



AMUPEMA

Mª DEL MAR SOLÍS, NUEVA PRESIDENTA

2T
2026 | Nº 128

vida económica

LA REVISTA EMPRESARIAL DE MÁLAGA

DESTINO: FUERA DE CASA

15 EMPRESAS QUE HAN LLEVADO SU NEGOCIO
MUCHO MÁS ALLÁ DE LA PROVINCIA.



ACENTO 'MALAGUITA'. Hablan malagueño, pero juegan en escenarios nacionales e internacionales. Repasamos algunas empresas que han convertido el talento local en negocio global.

GIGANTE DISCRETO

Tour10, la primera industria turística de Andalucía.

SD WORX

La gestión de personas entra en una nueva era.

LA CASA DEL DEEP TECH

Kadans desarrolla en el PTA un ecosistema para empresas científicas.



FÉLIX RUIZ CEO DE PLAYTOMIC

Ponerte al día con los tuyos

Tan normal como
ser de Unicaja



Unicaja

Nº 128



ABRIL-JUNIO 2026

EDITA **PUBLICACIONES AVI S.L.**DIRECTOR **DAVID DELGADO**
ddelgado@vidaeconomica.comREDACCIÓN Y TRIBUNA **JOSÉ CABELLO**
MARÍA J. SÁNCHEZ
JOSÉ LUIS NAVAS
AMAL FARGHANE
redaccion@vidaeconomica.comSUSCRIPCIÓN Y ADMÓN. **TERESA LLORENTE**
suscripcion@vidaeconomica.com
administracion@vidaeconomica.comFOTOGRAFÍA E ILUSTRACIONES **ARCHIVO VE**
AGENCIA PUNTOPRESS
FREEPIKPUBLICIDAD **publicidad@vidaeconomica.com**
952 22 35 83TIRADA **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.

**HUELLAS DE LÍDERES**

DAVID DELGADO. DIRECTOR

ddelgado@vidaeconomica.com

Cuando Roald Amundsen regresó a Noruega en 1912, tras haberle ganado la carrera polar al británico Scott, fue recibido como un héroe. Dio conferencias, escribió libros y realizó giras por distintos países relatando la expedición. Sin embargo, nunca se acomodó en la fama y siguió emprendiendo expediciones hasta su muerte. Cuando le preguntaban sobre el secreto de su éxito frente a Scott, siempre respondía: «La victoria espera a quien lo tiene todo en orden; a eso lo llaman suerte».

A las empresas malagueñas que se han labrado un nombre fuera de nuestras fronteras les ocurre un poco lo mismo. Su éxito no es fruto del azar, del destino o del viento. Siempre hay algo de genialidad y valentía, pero la estrategia y, sobre todo, la excelencia del producto o servicio son lo que les permite clavar su bandera en el centro de los mercados, algunos de lo más exóticos. En el tema de portada hacemos un breve repaso de 15 empresas líderes en su actividad que, además de ser profetas en su tierra, han llevado sus productos y servicios a otras partes del mundo. Productos del campo o desarrollos tecnológicos, con presencia nacional o mundial, estas empresas son ejemplo de buen hacer.

En páginas interiores conversamos con el malagueño Félix Ruiz, uno de los emprendedores españoles más reconocidