPUS EN MÁLAGA

El campus, ubicado en un edificio histórico rehabilitado, acogerá a 420 estudiantes y suma 3.200 m² dedicados a formación internacional.

ESSCA inauguró oficialmente su campus en Málaga el 19 de noviembre. La escuela francesa presentó un espacio de 3.200 m² rehabilitado para albergar a 420 estudiantes con criterios de sostenibilidad y accesibilidad. El acto reunió a autoridades, empresas y representantes diplomáticos, reflejando el interés por su llegada. El centro incorpora 12 aulas, salas de reuniones, la zona La Forêt y el learning center La Source,

además de un sistema energético Freecooling que reduce el consumo energético. ESSCA ofrecerá grados, programas internacionales y formación ejecutiva impartida en inglés. Su CEO, Jean Charroin, destacó que la apertura refuerza la expansión global de la institución, mientras el director Stéphane Ruiz subrayó el valor del ecosistema malagueño para conectar talento, empresa e innovación.



Foundever abre un hub multilingüe en la ciudad



Foundever, la multinacional líder en Customer Experience, inauguró el 23 de octubre un hub multilingüe de alto rendimiento en Málaga, diseñado para impulsar colaboración tecnológica y desarrollo profesional. El centro, liderado por Gema Marín, refuerza la apuesta de la multinacional por Andalucía, donde ya suma más de 2.000 empleados entre Sevilla y Málaga. La apertura coincide con el reconocimiento "CRECE 2025", que destaca su inversión en talento y empleo de calidad. El nuevo espacio incorpora modelos híbridos, programas de bienestar, formación continua e integración de inteligencia artificial aplicada a la experiencia de cliente.



Riversa celebra su medio siglo

Riversa, empresa marbellí fundada en 1976 y especializada en soluciones para el mantenimiento profesional del césped, celebra este 2026 su 50 aniversario. Para conmemorar esta efeméride cuenta con un nuevo logo y una estrategia centrada en electrificación, conectividad y robótica. Dirigida por Sandro Lara desde 2017, la compañía con 95 empleados refuerza su transformación digital iniciada en 2019. Su historia comenzó como Riego Verde S.A. y se consolidó tras firmar en 1978 la exclusividad con la firma Toro. Hoy, con presencia nacional e internacional, Riversa apuesta por la sostenibilidad y la innovación tecnológica para seguir liderando el sector.

Toni Bou deslumbra en Servihonda Málaga

El 11 de noviembre, Toni Bou, 38 veces campeón del mundo de trial, ofreció una exhibición en Servihonda Málaga ante aficionados y empleados. El piloto del Repsol Honda HRC mostró su técnica con la Montesa oficial y firmó equipamiento Hebo. La visita reforzó los valores de pasión, superación y compromiso que unen a Repsol Honda HRC, Hebo y Grupo Cabello.

Aldi abre su tercera tienda en Torremolinos

A finales de noviembre abrió en la Avenida Manuel Fraga Iribarne, 12, la tercera tienda ALDI de Torremolinos. Con 1.200 m², el supermercado cuenta con 14 empleados, 8 de ellos vecinos del municipio. Esta apertura forma parte del plan de expansión de ALDI en Andalucía, una de las regiones donde tiene mayor presencia.



VINO Y GASTRONOMÍA EN TORREMOLINOS

El XXI Salón del Vino y la Gastronomía de Narbona Solís reunió a mediados de noviembre a más de 3.000 profesionales y 150 expositores en el Palacio de Ferias de Torremolinos. El evento, organizado por la empresa malagueña Narbona Solís, se ha consolidado como una cita clave para distribuidores,

restauradores y marcas premium. Juan Carlos Narbona, gerente de la empresa organizadora del evento, subrayó la evolución del grupo en 30 años y la presencia de bodegas históricas. La jornada incluyó catas profesionales, showcookings y presentaciones de bodegas de prestigio.

MÁLAGA OPEN FOR BUSINESS

Málaga se escribe en código.

DigiTech: la FP que forma a la nueva generación 'tech'



Marina Ginés, directora del Departamento de Empresas y Prácticas

La propuesta educativa de DigiTech une formación tecnológica, acompañamiento personalizado y alta empleabilidad

En los últimos años es cada vez más común que los jóvenes, al finalizar Bachillerato o incluso la ESO, se planteen, además de la universidad, cursar una Formación Profesional. En este nuevo escenario educativo, DigiTech se ha convertido en uno de los centros de referencia. Es una empresa de Formación Profesional con sedes en Madrid, Barcelona y Valencia y, desde 2022, también en Málaga, desde donde además gestionan su modalidad online.

UN ALUMNADO EN CRECIMIENTO

Cuenta con 2.000 estudiantes en toda España y, en Málaga, son 220 los que cursan grados que van desde Ciberseguridad hasta Desarrollo de Aplicaciones Web (DAW), pasando por Marketing. Desde su llegada a Málaga, nos cuenta **Marina Ginés**, directora del Departamento de Empresas y Prácticas, no han parado de llegar alumnos nuevos

con perfiles muy variados. “Desde jóvenes que acaban de salir de Secundaria hasta personas más mayores que quieren dar un giro a su trayectoria laboral; todos encuentran en DigiTech una casa”.

La apertura de la sede en Málaga se debe, según Marina, a que “Málaga es el hub tecnológico del sur de Europa” y cuenta con “un gran ecosistema de startups y pymes” que demanda perfiles especializados. El centro dispone de aulas equipadas con todo lo necesario y un laboratorio donde los alumnos realizan sus prácticas. Pero lo que realmente distingue a DigiTech va

"En DigiTech no solo formamos técnicos, acompañamos a personas hasta que se convierten en profesionales"

más allá de las instalaciones. Su enfoque educativo se basa en acompañar al estudiante desde el primer día hasta su incorporación al mundo laboral. “Se trata de encaminar, apoyar y guiar al alumno en todo el proceso hasta la empleabilidad”, resume Marina.

APRENDER HACIENDO

Desde el primer curso, los alumnos combinan teoría y práctica y trabajan con equipos, redes, software y herramientas profesionales que se utilizan en las empresas del sector. “Nuestra prioridad es que lleguen a las prácticas con una base sólida y sin miedo a enfrentarse al entorno real”, explica Ginés. Para ello, los docentes dedican parte del curso a proyectos aplicados y a preparar al alumnado para el trabajo por proyectos, la dinámica habitual en las compañías tecnológicas.

En especial, este centro pone el foco en las soft skills, unas competencias que a menudo pasan desapercibidas en la Formación Profesional. “La formación en habilidades blandas es fundamental, porque el sector tecnológico trabaja mayoritariamente por proyectos y eso exige capacidades que no siempre se entrenan”, señala la responsable.

El vínculo del centro con las empresas es también un eje central de su educación. Gestionan convenios con un gran número de compañías tecnológicas y del sector digital, tanto locales como nacionales. Entre ellas, Mayoral, Accenture, EY o NTT Data. Estas colaboraciones permiten que los alumnos realicen sus prácticas en entornos reales de trabajo y entren en contacto directo con las metodologías.

Para Marina, “preparar a los alumnos para el momento de las prácticas es una carrera de fondo. No se trata solo de enviar currículums, sino de que lleguen confiados y con un perfil profesional sólido”. Por ello, reciben orientación en habilidades de comunicación, talleres de creación de currículum profesional y, desde hace poco, cuentan también con un podcast propio que refuerza esa preparación.

El resultado de este acompañamiento se traduce en una tasa de empleabilidad del 98%. “No es raro que algunos estudiantes sean contratados por la misma empresa en la que realizan las prácticas, incluso antes de finalizar sus estudios” sentencia Ginés. Otros continúan formándose con los másteres de FP que ofrece la escuela mientras ejercen.



El Ayuntamiento de Málaga, a través de su Oficina Málaga **Open for Business**, se ha comprometido a ayudar a las empresas internacionales a establecer oficinas en Málaga. ¿Qué hace?

- Promociona la imagen de Málaga como un destino de negocios, innovación y tecnología.
- Ofrece servicios de consultoría a las empresas e inversores con interés en Málaga.
- Facilita la integración a través de servicios de “soft-landing” para empresas y empleados que llegan a la ciudad.
- Genera una comunidad de empresarios internacionales y nómadas digitales para captar y retener talento.

Lumon alcanza un 95% de reciclaje en su fábrica de Antequera

El modelo de economía circular de la fábrica de Lumon en Antequera se basa en energía 100% limpia. La planta cuenta con una instalación fotovoltaica de 682 kWp que cubre el 40% de su consumo. Usan vidrio y aluminio reciclables, y su horno industrial reutiliza el calor para climatizar las instalaciones. Toda la movilidad interna es eléctrica y el sistema regenera el 100% del agua empleada.



El Teatro del Soho celebra su sexto cumpleaños

Teatro del Soho CaixaBank celebró en noviembre su sexto aniversario en Málaga con un encuentro que reunió a más de 500 estudiantes de arte dramático, música y danza. La jornada incluyó funciones del musical Godspell y un coloquio con su director, Antonio Banderas. El acto, enmarcado en el programa Soho Pueblos, ofreció transporte gratuito desde varios municipios, reforzando el impacto territorial cultural.



La Universidad Europea inaugura oficialmente su campus malagueño

La Universidad Europea de Andalucía inauguró el pasado 13 de noviembre oficialmente su campus en Málaga. La lección inaugural, titulada “El poder de la colaboración”, fue impartida por Ezequiel Navarro y también se invistió como rector a Daniel Hormigo, acompañado por autoridades académicas, representantes institucionales

y empresarios. El nuevo centro universitario, de 27.000 m², acoge a más de 550 estudiantes en instalaciones

tecnológicas avanzadas orientadas a formación práctica, innovación y conexión con la empresa.



Más de 680 directivos y profesionales acuden a Andalucía Management 2025

La decimosexta edición de Andalucía Management reunió el 20 de noviembre en Fycma a 680 directivos de 390 compañías para abordar cómo la IA, la sostenibilidad y el contexto geopolítico condicionan las decisiones empresariales. La psicóloga Inma Puig abrió la jornada destacando la sostenibilidad emocional como pilar del liderazgo actual. Posteriormente, el especialista en IA Lasse Rouhiainen explicó cómo las tecnologías generativas transforman procesos y productividad. El embajador

Rafael Dezcallar analizó la rivalidad entre Estados Unidos y China y la necesidad de que Europa refuerce una posición estratégica. El economista Gonzalo Delacámara expuso el impacto económico de la crisis climática y defendió la sostenibilidad como imperativo para competir. Ignacio Osborne reflexionó sobre la continuidad de la empresa familiar y la importancia del propósito corporativo. El evento también acogió la entrega de los Premios Andalucía Management a Grupo MAS, Covirán y Bodegas Alvear.



Las empresas Grupo MAS, Covirán y Bodegas Alvear han recibido los Premios Andalucía Management en las categorías de Desarrollo Empresarial, Impacto Social y Empresa Familiar, respectivamente.

ALEJANDRA PÉREZ ABRE EL AMBIGÚ DE LA TÉRMICA Y REFUERZA SU APUESTA GASTRONÓMICA



El Ambigú de La Térmica es el nuevo restaurante de Alejandra Pérez, creadora de Alejandra Catering, en la avenida de los Guindos 33. Tras cerrar un proyecto similar en La Coracha, la empresaria malagueña ha retomado este mes de noviembre su propuesta con una carta que combina clásicos, con guiños a su catering y vinos de pequeños productores.

El local, con terraza y espacios abiertos, busca convertirse en punto de encuentro para el público malagueño.

CARREFOUR CELEBRA CINCUENTA AÑOS DE DISTRIBUCIÓN EN ANDALUCÍA



Carrefour conmemoró el pasado 12 de noviembre el 50º aniversario de su primer hipermercado andaluz, abierto en Los Patios (Málaga) en 1975 y más conocido como PRYCA Los Patios. La compañía, que hoy emplea a más de 11.000 personas en la comunidad, reunió a autoridades regionales y locales en un acto en el que subrayó su impacto económico. Con 44 hipermercados y 1.130 proveedores andaluces, Carrefour sostiene un modelo basado en empleo, surtido amplio y precios competitivos.

GRUPO SUSHITA INAUGURA EN MÁLAGA SU PRIMER RESTAURANTE FUERA DE MADRID



El Grupo Sushita abrió en noviembre en Málaga Sushita Chinitas, su primer restaurante fuera de Madrid, en el histórico Café Chinitas. La inauguración, que eleva a nueve sus establecimientos, refuerza su expansión en cocina japo fusión. El nuevo espacio combina técnicas internacionales, producto sostenible y un diseño que respeta los elementos originales del edificio, incluyendo salones privados y la primera tienda en Andalucía de Eugenia&Sushita, la firma de vajillas creada junto a Eugenia Martínez de Irujo.

CANAL MÁLAGA, 20 AÑOS DE COMPROMISO CON LA CIUDAD



La Junta de Andalucía concedió a mediados de noviembre a Canal Málaga RTV el Premio Andalucía de Comunicación Audiovisual Local por sus 20 años de servicio público. El galardón reconoce su labor informativa y de proximidad, así como su crecimiento en cobertura e impacto.

El jurado destacó su compromiso con la ciudadanía malagueña y su apuesta por contenidos innovadores. Canal Málaga suma así un nuevo reconocimiento a una trayectoria consolidada en el periodismo local. Además, celebrará su veintena con una gala de aniversario el próximo 1 de diciembre.

DEKRA abre en Málaga un laboratorio de ciberseguridad



El 6 de noviembre arrancó este centro con 40 especialistas y prevé superar los 100 empleos en cinco años. Desde estas instalaciones, la compañía atenderá proyectos europeos en sectores

como automoción, salud, industria e IoT, garantizando que los productos conectados cumplan las normas internacionales y resistan posibles ataques antes de su salida al mercado.

Antonio Caracuel

socio director
Caracuel Abogados



Récord en construcción de viviendas versus defectos en la construcción

Para la inmensa mayoría de los españoles el comprar una vivienda supone la mayor inversión que van a realizar en su vida y la más ilusionante. Pero a veces, esa ilusión se ve empañada por la aparición de defectos en la construcción, que en algunos casos flagrantes llegan a ser verdaderas “chapuzas”.

La ley establece una **responsabilidad solidaria** de los agentes de la edificación facilitando la reclamación contra cualquiera de ellos, aunque la última responsable sea la promotora.

“Caracuel Abogados” tiene una gran y dilatada experiencia, de más de 40 años, en la defensa de los intereses de los propietarios de viviendas y comunidades de propietarios ante la aparición de “defectos en la construcción” y de “vicios ocultos”, teniendo claro que los primeros son los que aparecen en una “vivienda nueva”, recién entregada, y los segundos son los problemas que surgen en “viviendas de segunda mano”.

Por lo que respecta a las viviendas nuevas habría que distinguir entre plazos de “garantía” y plazos de “prescripción” para plantear una reclamación y no perder nuestros derechos:

La LOE establece tres tipos de defectos con plazos de garantía específicos:

- **Defectos de acabado:** 1 año de garantía.
- **Defectos de habitabilidad:** 3 años de garantía.
- **Defectos estructurales:** 10 años de garantía.

Una vez que el defecto aparece dentro de su plazo de garantía, se dispone de un **plazo de prescripción de 2 años** para iniciar la reclamación judicial. Este plazo puede interrumpirse mediante una comunicación fehaciente (como un burofax), lo que te permite ganar tiempo para una posible solución amistosa.

Si los plazos de la LOE han vencido, aún es posible ejercer una **acción por incumplimiento contractual** contra el promotor-vendedor, con un plazo general de cinco años. Además de la reparación, tienes derecho a solicitar una **indemnización por los daños y perjuicios** ocasionados.

OPPLUS IMPULSA LA DIGITALIZACIÓN AGRO EN SU ÚLTIMO CAMPUS EXECUTIVE 2025



OPPLUS celebró en noviembre su última edición de Campus Executive 2025 en Málaga, centrado en cómo la digitalización puede mejorar la eficiencia agrícola. Expertos de entidades empresariales, académicas y financieras abordaron modelos predictivos, automatización y gemelos digitales para optimizar procesos. Destacaron que la agricultura actual exige anticipar problemas y gestionar la volatilidad con datos inteligentes.



C.C. PLAZA MAYOR ACTIVA CONCIENCIA AMBIENTAL CON MEDITERRANEUM. El centro comercial transformó sus jardines sostenibles en Mediterraneum, una instalación inmersiva gratuita que pudo visitarse del 31 de octubre al 23 de noviembre.



UNICAJA SUPERA YA SUS PREVISIONES ANUALES

Unicaja Banco cerró el tercer trimestre con 503 millones de euros de beneficio, un 11,5% más interanual, superando su meta anual. La entidad apoyó este avance en un margen de intereses de 1.117 millones, el fuerte crecimiento del ahorro gestionado y una morosidad reducida al 2,2%, uno de los niveles más bajos del sector.



DIEZ MILLONES IMPULSAN EVOLUTION PARK EN CARRATRACA

El proyecto albergará el acuario más largo del mundo y generará más de 350 empleos en la comarca.

El 31 de octubre se colocaba en Carratraca la primera piedra del proyecto Evolution Park, un parque temático de naturaleza que aspira a situar al municipio en el mapa turístico europeo. Impulsado por 10 millones de inversión privada, el proyecto creará más de 350 empleos directos e indirectos, según explicó el consejero de Turismo, Arturo Bernal, durante el acto inaugural. El nuevo complejo albergará el acuario más largo del mundo, el

avario más grande de España, un museo de historia natural, un planetario y un cine 360 grados. Su objetivo es atraer visitantes nacionales e internacionales mediante una propuesta que combina ocio, divulgación científica y sostenibilidad ambiental. Bernal destacó que Evolution Park refuerza la estrategia andaluza de diversificación turística y contribuye al crecimiento del turismo de interior, que ya supera los 1,3 millones de visitantes anuales.



—HASTA LOS—

15
AÑOS

DE LEXUS

GARANTÍA

LEXUS



NX

HÍBRIDO ENCHUFABLE

LA EXPERIENCIA EMPIEZA
DE CAMINO A TU DESTINO

LEXUS MÁLAGA

Av. de Velázquez, 190
Tel. 951 214 400
www.lexusauto.es/malaga

LEXUS MARBELLA

C/ Juan de la Cierva, 2 - local 5
Tel. 952 886 750
www.lexusauto.es/marbella



LYDIA NIETO. FUNDADORA DE BRUNCHIT

BRUNCHIT, La marca malagueña que ha revolucionado el 'brunch' en España



 JOSÉ LUIS NAVAS

Si pasea por el centro de Málaga a media mañana, se dará cuenta de que las terrazas se llenan de personas que desayunan tarde o almuerzan temprano. Es el *brunch*, un concepto que ha transformado los hábitos de consumo y que ha encontrado en Málaga uno de sus impulsores.

Hace diez años, en un pequeño local de calle Carretería, abrió sus puertas un espacio de estética poco convencional para la hostelería malagueña.

Brunchit, el proyecto impulsado por la malagueña Lydia Nieto, hoy se ha convertido en una de las cadenas de brunch más reconocibles del país con 19 locales abiertos en España, cinco de ellos en pleno centro de Málaga y otros cinco en Madrid. El resto, repartidos por el territorio nacional.

Y no solo en España porque en Portugal ya existe un acuerdo para abrir seis locales en dos años, apoyado en la sólida estructura operativa de la marca. Gibraltar es otro de los mercados donde ya están presentes, mientras analizan nuevos destinos europeos.

CRECIMIENTO ORGÁNICO... Y MUY RÁPIDO

El primer local estuvo cerca de “morir de éxito”, como recuerda su fundadora. No esperaban una acogida tan abrumadora. Para la

emprendedora malagueña, la clave estuvo en “una propuesta gastronómica que conecta con una generación que busca experiencias distintas”.

La compañía afronta este 2025 con una facturación muy superior a la registrada el año anterior cuando llegaron a los 8,2 millones de euros. A pesar del temor que le causaba a Nieto la entrada de un fondo de inversión, este ha permitido profesionalizar procesos y acelerar su ritmo de expansión.



UN MODELO BASADO EN OPERACIONES Y PROCESOS

Uno de los motivos que explican el crecimiento de Brunchit es que, detrás de la estética llamativa y los locales siempre llenos, hay una organización que se ha ido “haciendo mayor”. Con el tiempo, la compañía ha aprendido a trabajar con más método: crear sus propias guías internas, formar a los equipos de forma constante y revisar cada proceso para que la experiencia sea siempre la misma, abra donde abra.

“La llegada del fondo nos dio estructura, método y confianza para crecer sin perder la esencia”

EL DISEÑO NO SE IMPROVISA

Cada local se estudia durante meses antes de reformarlo. No existe un simple copiar y pegar, la armonía estética se mantiene, pero cada espacio tiene personalidad propia.

Desde los colores hasta la presentación de los platos, todo responde a un lenguaje de marca reconocible: fotografía cuidada, platos visuales, espacios luminosos y un estilo tropical que se ha convertido en su sello.



EXPANSIÓN HÍBRIDA

Brunchit crece con un modelo híbrido. Locales propios, franquicias tradicionales y, especialmente, máster franquicias. La selección de ubicaciones responde siempre al mismo principio: “solo buscamos espacios con alma”. Brunchit evita centros comerciales y prioriza zonas con vida urbana, incluso aunque ello implique renunciar a calles más caras. El objetivo es garantizar una experiencia coherente y auténtica.

“Nuestra marca ha logrado tal capacidad de atracción que puede permitirse no depender exclusivamente de la calle principal: el cliente llega porque busca la experiencia Brunchit”

CULTURA EMPRESARIAL Y RSC

Brunchit ha construido una cultura corporativa en la que las personas ocupan un papel central. La empresa colabora con Down Málaga, integrando a personas con discapacidad intelectual en plantilla mediante contratos convencionales, y mantiene alianzas con Cruz Roja y otros colectivos. “Nuestras chicas de Down Málaga cobran como cualquier otro trabajador. Nuestra acción social trata de brindar igualdad de oportunidades a personas con distintas capacidades”.

Datos relevantes



Facturación 2025:
14 millones.



Número trabajadores:
200.



Ticket medio:
20€/cliente.



Lo + famoso:
Capuccino y Eggcellent.



PRESENTACIÓN DE LA TORRE DEL PUERTO

En noviembre se presentó el proyecto Chipperfield de la Torre del Puerto de Málaga con una inversión prevista de 200 millones para un hotel de 382 habitaciones. Promovida por Gihsa y Al Alfia, prevé abrir en 2029 tras tres años de obras y generará 1.000 empleos, reforzando la conexión urbana y la proyección internacional de la ciudad.



FUERTE GROUP ABRE AMÀRE EN SANCTI PETRI

El resort solo para adultos creará 230 empleos y abrirá en 2026.



La cadena hotelera malagueña abrirá en 2026 el Amàre Beach Hotel Sancti Petri, un establecimiento frente a la playa de La Barrosa, en Chiclana. Con 352 habitaciones y 30,6 millones de inversión, generará 230 empleos directos.

GRUPO CAJAMAR ELEVÓ SU BENEFICIO TRIMESTRAL UN 6,9%

Grupo Cajamar cerró los nueve primeros meses del año con un beneficio de 263 millones de euros, casi un 7% más que en el mismo periodo del ejercicio anterior. El crecimiento del margen bruto, la mejora del margen de intereses y el control de costes permitieron reforzar la eficiencia operativa. La entidad elevó su solvencia al 16,4% y situó la morosidad en el 1,76%, uno de los niveles más bajos del sector, contando con 109.622 millones de euros en negocio gestionado.



La Junta y Google firman un acuerdo

La Junta y Google firmaron el 6 de noviembre en Málaga un protocolo de actuación para impulsar la digitalización regional. El acuerdo, coordinado por la ADA y Google Iberia, contempla formación en IA, nube, ciberseguridad y emprendimiento digital durante dos años. Su objetivo es acelerar la economía digital andaluza y mejorar la brecha digital.

Málaga triunfa en los Santander X Awards

Albor Space, spin-off de la UMA, obtuvo el tercer premio nacional en los Santander X Awards 2025 compitiendo entre 800 proyectos universitarios. Su tecnología satelital modular y de bajo coste representará a España en la fase global del certamen.





Saltar *con Red*

En AUTOCONTROL te acompañamos y asesoramos para que puedas comunicar **de forma eficaz y creativa en tu publicidad**, pero **de forma segura** y evitando riesgos innecesarios.


 The logo for Torsa Soluciones, featuring the word "Torsa" in a bold, black, sans-serif font, followed by a red stylized graphic element resembling a flame or a stylized 'S'.

Torsa Soluciones: el valor añadido que abre puertas en los grandes polos mineros

Desde Málaga, Torsa Soluciones impulsa tecnología avanzada y conquista mercados mineros internacionales con visión global.

Torsa Soluciones ha construido desde Málaga una propuesta industrial que mezcla ingeniería de precisión, desarrollo propio y una visión global poco habitual en compañías jóvenes del sector. Mariano Barroso, consejero delegado de la firma, resume la esencia del proyecto con claridad. Afirmar que "Torsa es una multinacional tecnológica especializada en el diseño y fabricación de soluciones avanzadas para la mejora de la seguridad, la calidad y la eficiencia operativa en sectores críticos". La empresa desarrolla sistemas basados en sensorización de alta precisión y software propio que permiten "herramientas fiables, robustas y sostenibles que permitan la toma de decisiones informadas", en palabras del directivo.

"El principal objetivo es consolidar y aumentar nuestra presencia en los mercados donde ya operamos, ampliando la red comercial y el número de acuerdos estratégicos"

Ese planteamiento técnico ha impulsado un crecimiento internacional constante, lo que para Barroso tiene un peso muy significativo en su actividad y forma parte de su orientación global desde el inicio. La compañía opera con sede en Perú y Sudáfrica y trabaja con colaboradores en Chile, Reino

Unido, Australia y Arabia Saudí. La demanda que genera en muchos de estos países la minería (sector muy vinculado a sus soluciones) ha marcado parte del camino. El consejero delegado recuerda que la menor implantación minera en España ha orientado el crecimiento hacia el exterior.

LATINOAMÉRICA, UN MERCADO CLAVE

Una de las áreas más relevantes para la empresa es latinoamérica. Barroso señala que "nuestra presencia es especialmente sólida en España y en determinados países de Latinoamérica, especialmente Perú, donde ya contamos con sede y proyectos consolidados". A esto se suma el avance en Sudáfrica, Arabia Saudí y Australia. El directivo destaca que estas regiones valoran

La empresa está presente en sectores como la industria pesada (minería, obra civil, etc.), logístico, farmacéutico, agroalimentario y el sector de las energías renovables.



"Nuestra estrategia se basa en la especialización, la calidad del producto, la innovación constante y un modelo de acompañamiento técnico cercano con el cliente", señala Mariano Barroso.

tecnologías capaces de mejorar la seguridad, reducir riesgos operativos y mejorar la rentabilidad mediante sistemas precisos y respaldados por soporte especializado.

Exportar desde Málaga no está exento de desafíos. El responsable de la compañía detalla que los puntos más críticos aparecen en la organización interna y en la coordinación entre fabricación, certificaciones, tiempos de entrega y soporte técnico en destino. Según sus palabras, "nuestros equipos requieren pruebas, calibraciones y configuraciones específicas, lo que exige planificación meticulosa y alianzas logísticas fiables". A esto se suman normativas técnicas y aduaneras que cambian en cada país y la necesidad de controlar los costes de importación de sus filiales.

El escenario competitivo añade presión. Aun así, Barroso sostiene que la empresa se diferencia por especialización, innovación y cercanía con el cliente. Recalca que "nuestra estrategia se basa en la especialización, la calidad del producto, la innovación constante y un modelo de acompañamiento técnico cercano con el cliente. No competimos en precio, sino en valor". Los próximos años estarán centrados en ampliar presencia internacional y en nuevas líneas de producto.

MÁLAGA, BASE DE OPERACIONES

Barroso considera que "Málaga ofrece un entorno cada vez más competitivo para compañías tecnológicas, con un ecosistema empresarial en crecimiento". La conexión internacional, el puerto, el aeropuerto, el talento y la cultura innovadora consolidan a la ciudad como un punto de partida sólido para proyectos con ambición global. /J.L.N

enbreve

UBAGO GROUP LIDERA LA PRESENCIA MALAGUEÑA EN MISIÓN A FINLANDIA



La empresa malagueña Ubago Group Mare participó los días 12 y 13 de noviembre en una misión comercial organizada por Andalucía TRADE en Helsinki,

dirigida a impulsar alimentos gourmet andaluces en un mercado de alto poder adquisitivo. La acción reunió a ocho firmas andaluzas y seis importadores finlandeses, con 88 reuniones profesionales celebradas en el Hotel Sofía y visitas técnicas a puntos de venta locales. El objetivo era ampliar oportunidades en Finlandia, donde Andalucía es ya la principal exportadora española de alimentos y bebidas. La misión refuerza la internacionalización del sector y la proyección de productos sostenibles y premium.

MÁLAGA PROYECTA SU AGRO CON SIGFRIDO FRUIT EN MISIÓN A COLOMBIA



La empresa malagueña Sigfrido Fruit participó del 28 al 30 de octubre en la misión comercial organizada por Andalucía TRADE en Bogotá y Medellín, destinada a impulsar el agro andaluz en este mercado estratégico por su creciente capacidad de consumo.

La acción reunió a cuatro firmas andaluzas que mantuvieron 45 reuniones con importadores y distribuidores colombianos, buscando nuevas oportunidades para productos como aceite, aguacate y frutos secos. La cita refuerza la presencia andaluza en un país en expansión económica y con alta demanda de alimentos de calidad, consolidando la proyección internacional del sector agroalimentario regional.



José Rojas e
Iván Marmolejo

Dos jóvenes malagueños preparan la apertura de Wow Coffee, un espacio donde creatividad, sabores insólitos y estética contemporánea se unen para ofrecer una propuesta distinta, fruto de inspiración internacional, que aspira a convertirse en referencia entre los amantes del café.

Wow Coffee: Un nuevo concepto de café abrirá sus puertas en diciembre

Entre el olor a pintura fresca y el eco de las obras, dos jóvenes malagueños afinan los últimos detalles de una idea que cambiará la forma de tomar café en Málaga. Son Iván Marmolejo y José Rojas, y en este pequeño local en transformación en la calle Esperanto 17, están dando vida a su próximo gran proyecto: Wow Coffee.

Ese es el nombre con el que quieren abrirse paso en la capital de la Costa del Sol. "El ecosistema emprendedor aquí es muy fuerte: hay mucha gente joven con ganas, y recibimos muchos mensajes de apoyo", cuenta José con una sonrisa de ilusión dibujada en la cara.

Los emprendedores, ambos de Churriana, se conocieron en el colegio y varios años después, continuaron juntos en la Universidad donde fundaron su primera empresa: Plash, una marca de removedores de café sostenibles que logró cobertura mediática a nivel nacional. La clave de

su éxito fue mostrar el proceso en TikTok e Instagram. "Conectamos con la gente, y eso mismo estamos haciendo ahora", explican. Finalmente, vendieron la marca a otros emprendedores y con los fondos decidieron emprender un concepto completamente nuevo.

La experiencia pasada les dejó varias lecciones. "Van a fallar mil cosas y aun así tienes que seguir adelante, buscar soluciones y no bloquearte". Nos cuentan que lo más importante es hablar con el cliente y preguntar: "Puedes tener una idea que te parezca buena o mala, pero hasta que no hablas con quien será tu cliente no sabes si realmente funciona."

La chispa que encendió este nuevo proyecto nació lejos de Málaga. "La idea llegó en un viaje a Corea, donde vimos muchas cafeterías con sabores raros", explica José. Aquel viaje les abrió la puerta a un mundo distinto. "Había hasta café de rosas... ese era nuestro favorito."



En Corea, cada cafetería buscaba destacar con una propuesta única: "Algunas ofrecían café de castaña, otras de mantequilla... era una locura. Para nosotros fue como descubrir un mundo nuevo". Esa inspiración se convirtió en la base del concepto que ahora quieren implantar en Málaga, donde ofrecerán incluso creaciones semanales.

Aunque el café es el protagonista, su proyecto va más allá de la bebida. Quieren crear un espacio que sorprenda desde la entrada.

Dos amigos de Churriana transforman su pasión por el café en un concepto creativo que fusiona sabores inusuales, diseño experiencial y conexión con el público mediante redes sociales y experiencia.



Inspirados por cafeterías coreanas y sabores sorprendentes, los fundadores de Wow Coffee buscan ofrecer una experiencia única en Málaga, superando obstáculos financieros y consolidando comunidad que cree en innovación local.

"Queremos probar, equivocarnos y aprender, porque solo hablando con quien nos visita sabemos si la idea tiene sentido"

"No queremos ser otra cafetería más. Buscamos que la gente entre y sienta que está en un sitio diferente, que viva una experiencia", explican mientras señalan las paredes recién pintadas. "Cada cosa que hacemos nos hace ilusión. Ver cómo va cogiendo forma es increíble."

"No queremos ser otra cafetería más; buscamos que la gente entre y sienta que vive una experiencia diferente desde el primer sorbo"

El proceso no ha sido sencillo, especialmente la financiación. "Con nuestra edad, los bancos no te lo ponen fácil", reconocen. Aun así, afirman que la comunidad emprendedora malagueña les ha dado fuerza para seguir. "Málaga está llena de gente joven con ganas de crear."

La cercanía con la que comparten su camino en redes ha gustado a mucha gente. El proyecto ya ha reunido a más de mil personas interesadas en la apertura. "Queremos demostrar que se pueden hacer cosas guays sin tener recursos. Si te mueves y trabajas, se puede."

Mientras hablan, entre el ruido de herramientas y el olor a madera recién cortada, es fácil intuir que el proyecto está en plena evolución, pero también que tiene algo que no se compra: la energía de dos jóvenes dispuestos a construirlo todo con sus propias manos. Y, visto lo visto, no es difícil imaginar que este pequeño local en obras pueda convertirse en el inicio de algo mucho más grande. J.L.N

enbreve

SE ENTREGAN LOS VI PREMIOS DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL LA NORIA



La Diputación de Málaga celebró el 13 de noviembre la VI Gala del Premio de Emprendimiento Social La Noria en el Auditorio Edgar Neville. Tifloactiva Innovación, La Cara Buena del Mundo y La Urdimbre resultaron ganadores, con una dotación total de 10.000 euros. Los proyectos premiados destacan por accesibilidad cultural, bienestar emocional y renaturalización educativa. El presidente provincial, Francisco Salado, subrayó el crecimiento del ecosistema y presentó la nueva plataforma "Málaga Impacta Más", destinada a impulsar la colaboración público-privada y fortalecer el emprendimiento social en la provincia

ANDALUCÍA PRESENTA EN MÁLAGA SU CATÁLOGO DE ACELERADORAS 2025



La Junta de Andalucía presentó el 17 de noviembre en el Centro de Google de Excelencia para la Ciberseguridad de Málaga el Catálogo de Aceleradoras

2025, que identificaba a 37 aceleradoras innovadoras, diez más que en la edición anterior. El consejero José Carlos Gómez Villamandos explicó que el documento, elaborado por Andalucía Emprende, se actualiza para ofrecer información útil sobre programas que impulsan proyectos tecnológicos y emprendedores. El encuentro reunió a un centenar de entidades para fomentar colaboración y nuevas oportunidades. El catálogo refleja un ecosistema atractivo, con programas gratuitos y orientación a resultados.

La vivienda, en punto crítico. El sector señala las claves.



Según cálculos que maneja la industria, el déficit supera ya las 700.000 viviendas a nivel estatal, con fuerte concentración territorial. Solo en Andalucía faltarían más de 200.000 viviendas y en una provincia como Málaga se acumularía alrededor del 30% de ese agujero regional. El diagnóstico es unánime: no se está produciendo vivienda al ritmo al que crece la demanda, y la brecha no deja de aumentar.

LA CLASE MEDIA, ATRAPADA ENTRE SALARIOS Y PRECIOS

Fuentes empresariales vinculan directamente el problema de acceso a la vivienda con la pérdida de poder adquisitivo y el adelgazamiento de la clase media. La inflación avanza, pero los salarios no acompañan, lo que dificulta el acceso a la compra y traslada una presión creciente al mercado del alquiler, que en España está poco profesionalizado y con escasa oferta.

Para estas voces, el problema ya no es solo urbanístico: reclaman un gran pacto de Estado que abarque vivienda, salarios y fiscalidad. La idea es simple: si la economía crece y la vivienda sube,

pero el poder adquisitivo no lo hace, la brecha social se agrava y el acceso se convierte en un privilegio.

URBANIZAR YA NO SALE A CUENTA

Uno de los puntos más críticos está en la propia viabilidad económica del suelo. Promotores y gestores de suelos advierten de que, con costes de urbanización por encima de los 200 euros por metro cuadrado edificable, solo es rentable desarrollar en aquellos mercados donde la vivienda se vende claramente por encima de los 2.200-2.300 euros/m².

Según diversas fuentes, en torno al 80% de los municipios quedarían así prácticamente fuera del radar para nuevas urbanizaciones: el valor del suelo, una vez descontados los costes, sería

nulo o incluso negativo. A ello se suma que, en las últimas décadas, se ha cargado sobre la vivienda buena parte del coste de infraestructuras viarias, redes de suministros y sistemas generales que antes asumía la Administración. Resultado: el negocio del suelo deja de ser atractivo para el capital inversor.

BUROCRACIA, SEGURIDAD JURÍDICA Y BLOQUEO NORMATIVO

Otro consenso entre los empresarios es que el urbanismo español está "hiperregulado y sobrerrecargado". Denuncian una concatenación de normas estatales, autonómicas y locales que alarga los plazos y multiplica los puntos de bloqueo. La acción pública limitada permite que terceros sin interés directo puedan impugnar planeamientos completos, y un error formal puede llevar a anular proyectos enteros en lugar de subsanarse.

En ese contexto, critican la incapacidad de los grandes partidos para pactar siquiera reformas parciales y transitorias de la Ley del Suelo que aporten seguridad jurídica y simplificación mínima: limitar la acción pública abusiva, permitir la subsanación de errores sin derribar

El problema de vivienda no es general: golpea sobre todo a jóvenes, nuevos hogares e inmigrantes

El sector inmobiliario español lanza un aviso claro: el problema de la vivienda ya no es solo “emergencia”, es “alarma social”. Así lo describen distintas fuentes del sector, que coinciden en que España sufre un déficit estructural de oferta enquistado por la falta de suelo finalista, la maraña normativa, la lentitud administrativa y un modelo de financiación que no encaja con los plazos y riesgos del urbanismo.



todo el planeamiento y acortar de forma realista los plazos administrativos.

También señalan la lentitud de la justicia: incluso ganando un recurso, cuando la sentencia llega, el proyecto a menudo ya es inviable por los años perdidos. Reclaman juzgados especializados en urbanismo y procedimientos mucho más ágiles.

INFRAESTRUCTURAS Y CUELLO DE BOTELLA ENERGÉTICO

El déficit de infraestructuras es otro de los grandes frenos. Promotores aseguran que existen desarrollos con

planeamiento y reparcelación aprobados, y suelo ya finalista, en los que no se puede iniciar la construcción por falta de capacidad eléctrica o por depuradoras insuficientes. Se arrastra una inversión insuficiente en redes de distribución que amenaza tanto la vivienda nueva como la rehabilitación energética del parque existente.

La idea de “llenar la España vaciada” choca con esta realidad: sin infraestructuras de transporte, energía y servicios, advierten, es inviable plantear un trasvase masivo de población. Las grandes áreas urbanas, añaden,

Los promotores advierten de que es imposible resolver el problema de la vivienda trabajando solo la demanda: hay que hacer mucha más oferta

MÁLAGA CAPITAL: PRECIOS EN MÁXIMOS Y UNA OFERTA MUY POR DEBAJO DE LA DEMANDA

En Málaga capital, el mercado de obra nueva afronta uno de los mayores niveles de presión de todo el país. Según el informe Vision Málaga 2025 de Savills, el precio medio de la vivienda plurifamiliar alcanza ya los 4.846 €/m², con una superficie media de 114 m² y un coste por unidad que supera los 613.000 euros. Los distritos más caros (Carretera de Cádiz, Málaga Este y el Centro) rebasan los 5.800 €/m², mientras que incluso las zonas más accesibles superan los 2.500 €/m². La demanda es muy heterogénea: un 33% de compradores son extranjeros y el 44% adquiere sin hipoteca. La oferta inicial de 2025 (4.856 viviendas) queda muy lejos de las más de 7.600 unidades necesarias para equilibrar el mercado.



necesitan una visión metropolitana real -en comunicaciones, planeamiento y vivienda- si se quiere utilizar el suelo disponible en su entorno para aliviar precios.

EL PROBLEMA ES DE OFERTA, NO DE DEMANDA

Los expertos coinciden en que las políticas que incentivan la demanda -rebajas de IVA, créditos más blandos- tienden a trasladarse a los precios cuando la oferta no aumenta. De ahí su insistencia en centrar los esfuerzos en el lado de la producción: más suelo movilizado, menos trabas para desarrollar, infraestructuras a tiempo y financiación posible para la urbanización.

En este punto, la vivienda asequible aparece como parte de la solución, especialmente cuando se diseña con tramos que incluyen a la clase media que ni accede a la protección tradicional ni puede pagar la vivienda libre en zonas tensionadas. Fondos de inversión con criterios de impacto social muestran interés, pero los pliegos públicos son, según la industria, cada vez más complejos y desincentivadores.

MÁS ESTADO, PERO PARA COMPARTIR RIESGO

Lejos de pedir "más subsidios sin más", muchos empresarios hablan de una intervención pública distinta: avales que permitan a la banca financiar urbanización sin consumir tanto capital, asunción por parte de las administraciones de sistemas generales e infraestructuras, y un uso eficaz de fondos europeos para activar suelo hoy bloqueado.

La sostenibilidad, por su parte, deja de verse como un obstáculo y se convierte en eje de negocio: vivienda energéticamente eficiente, regeneración de barrios, integración de vivienda asequible y mejoras urbanas. El promotor del futuro, apuntan las fuentes consultadas, será un gestor profesionalizado, con fuerte componente financiero y social, capaz de articular proyectos complejos. Pero su supervivencia dependerá de algo tan poco sofisticado como decisivo: que el país sea capaz de ofrecer reglas claras, plazos razonables y seguridad jurídica. Sin eso, concluyen, no habrá capital dispuesto a asumir el riesgo que exige poner en marcha el suelo que España necesita.

Los empresarios alertan de que si no se reduce el riesgo político y regulatorio, el capital no llegará y no habrá suelo ni vivienda

SIMED CONFIRMA EL TIRÓN DEL MERCADO MALAGUEÑO, PERO TAMBIÉN SUS LÍMITES

El último salón inmobiliario celebrado en Málaga capital refuerza el diagnóstico del sector sobre la fuerte presión que soporta el mercado. En su edición de 2025, Simed registró más de 7.500 visitantes y reunió a más de 180 expositores, un incremento significativo que evidencia el creciente interés por el mercado residencial malagueño.

La oferta presentada superó las 9.400 viviendas disponibles en venta o alquiler en distintos

puntos del país, junto con suelo con capacidad para cerca de 7.000 unidades adicionales, lo que confirma que la actividad promotora y el apetito inversor siguen avanzando pese a los obstáculos estructurales.

El perfil mayoritario de los asistentes -directivos, técnicos, profesionales e inversores- subraya que el mercado de Málaga se ha convertido en un polo estratégico de inversión. Además, la feria dedicó un espacio relevante a

la vivienda asequible, los modelos de colaboración público-privada y las nuevas soluciones industriales y energéticas aplicadas a la construcción. En conjunto, la cita refleja una paradoja: existe oferta, capacidad técnica y capital dispuesto a actuar, pero persisten los mismos cuellos de botella -suelo, plazos e infraestructuras- que impiden que el ritmo de producción responda a la demanda real de la ciudad.



GRUPO PAYRESA

Suelos,
para toda
una vida

Floors for life

C. TUCÍDIDES 44.P.E. STA. BÁRBARA, 29004, MÁLAGA. 952 23 01 23
payresa@payresa.com www.payresa.com

50
años
de experiencia



GUAMAR

Antolín Martín Rubio, presidente de Guamar: 55 años de oficio y una empresa camino de los 40

Asus 82 años, Antolín Martín Rubio, ingeniero de caminos por la Escuela Politécnica de Madrid (promoción de 1970), sigue acudiendo cada mañana a su oficina en Málaga. Fundador y presidente de Guamar -compañía que en 2026 celebrará su 40 aniversario-, este veterano profesional ha dedicado más de medio siglo a la construcción y la promoción inmobiliaria, dejando una profunda huella en el sector. A lo largo de su trayectoria, ha recibido distintos reconocimientos, entre ellos el de Ingeniero del Año de la provincia de Málaga en 2018 y la Medalla al Mérito Profesional, concedida por el Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos (CICCP) en 2022.

Tras sus inicios en LABASA y Ferrovial, donde aprendió la disciplina y el rigor técnico, decidió crear su propia empresa en Málaga, "una tierra de oportunidades". Nació así Guamar, concebida bajo valores que aún hoy la definen: honestidad, excelencia técnica y compromiso con el cliente.

En estas cuatro décadas, Guamar ha sabido mantener una facturación sólida y sostenida, gracias a la prudencia, la diversificación y la selección rigurosa de proyectos y clientes. "Prefiero menos volumen, pero



Con casi cuatro décadas de historia, Guamar encarna el legado de su fundador, Antolín Martín Rubio: una vida dedicada a construir con rigor, valores y visión de futuro.

proyectos seguros y clientes solventes", afirma. Su filosofía ha permitido superar momentos críticos como la crisis de 2008, afrontada con una política conservadora: poca deuda, control de costes y cero especulación.

Don Antolín destaca hitos como el Puerto Seco de Antequera, la rehabilitación de la Plaza de Toros de La Malagueta y del Antiguo Hospital Militar de Granada, convertido en Escuela de Arquitectura y premiado en 2015 con el Premio Arquitectura Española. En los últimos años, Guamar ha reforzado su línea de promoción inmobiliaria, respondiendo a la creciente demanda de vivienda en zonas tensionadas.

Consciente del auge constructivo en Andalucía, el fundador aboga por un crecimiento sostenible: "El desarrollo debe basarse en la calidad y en proyectos que generen valor real para el territorio".

De cara al futuro, trabaja en la transición generacional para asegurar la continuidad del proyecto. "Mi objetivo es dejar un legado que no sea solo de obras, sino de valores".

A las puertas del 40 aniversario de Guamar, Don Antolín representa la unión entre experiencia, ética y visión de futuro. Su trayectoria demuestra que la verdadera construcción va más allá del hormigón: consiste en levantar confianza y permanencia.

Guamar, empresa malagueña fundada en 1986, ha protagonizado importantes obras en la capital, como la Plaza de la Marina, el Auditorio Municipal Cortijo Torres, el Centro Cultural Provincial o el desdoblamiento del Paseo de los Curas. Entre sus proyectos más destacados en Málaga se encuentra la Urbanización de Colinas del Limonar, donde además ha desarrollado su propia promoción y más de 220 viviendas para diversos promotores. Asimismo, ha llevado a cabo la rehabilitación de edificios emblemáticos como el Hospital Regional Universitario y la Plaza de Toros La Malagueta.

guamar

Datos de contacto:
C/ Puerto, 14, 3ª Planta, 29016, Málaga
Teléfono: 952 22 23 96
www.guamar.es
info@guamar.es



37 VIVIENDAS
PLURIFAMILIARES
DE 2, 3 Y 4 DORMITORIOS
Y 2 VIVIENDAS UNIFAMILIARES PAREADAS



guamar

PROMOCIÓN INMOBILIARIA



50 VIVIENDAS
PLURIFAMILIARES
DE 1, 2 Y 3 DORMITORIOS

CORDIA

“Somos promotores a la vieja usanza, que compran suelo y desarrollan proyectos con una implicación muy activa”



Tras el éxito de Jade Tower, en Fuengirola, la compañía inicia la promoción de 360° by Cordia en Cerrado del Águila, Mijas

Mauricio Mesa,
director general de
Cordia en España

Cordia ha invertido de forma significativa en la Costa del Sol. ¿Qué relevancia estratégica tiene esta región dentro del plan de crecimiento del grupo a medio y largo plazo?

Tras el éxito rotundo de Jade Tower, en Fuengirola, Cordia ha decidido apostar por la Costa del Sol y por España dentro de su plan estratégico de manera muy importante. Es decir, va a destinar una parte significativa de sus recursos tanto a la Costa del Sol como a otras localidades de España, donde ya estamos valorando distintas inversiones.

Actualmente tenemos en marcha, aparte del proyecto de Jade Tower, que son 116 unidades, otros

dos suelos, uno en Mijas, 360° by Cordia, con más de 500 unidades, y otras parcelas en la Costa del Sol, pendientes de confirmar.

¿Dónde se va a ubicar 360° by Cordia y cuál va a ser el concepto?

360° by Cordia se enmarca en el entorno natural de Cerrado del Águila, en el término municipal de Mijas, entre montañas y a 5 minutos del mar. El complejo cuenta con un cuidado diseño moderno y funcional firmado por el reconocido estudio HCP Arquitectos, lo que garantiza la integración cuidada en el enclave y la construcción respetuosa con el medio ambiente en todas las fases.

Y es que el nuevo conjunto residencial se desarrollará de acuerdo con los estándares de sostenibilidad de BREEAM y contará con un certificado energético de clase A.

360° by Cordia está pensado para personas que buscan mejorar su calidad de vida en un entorno con el que puedan conectar y para ello la sostenibilidad juega un papel fundamental. Para las familias con niños es un lugar inigualable para vivir, con numerosas prestaciones y servicios, próximo a parques comerciales, colegios y centros de salud y hospitales y a solo 5 minutos del nuevo Gran Parque de Mijas. También es una magnífica opción

Cordia es uno de los grupos de desarrollo e inversión residencial más grandes de Europa Central y del Este, con una marca fuerte y reconocida, y presencia consolidada en los segmentos medio y medio-alto del mercado de viviendas nuevas en Hungría, Polonia, Rumanía y el Reino Unido, además de proyectos en España. Con casi dos décadas de historia y numerosos premios internacionales, el Grupo Cordia garantiza bases sólidas y altos estándares profesionales y técnicos.

CORDIA

Tel. 951 554 400
www.cordia.es



para quienes buscan una segunda residencia en la Costa del Sol, cerca de la playa, con buenas comunicaciones y próxima al aeropuerto internacional, así como para los que simplemente quieren invertir en un valor seguro. Los servicios y espacios se han creado pensando en la vida cotidiana real, para ofrecer flexibilidad, descanso y un importante sentido de comunidad.

¿Qué diferencia a Cordia del resto de grandes promotoras que operan en la Costa del Sol?

Nosotros somos promotores a la vieja usanza, en el sentido de que compramos suelo y desarrollamos un proyecto participando de manera extremadamente activa en

el desarrollo de ese proyecto. Nos fijamos en los detalles y en esa implicación en el proyecto participan muchos miembros de Cordia, desde el director de ventas, nuestros arquitectos internos o incluso yo mismo. Buscamos con esta forma de trabajar, diseñar el producto que mejor se adapte al terreno, en un sentido amplio, por localización, fisonomía, orientación etc...

Yo diría, incluso, que en Cordia tenemos una obsesión fuerte con la parte técnica de los proyectos, queriendo saber hasta dónde va el último tornillo. De esta forma podemos conseguir un producto muy bien diseñado pero además técnica y tecnológicamente muy bien estudiado para que los costes no nos den ninguna sorpresa.



¿Qué lugar ocupa la sostenibilidad en los proyectos desarrollados por Cordia?

La sostenibilidad para nosotros es un punto muy importante en todos los proyectos. Todas nuestras promociones cuentan con certificaciones BREEAM y calificación energética A, pero nosotros queremos ir más allá. Sin embargo, muchas veces nos encontramos con vacíos jurídicos y legales que nos impiden implementar ciertas soluciones, como por ejemplo, un novedoso sistema para reutilizar aguas grises que pretendemos poner en marcha en 360° by Cordia, y que permitiría un considerable ahorro en el consumo de un bien tan escaso como es el agua, además de un importante ahorro económico.

Cordia se ha convertido en referente de lo que se ha venido en denominar ecolujo ¿A qué cree que se ha debido?

Pues muy probablemente se debe a nuestras propuestas de soluciones innovadoras como la anteriormente explicada, relativa al tratamiento de aguas grises. Yo creo que el cliente ya no solo demanda aspectos relacionados con las amenidades o comodidades y prestaciones. Actualmente, nuestros potenciales compradores tienen una mayor conciencia ecológica y de responsabilidad social, lo que les lleva a solicitar que los proyectos cuenten con sellos o certificaciones que garanticen el cuidado del planeta. Es decir, los clientes demandan cada vez más ese compromiso ecológico-social por parte de los promotores, más allá de que la promoción residencial cuente con un coworking o un gastrobar. Demandan promotores responsables. En definitiva, la competitividad futura del sector dependerá de la capacidad de las empresas para generar valor compartido, equilibrando rentabilidad, innovación y compromiso con el entorno.

360° by Cordia: sostenibilidad y confort

La promoción 360° by Cordia en Mijas destaca por su diseño sostenible y su enfoque tipo resort. El proyecto supera las 500 viviendas y su primera fase ofrece 71 unidades de uno a cuatro dormitorios con amplias terrazas, ventanales de suelo a techo y jardines privados. El conjunto incluye piscinas, spa con sauna e hidromasaje, gimnasio, zonas de yoga, coworking, áreas infantiles, cargadores para vehículos eléctricos y domótica avanzada, todo con certificación energética A y estándares BREEAM.



“El futuro del inmobiliario se construye con datos, innovación y tecnología”

En Andalucía, Savills redefine el sector inmobiliario con una visión integral que combina tecnología, especialización y gestión sostenible para generar valor real.

Más allá del ladrillo, un renovado sector inmobiliario busca enfoques integrales que aporten soluciones reales a personas y empresas ante cualquier necesidad de espacio inmobiliario. Desde la búsqueda de oficinas o locales, a la elección del suelo para un proyecto o la gestión y operativa posterior.

El enfoque de Savills parte de una premisa clara: cada activo necesita una estrategia distinta, en función del momento del mercado, las tendencias y la demanda real. Por eso, su propuesta no se limita a la comercialización o inversión como otro tipo de agencias, sino que abarca servicios clave como arquitectura, consultoría de sostenibilidad, gestión patrimonial y técnica de los edificios y por supuesto, valoraciones y tasaciones ECO homologadas por el Banco de España.

En este contexto, la consultora inmobiliaria internacional Savills ha desplegado todos sus servicios presencialmente en Andalucía, apostando con fuerza por un asesoramiento integral en la región para acompañar el momento de transformación que vive el mercado, convencida de que cada vez más, el valor de un inmueble depende de lo que ocurre en él y de que sea gestionado de forma sostenible.



Los máximos responsables de Gestión de Inmuebles, Arquitectura, Andalucía y Valoraciones y Tasaciones en Savills España.

“No somos una agencia. Acompañamos a nuestros clientes desde el análisis inicial hasta la gestión final, con soluciones a medida para cada etapa. Ahora el futuro del inmobiliario se construye con datos, innovación, experiencia y tecnología, no con intuición, y nuestros clientes nos demandan este enfoque integral” explica José Félix Pérez-Peña, director de Savills en Andalucía.

Savills combina la especialización de una firma internacional líder en el sector inmobiliario con el conocimiento profundo de cada ciudad y cercano de una agencia local. Su enfoque se distingue por una comprensión precisa de cada zona y una visión altamente especializada en cada tipo de inmueble,

desde todos los formatos de vivienda y alojamiento, incluido hoteles, hasta oficinas, retail o logístico, como muestra en su informe anual Visión Málaga.

Con esta filosofía, Savills se ha convertido en un socio estratégico para quienes buscan crear valor a largo plazo en el mercado inmobiliario en Málaga a través de servicios de asesoramiento en inversión, comercialización, arquitectura, valoraciones y tasaciones, gestión de inmuebles, sostenibilidad y análisis.

Todo ello con un enfoque transversal que cubre todos los usos inmobiliarios: residencial, flex living y coliving, oficinas y espacios de trabajo, retail y centros comerciales, industrial y logístico, hoteles, residencias de estudiantes o de mayores.



Desde hace más de 170 años, Savills ayuda a las personas y las empresas a prosperar a través de lugares y espacios.



Delegación en Málaga:
C/Marqués de Larios 4. Málaga.
Tel. 952 062 782 - www.savills.es

VISION2025

Málaga, cuestión de futuro

Bienvenidos a Visión 2025

Un documento en el que miramos atrás
para diseñar mejor el futuro de la ciudad



Accede al contenido para conocer nuestro análisis
y reflexiones en un momento clave para Málaga



¿En qué podemos ayudarte?

RESIDENCIAL | OFICINAS | RETAIL | LOGÍSTICO | LIVING | HOTELES
RESEARCH | VALORACIONES Y TASACIONES | ARQUITECTURA | GESTIÓN DE INMUEBLES

savills.es

C/Marqués de Larios 4

MYRAMAR

Myramar Costa: Nueva fase del exclusivo residencial en Mijas.



Grupo Myramar presenta la segunda fase de su exclusivo residencial en Mijas Costa: 48 viviendas con diseño moderno, amplias zonas comunes y una ubicación inmejorable entre mar y la sierra de Mijas.

El Grupo Myramar comenzará la próxima construcción de la segunda fase de Myramar Costa, un exclusivo complejo residencial ubicado entre el Faro de Calaburra y el campo de golf El Chaparral, en Mijas Costa.

A la primera fase compuesta por 55 viviendas en estado de terminación y entrega, se incorporarán 48 luminosos pisos, con diferentes orientaciones, distribuidos en tres edificios de diseño contemporáneo, con opciones de 2 y 3 dormitorios, bajos con jardín y áticos con amplias terrazas.

La urbanización se sitúa a tan solo 700 metros del mar Mediterráneo y la A7, principal vía de acceso y conectividad de la Costa del Sol. En un enclave natural privilegiado que permite disfrutar de la tranquilidad de la Sierra de Mijas, o la playa, sin renunciar a todos los servicios, oferta de ocio y

restauración, que ofrecen Málaga, Fuengirola y Marbella.

La excelente comunicación con los principales núcleos urbanos de la Costa del Sol convierte a Myramar Costa en una opción ideal tanto como inversión, segunda residencia o vivienda habitual.

Cada vivienda destaca por su distribución, diseño y acabados, con cocinas equipadas y amuebladas integradas en el salón que aportan funcionalidad y estilo construidos bajo los parámetros de eficacia energética B, lo que se traduce en un hogar más sostenible, confortable y rentable. Esta clasificación proporciona una temperatura estable y mayor aislamiento térmico y acústico. Para el inversor, representa una revalorización del activo, mayor atractivo en el mercado y acceso a posibles beneficios financieros como hipotecas verdes o subvenciones.

El Conjunto Residencial cuenta con más de 8.000 m² de zonas comunes, que incluyen jardines, piscinas, pista de pádel, sala gourmet polivalente, gimnasio, zona infantil y áreas de descanso. Todo ello pensado para ofrecer un estilo de vida cómodo, activo y en contacto con la naturaleza.

Myramar Costa es mucho más que una vivienda: es un espacio para vivir, disfrutar y desconectar, en un entorno que combina privacidad, exclusividad y bienestar.



Grupo Myramar 1958, con más de 65 años de experiencia en el sector inmobiliario, es un referente en la provincia de Málaga, continúa apostando por proyectos que combinan calidad, diseño y ubicación. Descubre más sobre Myramar Costa y únete a nuestra lista de espera en:

departamento.inmobiliario@myramar.com
www.grupomyramar.com



**Avda. Andalucía, 21 Edif. Jardines
Picasso. Pta de Oficinas. 29002. Málaga
Tel. 952 666 330**

MYRAMAR COSTA

— FASE 2 —

SENTIR | VIVIR...®

Próximo lanzamiento
MYRAMAR COSTA 2 FASE
MIJAS COSTA



48 viviendas en Exclusivo
Residencial con más de 8.000 m2
de zonas ajardinadas con:

- Piscinas
- Áreas de descanso
- Zona infantil
- Sala gourmet polivalente,
- Pista de pádel
- Gimnasio



Teléfono / WhatsApp
+34 687 309 923

Oficina de ventas

Myramar Costa

C/ Aralia S/N / 29649 Mijas Costa. Málaga



Promotores-Constructores desde 1958



HCP ARQUITECTOS

Mario Romero: “Málaga es una oportunidad inagotable; es imposible entender HCP sin ella”

Mario Romero, director técnico de HCP Arquitectos, revela cómo el estudio combina honestidad, innovación y raíces malagueñas para crear proyectos sostenibles con impacto global.



Después de casi cuarenta años de historia, HCP Arquitectos mantiene intacta la esencia con la que nació: convertir las ideas de sus clientes en proyectos rigurosos, innovadores y con impacto real en la sociedad. Así lo resume su director, Mario Romero, quien destaca que la clave del estudio siempre ha sido “hacer arquitectura con honestidad, excelencia y sentido”.

Pese a su proyección internacional, HCP continúa firmemente anclada a Málaga, la ciudad que los vio crecer. Para Romero, el potencial de la capital es inagotable: “Ha pasado de ser un destino turístico a convertirse en un polo tecnológico, cultural e innovador”.

Esta transformación ha permitido que el estudio trabaje con clientes locales y globales sin renunciar a su origen.

EVOLUCIÓN CONSTANTE

La manera de trabajar también ha evolucionado. De los rotring y el papel, HCP pasó al CAD y hoy opera en entorno BIM, con modelos 3D colaborativos y procesos apoyados en IA para agilizar tareas y reducir errores. Esta adaptación constante ha sido clave para diferenciarse y mantenerse a la vanguardia.

El sector inmobiliario en la Costa del Sol, afirma Romero, vive un momento de fuerte dinamismo gracias al turismo de calidad, la llegada de profesionales internacionales y el auge tecnológico.

Entre los mayores retos del estudio destaca la creación de equipo y canteira, una filosofía heredada de su fundador, Javier Higuera, cuyo legado sigue guiando al estudio. Romero nos cuenta cómo han creado una familia más que

un equipo de trabajo “hemos tenido padres y luego hijos que han trabajado en HCP. Eso es precioso”.

PRESENCIA INTERNACIONAL

Con presencia consolidada en Oriente Medio y nuevo horizonte en Australia, HCP mira al futuro con ambición diseñando proyectos sostenibles, innovadores y conectados con su entorno. “La sostenibilidad empieza desde el origen: pensar en cómo vivirá la gente, no solo en que el edificio sea bonito”, añade Romero.

INNOVACIÓN COMO PRINCIPIO

HCP trabaja hoy con herramientas que permiten simular energía, iluminación y comportamiento real de los edificios antes de construirlos. Esta precisión tecnológica ha convertido al estudio en socio estratégico para grandes clientes que buscan eficiencia, calidad y visión global sin perder el sello local.

Romero insiste en que el valor de HCP no reside sólo en lo técnico, sino en la forma de entender la profesión, creando espacios que generen bienestar, respetando el entorno y aportando soluciones que mejoren la vida de quienes los habitan. “La arquitectura debe emocionar, pero también debe servir”, concluye.

Romero destaca la evolución tecnológica del estudio, que combina tradición y BIM para crear proyectos con impacto

HCP es un estudio especializado en arquitectura, urbanismo e ingeniería que concibe cada proyecto como un servicio a la sociedad. Con equipos técnicos propios y una visión integral, desarrolla infraestructuras complejas y diseños innovadores, combinando rigor, eficiencia y compromiso para transformar ciudades y superar las expectativas de sus clientes en España y el extranjero.

HCP

Pº Marítimo Ciudad de Melilla 11. Málaga.
Tel. 952 227 707 - www.hcparquitectos.com

Desde Málaga, al servicio de la arquitectura global.



Nacimos en Málaga hace 40 años y hoy participamos en el desarrollo urbano de más de 30 países. Nuestra visión global y nuestro compromiso local nos impulsan a crear una arquitectura con propósito: sostenible, humana y rigurosa.

HCP

ARCHITECTURE
& ENGINEERING

Arquitectura con principios. Más allá de la eficiencia.
www.hcparquitectos.com

GILMAR



El mercado residencial se diversifica: GILMAR muestra en SIMED la nueva realidad del sector inmobiliario

El **Salón Inmobiliario del Mediterráneo (SIMED)**, que se celebró en **Málaga del 13 al 15 de noviembre**, volvió a situar a Andalucía como uno de los epicentros del mercado residencial español. En un momento de moderación de precios, ajuste de oferta y crecimiento de la demanda de calidad, la feria se ha consolidado como un termómetro del sector y un punto de encuentro para promotores, inversores e intermediarios.

En este contexto, **GILMAR** acudió a la feria con una cartera que refleja las **principales tendencias del mercado**: viviendas sostenibles, proyectos de rehabilitación, nuevos modelos de segunda residencia y una diversificación que responde tanto al comprador nacional como al extranjero.

La **Costa del Sol** sigue siendo

motor de inversión. En **Casares**, Lake Essence Mansions, en Finca Cortesín, ofrece 14 parcelas desde 1.477 m² para villas con vistas al mar o al lago, desde **664.650 euros**. También en Casares, Casares Bay incluye nueve viviendas de dos y tres dormitorios, con entrega en 2027, desde **370.000 euros**.

En **Estepona**, Altoasis Residences agrupa 87 viviendas con piscinas, spa y gimnasio, desde **405.000 euros**, mientras que Portamare ofrece 22 apartamentos frente al mar, desde **489.700 euros**. En la **Nueva Milla de Oro**, Balcón del Mediterráneo se dirige al segmento premium, con viviendas de tres a cinco dormitorios desde **1.258.290 euros**.

En **Málaga capital**, Be Grand El Limonar combina rehabilitación y obra nueva a 200 metros de la playa. Ofrece 18 viviendas de uno a cuatro dormitorios con piscinas panorámicas y rooftop, desde **895.000 euros**, entrega en 2027.



ANDALUCÍA OCCIDENTAL

En **Cádiz**, Plaza de España 12 recupera un palacio del siglo XVIII para 14 viviendas con domótica, desde **285.000 euros** y entrega inmediata. En **Gelves (Sevilla)**, Mirador de Sevilla ofrece 40 viviendas con garaje y terrazas, desde **144.000 euros**. En **El Puerto de Santa María**, Cielo 16 suma 13 viviendas con piscina y terrazas privadas, desde **174.300 euros**.

MADRID Y CANARIAS

En **Madrid**, destacan Residencial Avenida América, en el distrito de Salamanca; LC26 en **Alcobendas**, desde **407.700 euros**; CDA1 Urban Spaces en **San Sebastián de los Reyes**, desde **160.700 euros**; y La Dehesa 12 en **Boadilla del Monte**, con entrega en 2027.

En **Telde (Gran Canaria)**, Brassie Villas refuerza la apuesta por la sostenibilidad con villas dotadas de energía fotovoltaica, desde **459.000 euros**.

Así **GILMAR** opta este año por la diversificación, por adaptarse a nuevas demandas, en el que sostenibilidad, ubicación y rentabilidad marcan las decisiones de compra e inversión.



Altoasis Residences (Estepona).



BeGrand Limonar (Málaga)



Casares Bay (Casares)



LC26 (Alcobendas)



Portamere (Estepona)



Dehesa 12 (Boadilla del monte)

GILMAR Consulting Inmobiliario es una empresa de intermediación inmobiliaria, de capital español, fundada en 1983 por Jesús Gil Marín y Manuel Marrón Fuertes, propietarios y consejeros delegados. En la actualidad, opera los mercados de alquiler, compraventa de viviendas de obra nueva y segunda mano, fincas rústicas, capital markets y retail. Su red comercial se compone de 38 equipos comerciales, ubicados en Madrid, Costa del Sol (Málaga, Marbella, Benalmádena, Estepona y Puerto Banús), Sevilla, costa de Cádiz y en Las Palmas de Gran Canaria y Tenerife. Además, GILMAR mantiene alianzas comerciales con las mejores inmobiliarias más de 35 países.

El grupo de empresas GILMAR incorpora, además de la sociedad inmobiliaria (GILMAR Consulting Inmobiliario), otras compañías que refuerzan su propuesta de valor, dedicadas a la gestión hipotecaria (Hipogesban); construcción, reformas e interiorismo (Soluciones Constructivas); y tasación y valoración de activos (Thirsa).



Delegación en Málaga:
C/ Cortina del Muelle, 13,
29015 Málaga
Tel. 951 233 333
www.gilmar.es/malaga

GRUPO INSUR

Grupo Insur celebra 80 años consolidando su presencia en Andalucía Oriental con proyectos sostenibles e innovadores

En su 80 aniversario, **Grupo Insur** reafirma su compromiso con **Andalucía Oriental**, donde consolida su liderazgo con **nueve promociones residenciales y dos edificios de oficinas** en Málaga.



La compañía mantiene además una fuerte presencia en Sevilla, Córdoba y Madrid, afianzando su posición como uno de los grupos inmobiliarios más sólidos y diversificados del país. Grupo Insur impulsa el desarrollo inmobiliario en **Andalucía Oriental**, una de las zonas más dinámicas del mercado español, combinando experiencia, **innovación y sostenibilidad**. Su modelo de negocio prioriza la **calidad de vida** mediante viviendas modernas y espacios de trabajo eficientes.

MARBELLA, MIJAS, ESTEPONA Y MOJÁCAR

En la **Costa del Sol**, el grupo desarrolla proyectos residenciales en **Marbella, Mijas y Estepona**, además de una promoción en **Mojácar**, reforzando su presencia en una región que ofrece conectividad y calidad de vida.

En **Marbella**, los preyectos **Quintessence, Origin y Soleil** suman

más de 230 viviendas con amplias zonas de ocio y bienestar.

En **Mijas**, las promociones **Savia, Balance y Balance Nova** ofrecen 357 viviendas integradas en el entorno natural, próximas al aeropuerto y a las playas.

En **Estepona**, **Birdie Hills** (68 viviendas inmersas en el campo de golf) e **Insur Scala** (121 viviendas a un paso del paseo marítimo) reflejan la filosofía

del grupo basada en diseño, confort y sostenibilidad. Fuera de la Costa del Sol, en **Mojácar**, **Las Terrazas**, dentro del complejo **Macenas Mediterranean Resort**, ofrece 125 viviendas combinadas en armonía con la naturaleza.

OFICINAS SOSTENIBLES EN MÁLAGA

Además de su oferta residencial, Insur impulsa **dos edificios de oficinas emblemáticos** en Málaga bajo criterios de eficiencia energética y bienestar.

Ágora, en el paseo marítimo junto al Polo Digital de Tabacalera, dispone de 9.186 m² alquilables, capacidad para 750 trabajadores, terrazas con vistas al mar y aparcamiento con recarga eléctrica.

El edificio **Noa**, en Martiricos, cuenta con 9.805 m², 327 plazas de aparcamiento y amplias terrazas, incluido un rooftop de 1.000 m² con vistas al centro histórico.



Edificio NOA

Con estas iniciativas, Grupo Insur celebra ocho décadas contribuyendo al desarrollo urbano y económico del sur de España, apostando por un modelo responsable, innovador y centrado en las personas, con Andalucía Oriental como eje de su crecimiento.



C/Eslava, 14, Edif. Perchel Plaza, Planta 1ª, Puerta 3
Tel: 952 006 768 - www.grupoinsur.com



80 años de historia reflejan un legado de **inspiración que nos impulsa** a crear juntos un futuro donde las personas, la innovación y el entorno avanzan unidos.

grupoinsur.com

iSinsur
GRUPO

SUBA

SUBA: la promotora de SINERBA que impulsa Proyectos Compartidos

José María García asume la dirección general de SUBA para consolidar su crecimiento y fortalecer su papel como motor de nuevos proyectos dentro de SINERBA.



José María García
Fernández, director
general de SUBA

SINERBA anuncia el nombramiento de José María García como CEO de SUBA, la compañía especializada en la identificación, desarrollo y gestión integral de proyectos inmobiliarios del grupo.

Hasta ahora, José María desempeñaba el cargo de director de proyectos en la propia empresa, desde donde ha contribuido de forma decisiva al impulso y consolidación de su actual cartera de desarrollos.

Su nombramiento refuerza la apuesta del grupo por el talento interno y el liderazgo basado en la experiencia y la visión estratégica compartida, en una etapa en la que el

grupo avanza con fuerza en su propósito: crear valor a través de proyectos compartidos.

“SUBA no es una inmobiliaria al uso, sino un socio estratégico que detecta, desarrolla y materializa oportunidades inmobiliarias de forma integral, aportando rentabilidad y confianza a largo plazo”, explica José María García. “Nuestro propósito es seguir creando valor a través de proyectos sólidos, con la colaboración como eje de cada iniciativa.”

SUBA: EL PUNTO DE PARTIDA DEL CICLO DE VALOR

En este engranaje, SUBA actúa como la semilla

Una gestión integral, de principio a fin.

SUBA ofrece un servicio completo que cubre todas las fases del ciclo inmobiliario:

1. Identificación y adquisición del suelo.
2. Estudios de viabilidad y due diligence.
3. Gestión urbanística y tramitación de licencias.
4. Estructuración financiera y búsqueda de inversores.
5. Desarrollo y diseño del proyecto.
6. Gestión técnica, económica y comercial.
7. Ejecución y construcción.
8. Entrega y seguimiento postventa.

SUBA /
SINERBA.

Datos de contacto:
Av. de los Vegas, 50,
Cruz de Humilladero,
29006 Málaga
Tel.: 682 22 95 20
www.suba.es

DATOS DE LA CARTERA



del desarrollo, el punto de partida donde nacen las oportunidades.

Desde la identificación de suelos estratégicos hasta la entrega del activo final, la compañía lidera el proceso con una visión integral, técnica y financiera, siempre en colaboración con el resto de las empresas del grupo y con colaboradores externos.

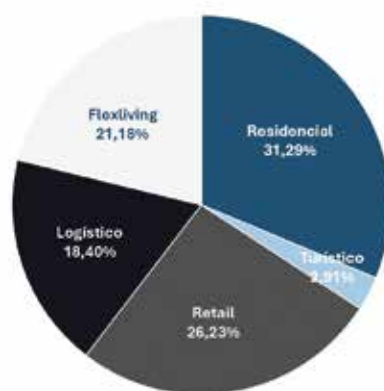
Cada proyecto desarrollado por SUBA es el punto de partida de algo más grande: un proyecto compartido.

DATOS DE LA CARTERA DE SUBA

En términos de volumen, SUBA gestiona más de 700.000 m² de superficie repartidos en 42 proyectos, con especial protagonismo del residencial (1.320 viviendas en 17 promociones) y del flexliving (2.603 unidades en 4 proyectos). El retail aporta una superficie de 138.000 m² SBA, mientras que los proyectos logísticos suman cerca de 291.000 m² y el turístico incorpora 307 habitaciones.

Una cartera amplia, equilibrada y diversificada que posiciona a SUBA como un actor integral en el desarrollo inmobiliario multiactivo.

DIVERSIFICACIÓN DE LA CARTERA DE SUBA



SINERBA: UN ECOSISTEMA INTEGRAL AL SERVICIO DEL DESARROLLO INMOBILIARIO

SINERBA integra un conjunto de compañías especializadas (Suba, Bilba, Tailor, Leba y Sabia) que abarcan toda la cadena de valor del sector inmobiliario, ofreciendo un servicio integral desde la concepción del proyecto hasta su gestión y mantenimiento posterior.



AGROJARDÍN

Antonio Bazán: "El jardín ha pasado de ser un extra a convertirse en una estancia esencial del hogar"

Agrojardín, con más de cuatro décadas de trayectoria, se ha consolidado como referente en creación y mantenimiento de zonas verdes. Su director general, Antonio Bazán, analiza cómo la sostenibilidad, la tecnología y un cliente más exigente están transformando el papel del jardín en la vivienda.



Antonio Bazán, director general de Agrojardín

Para Antonio Bazán, director general de Agrojardín, hablar hoy de jardinería es hablar de un sector en plena transformación. La empresa, fundada hace más de 40 años, ha evolucionado desde la producción de planta hasta convertirse en un proveedor integral de servicios verdes, capaz de asumir desde el diseño y la ejecución hasta el mantenimiento técnico de jardines y zonas verdes. Una integración total de procesos que, según Bazán, es clave para ofrecer "un servicio fiable, riguroso y adaptado a cada cliente".

Ese enfoque integral ha convertido a Agrojardín en un actor relevante en el sector inmobiliario, donde colabora con promotoras, constructoras, arquitectos y paisajistas aportando soluciones desde la fase inicial del

proyecto. "Nos integramos desde los primeros planteamientos hasta la ejecución final", explica. La empresa también participa en obra pública y, a través de su family office, Grupo BZH, impulsa proyectos inmobiliarios donde la naturaleza se convierte en eje del diseño urbano. Esta promotora local, especializada en alta calidad, está actualmente centrada en el proyecto Tyrian Residences de Estepona.

La demanda, sin embargo, ha cambiado radicalmente. Para Bazán, el cliente actual busca convertir su jardín o terraza en una extensión natural de la vivienda: "Una auténtica habitación verde". A esto se suma una sensibilidad creciente hacia el consumo eficiente de agua, la selección de especies adecuadas y el uso de tratamientos respetuosos con el entorno. La lucha biológica y la reducción de fitosanitarios son ya parte del ADN de la compañía.

La tecnología es otro pilar de la innovación. De la mano de Fliwer, Agrojardín está impulsando sistemas de riego inteligente basados en inteligencia artificial y sensores que monitorizan en tiempo real las necesidades

de cada planta. "Gestionar mejor el agua es imprescindible, pero siempre sin perder el contacto humano y técnico que nos define", subraya Bazán.

En cuanto al equilibrio entre sostenibilidad y rentabilidad, lo tiene claro: "No es una contradicción; un jardín bien planteado dura más, funciona mejor y requiere menos recursos". Para ello trabajan con aguas recicladas, mecanización de tareas y planificación técnica rigurosa.

El éxito, recuerda, depende también del talento. Por eso buscan perfiles con formación, pero sobre todo con actitud y respeto por un sistema vivo. "La formación continua es esencial. Un jardín de calidad exige técnica, constancia y vocación".

"La sostenibilidad no es una moda: es la base de un jardín bien diseñado y rentable"

 **agrojardín**

**Ctra. Nacional 340, Km 164.
29680 Estepona
Tel: 952 796 231
www.agrojardin.com**



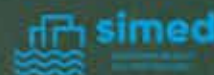
agrojardín

GARDEN CENTER - PAISAJISMO - MANTENIMIENTO

Más de 40 años construyendo
jardines, zonas verdes y espacios
sostenibles **en la Costa del Sol.**

CREAMOS ESPACIOS QUE PERDURAN

Partner oficial de





POR JOSÉ CABELLO
Miembro de la Academia Andaluza de
Gastronomía y Turismo

Productos gourmet para esta Navidad

Una selección de productos gastronómicos muy escogidos que no pueden faltar en esta Navidad.

AHUMADOS ROOFTOP SMOKEHOUSE



Empresa de Barcelona especializada en ahumados artesanales de calidad, equilibrados y sutiles. Entre sus productos más destacados tienen carnes ahumadas como pastrami, bacon o cocquelet, pescados como la trucha o anguila, pero también mantequilla, aceite, queso cheddar o conservas como las anchoas.

También disponen de fermentados y encurtidos, como kimchi, chucrut o pepinillos y desde su web distribuyen sus productos por toda España.

Precio · 42€

MARTA MATÉ 2021, TINTO DE RIBERA DEL DUERO



Elaborado con tempranillo de cultivo ecológico y una crianza de 14 meses en madera de roble francés, se trata de un vino fresco y muy agradable, pero no es el típico Ribera que todos esperamos. Encontramos notas minerales, florales, de frutos negros y de especias como clavo y vainilla. Combina muy bien con carnes rojas, asados, guisos de ave, platos de cuchara y también con quesos curados.

Precio · 22 €

PACK DE NAVIDAD DE CONSERVAS ROSA LAFUENTE



Elaboradas con mimo en Galicia desde hace más de 100 años y con producto de la máxima calidad, es una de las mejores conservas que podemos encontrar hoy en día. Excelentes mejillones en escabeche de receta propia, delicados berberechos, pero llenos de sabor a mar, exquisitas navajas,

sabrosas zamburiñas en salsa de vieira, sardinas de un nivel superior.... Un aperitivo perfecto que podemos preparar en un minuto y que Rosa Lafuente nos presenta en un precioso pack de Navidad.

MANTECADOS DE ANTEQUERA LA PERLA



La Perla, obrador tradicional de Antequera con más de 70 años de historia, es una de las marcas más reconocidas de dulces navideños de esta localidad, gracias a sus exquisitos mantecados artesanos, elaborados a mano, con ingredientes de altísima calidad y en horno de leña.

Además de mantecados, también elaboran otros dulces como alfajores, polvorones, roscos... todos ellos excelentes.

Precio · 66,95 €

PERELADA BRUT RESERVA



En Navidad no puede faltar el vino espumoso, y no solo para brindar en el postre, como aperitivo o acompañando una comida, también es muy recomendable. Este cava elaborado en el Ampurdán, Gerona, con las variedades Xarel·lo, Macabeo y Parellada, es fresco, delicado y equilibrado. Combina con pescados, carnes blancas, marisco y quesos. Además, tiene 86 puntos Parker y un magnífico precio.

Precio · 7€

IBÉRICOS ARO, JAMÓN DE BELLOTA 100% IBÉRICO



Excelente jamón ibérico de bellota elaborado de manera artesanal en la serranía de Ronda, los secaderos están en Cortes de la Frontera. Tiene una curación natural de al menos 30 meses.

Ibéricos Aro es una empresa familiar, fundada en 1941, y actualmente la dirige la tercera generación, que sigue apostando por la tradición, la calidad y una producción limitada. PVP: 385 euros Jamón de 7 kg.

Precio · 385 €



Mokomo, las tartas de queso japonesas que todos quieren

Acaban de inaugurar, con notable éxito, en el centro de Málaga “Mokomo Cotton Cheesecake”, un diminuto obrador en donde elaboran a la vista del público, como si fuera un ritual, una especie de tartas de queso japonesas. Su particularidad es que posee una sorprendente textura, más esponjosa que cremosa y un delicado

y dulce sabor, con notas de huevo y crema.

Las responsables de este singular proyecto son Violeta Jin y Susana Wang, malagueñas de origen chino, que viajaron hasta Japón para aprender cómo hacerlas y replicarlas en su pequeño local de Málaga, en donde las preparan con precisión

milimétrica en pequeñas tandas que se agotan al momento. No admiten reservas, así que la única manera de hacerse con una, solo venden una unidad por cliente, es hacer cola, que puede durar más de una hora.

Estas tartas tienen un tamaño de 15 centímetros y unos 500 gramos de peso, y el precio es de 13,90 euros.



KOI, EL VODKA QUE VIENE DE JAPÓN

Nuevo vodka premium de origen japonés elaborado con cristalina agua de manantial, granos seleccionados y destilado cinco veces para obtener una textura ultra fina y sedosa. Un vodka limpio y fluido que posee sutiles aromas cítricos y de manzana verde, toques minerales y de cereal, lo que hace que podamos disfrutarlo solo o en coctelería.

Precio · 43 €



WHISKY HIBIKI

Exquisito blended japonés creado por "House of Suntory Whisky" a partir de whiskies de malta procedentes de sus destilerías Yamazaki y Hakushu, así como de whisky de grano de la destilería japonesa Chita.

Equilibrado y complejo, en nariz notamos aromas de rosa, lichi, un toque de romero, madera añeja, sándalo... En boca aparecen notas dulces de miel, naranja confitada, madera... Una delicia.

Precio · 82 €





Nuevo Mazda CX-5: Mas grande, más tecnológico

El Mazda CX-5 2026 representa la tercera generación del SUV japonés, un modelo que llegará a Koni Motor en enero de 2026 con una evolución

notable en tamaño, tecnología y planteamiento mecánico. La carrocería crece hasta los 4,69 metros de longitud, superando ampliamente a su predecesor y permitiendo ofrecer

más espacio en las plazas traseras y un maletero de 583 litros, 61 más que antes. La gama inicial se centra en un único motor de gasolina atmosférico de 2,5 litros y 141 CV, asociado a un sistema de hibridación ligera de 24 V que le proporciona la etiqueta ECO de la DGT.

Además, desaparece el cambio manual: todas las versiones incorporan un automático de seis marchas con ajustes para lograr transiciones más fluidas. En el interior, el CX-5 da un salto hacia un diseño más minimalista con la incorporación de dos grandes pantallas, de hasta 15,6 pulgadas, y un sistema multimedia basado en Google, con apps nativas y el asistente Gemini de IA.

También estrena un volante rediseñado y nuevas superficies táctiles. La gama se articula en cuatro acabados y podrá equipar asistentes avanzados, cámaras perimetrales y techo panorámico. Más adelante llegará un segundo motor híbrido no enchufable e-Skyactiv-Z, ampliando la oferta mecánica.



Cómpeta, en Juntos Brillamos Más

El municipio malagueño de Cómpeta ha sido elegido para representar a Andalucía en la nueva edición de "Juntos Brillamos Más" de Ferrero Rocher. Por primera vez, 17 pueblos competirán por la iluminación navideña. La iniciativa promueve el patrimonio, las tradiciones y la diversidad.

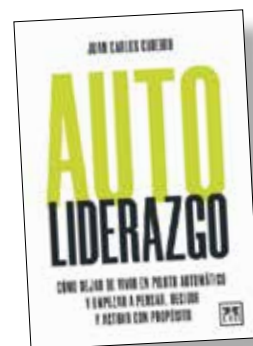
El liderazgo auténtico se cultiva desde dentro

En *Autoliderazgo*, el experto en gestión del talento **Juan Carlos Cubeiro** invita a abandonar el piloto automático y a recuperar el sentido del propósito en la vida y en el trabajo.

El libro plantea cómo construir un liderazgo auténtico desde dentro, basado en valores, coherencia y responsabilidad. A través de un recorrido por seis conceptos

universales, desde la eudaimonía de Aristóteles hasta el ikigai japonés, pasando por el honor hispánico, la whakapapa maorí, el ubuntu africano y el tipping point anglosajón, Cubeiro muestra que la sabiduría ancestral puede guiarnos en la toma de decisiones conscientes y en la creación de una influencia positiva.

El autor, con más de 25 años como



consultor internacional y más de 60 libros publicados, propone un viaje de aprendizaje cultural y personal.

Riojaforum: El motor del turismo congresual en el norte de España

Riojaforum se ha consolidado como uno de los espacios congresuales de referencia del norte de España. Ubicado en el parque de la Ribera del Ebro y a cinco minutos del centro de Logroño, el Palacio de Congresos y Auditorio de La Rioja combina funcionalidad, versatilidad y una arquitectura contemporánea que aprovecha al máximo la luz natural gracias a su gran fachada acristalada.

El complejo ofrece más de 23.000 metros cuadrados útiles destinados a congresos, convenciones, ferias y espectáculos culturales. Su auditorio principal, con capacidad para 1.223 personas, está dotado de tecnología avanzada en audio, vídeo y traducción simultánea. La Sala de Cámara, con 418 plazas, completa la oferta para eventos de formato medio y destaca por su cuidada acústica, reforzada por el revestimiento en madera clara.

La versatilidad es uno de los puntos fuertes de Riojaforum. Sus nueve salas multifuncionales permiten organizar reuniones desde 10 hasta 350 asistentes, mientras que los más de 5.000 metros cuadrados de superficie expositiva ofrecen un amplio rango de posibilidades para ferias sectoriales, presentaciones de producto y montajes corporativos. A ello se suma el uso de terrazas y espacios exteriores, que amplían aún más la flexibilidad del recinto.

La restauración también ocupa un lugar destacado. El edificio dispone de sala de banquetes, cafetería, restaurante y servicio propio de catering, capaz de atender eventos de gran formato y adaptarse tanto a comidas de trabajo como a cenas de gala.

Además de su infraestructura,

Riojaforum se beneficia del atractivo de Logroño como destino congresual: una ciudad accesible, cómoda para recorrer a pie, con amplia oferta hotelera y un entorno que invita a prolongar la estancia gracias a su gastronomía, sus bodegas y su patrimonio cultural.



Logroño, un destino MICE en crecimiento

El crecimiento del turismo de reuniones en Logroño ha situado a Riojaforum como pieza clave en la estrategia de la ciudad para atraer congresos nacionales e internacionales. Su localización, a pocos minutos del casco urbano y con excelentes comunicaciones, facilita la logística de los asistentes. A esto se suma una

oferta hotelera competitiva y una propuesta gastronómica que funciona como un valor añadido para cualquier evento profesional. La combinación de infraestructura moderna, servicios especializados y el atractivo de La Rioja como territorio enoturístico refuerzan el posicionamiento de Riojaforum dentro del mercado MICE.



VER MÁS

IE UNIVERSITY CELEBRA SU TERCER ENCUENTRO IE ALUMNI MÁLAGA

Numerosos profesionales y directivos asistieron el pasado jueves 13 de noviembre en el Centro Pompidou Málaga al segundo encuentro IE Alumni Málaga. Durante este encuentro se hizo entrega de los II Premios IE Alumni de la provincia.



VER MÁS

MÁLAGA, EN EL I ENCUENTRO DE CONSULES DE ANDALUCÍA EN SEVILLA

El Cuerpo Consular acreditado en Málaga, junto a los de Cádiz-Ceuta y Sevilla, fue uno de los organizadores de esta cita, que reunió en Sevilla a más de un centenar de consules, embajadores y representantes institucionales.





VER MÁS

SALÓN INMOBILIARIO DEL MEDITERRÁNEO - SIMED 2025

Simed 2025, Salón Inmobiliario del Mediterráneo, se ha celebrado un año más como un espacio donde se comparten estrategias, se generan alianzas y se analizan los grandes desafíos que condicionan la evolución del real estate.



VER MÁS

ESSCA INAUGURA OFICIALMENTE SU NUEVO CAMPUS EN MÁLAGA

ESSCA inauguró oficialmente a mediados de noviembre su campus en pleno centro de Málaga, un espacio histórico rehabilitado que albergará a 420 estudiantes y consolidará la presencia educativa internacional en la ciudad.

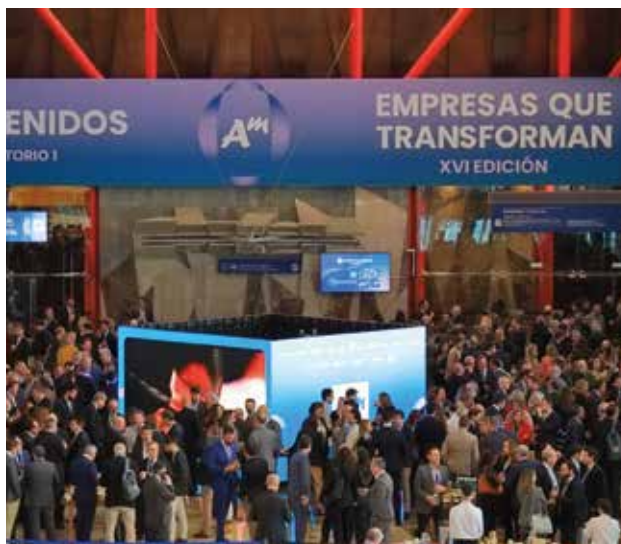




VER MÁS

ANDALUCÍA MANAGEMENT CELEBRA SU DECIMOSEXTA EDICIÓN

Andalucía Management 2025 reunió en Fycma a 680 directivos para abordar cómo la sostenibilidad empresarial, IA y geopolítica condicionan la competitividad y las decisiones estratégicas de las compañías.



VER MÁS

LA DIPUTACIÓN DE MÁLAGA CELEBRA LA GALA DE LA TAUROMAQUIA 2025

La Gala de la Tauromaquia de Málaga 2025 reunió en el auditorio Edgar Neville a profesionales, autoridades y aficionados para reconocer la trayectoria de figuras clave y reforzar el valor económico de la tauromaquia en la provincia.





VER MÁS

MÁLAGA ACOGE EL TECH INNOVATION SUMMIT

El Tech Innovators Summit 2025, organizado por Nexur, celebró el 29 de octubre en el Polo Nacional de Contenidos Digitales de Málaga su segunda edición, siendo una de las citas tecnológicas más relevantes del sur de Europa.



VER MÁS

ENTREGA DE LOS XIII PREMIOS EMPRESARIALES HACEMOS MÁLAGA

La CEM y la Diputación de Málaga celebraron el 14 de noviembre la XIII edición de los Premios Hacemos Málaga. En esta edición, los galardones recayeron en Fundación Unicaja, Soho Boutique Hotels, Grupo ORP y Primor.



“SOMOS LA PRIMERA LLAMADA QUE HACE EL EXTRANJERO ANTE UN PROBLEMA”



José Luis Ramos, empresario malagueño y cónsul honorario de Rumanía, acaba de asumir el **decanato del Cuerpo Consular de Málaga**.

Su teléfono personal está disponible 24 horas al día para atender a residentes y turistas rumanos con problemas urgentes. Defiende que la labor consular es, ante todo, vocación de servicio y cercanía.

1. CUANDO DICE QUE SON “LA PRIMERA LLAMADA” DEL CIUDADANO EXTRANJERO, ¿A QUÉ SE REFIERE EXACTAMENTE?

Literalmente, a que cuando un ciudadano tiene un problema serio en Málaga, lo primero que hace es buscar “consulado” en internet y llamar. Nosotros atendemos robos de documentación, fallecimientos, localización de familiares, asistencia a detenidos... No expedimos pasaportes, pero activamos la maquinaria: denuncia en comisaría, comunicación urgente con el consulado general, coordinación con embajada y ministerios... Somos el primer punto de contacto. Luego está la otra parte, más institucional, de actividades representativas. Esa, para mí, es secundaria.

2. HA LLEGADO A PONER SU PROPIO MÓVIL COMO TELÉFONO DE EMERGENCIA. ¿ESO NO DESGASTA DEMASIADO?

Son entre 15 y 20 llamadas diarias y a veces a las dos de la mañana, pero si aceptas el cargo, aceptas el servicio. Los problemas graves no entienden de horarios y, cuando alguien está solo en un país que no es el suyo, necesita saber que hay una persona al otro lado. Eso es el espíritu de servicio consular.

3. ESTRENA DECANATO. ¿QUÉ LE IMPULSÓ A ASUMIR ESTA RESPONSABILIDAD?

Aquí no se viene para ser mejor que el anterior, sino para hacer algo distinto, porque siempre hay cosas nuevas que hacer. Mi antecesor hizo una labor magnífica y lo primero es reconocerlo y agradecerlo. Cada etapa trae desafíos diferentes y mi obligación es ver qué demandas no están cubiertas y cómo podemos responder mejor.

4. UNA DE ESAS “COSAS NUEVAS” ES LA FIGURA DEL DECANO ANDALUZ. ¿EN QUÉ CONSISTIRÍA?

Queremos crear una representación andaluza, un “súper decano” rotatorio entre Cádiz, Málaga y Sevilla. No es un cargo por encima de nadie, es una sola voz para actuar de interlocutor con las grandes instituciones en nombre de todos los consulados de Andalucía. Ganamos fuerza, visibilidad y capacidad de respuesta.

5. EN CLAVE EMPRESARIAL, ¿QUÉ ESTÁ IMPULSANDO EN ESE TERRENO?

Lo primero que planteé al entrar fue tener relaciones bilaterales empresariales. Hemos organizado [como cónsul de Rumanía] encuentros

entre el Parque Tecnológico de Málaga y el de Bucarest, de los que ya han salido empresas malagueñas instaladas en Rumanía. Trabajamos con la Cámara de Comercio, misiones comerciales, networking entre empresarios rumanos y malagueños, y proyectos conjuntos de inversión. Este tipo de actividades las realizan todos los consulados. Queremos darle más impulso. A eso se suman iniciativas culturales y turísticas: conciertos, folclore, gastronomía, formación... Todo lo que sirva para que Málaga y los países que representamos se conozcan más.

6. ¿QUÉ LE GUSTARÍA HABER DEJADO HECHO CUANDO TERMINE SU MANDATO COMO DECANO?

Me gustaría que la ciudadanía supiera realmente qué es y para qué sirve un cónsul, que nos viera como personas cercanas y útiles. Dejar en marcha ese cuerpo consular andaluz, consolidar el Foro Iberoamericano en Málaga y un cuerpo consular cohesionado, donde de verdad trabajemos en equipo. Si al final de estos años los residentes extranjeros siguen pensando que “el consulado es mi primera llamada cuando tengo un problema”, habremos hecho bien nuestro trabajo. / D.D.



NOS MUEVE EL ORGULLO DE EQUIPO



Hay algo que compartimos en SEUR y que nos hace únicos: el compromiso de miles de personas que, día a día, lo dan todo para que cada envío llegue a su destino.

Desde las naves logísticas hasta las oficinas, en cada ruta y en cada envío, nos mueve el mismo orgullo: ser parte de un gran equipo.

#ORGULLOEQUIPOSEUR

Descubre más en [seur.com](https://www.seur.com)



**Con el nuevo portal
Facilitea Casa¹, encontrar
tu hogar es fácil.**

**Con nosotros, dar el paso
para financiarlo, también.**

Descubre la nueva plataforma digital inmobiliaria
en la que cada vivienda ha sido revisada y seleccionada
por expertos, para que solo encuentres opciones
bien valoradas.

Descubre faciliteacasa.com



Tú y yo.

Nosotros.

Facilitea Casa



Mobile
WorldCapital
Barcelona



CaixaBank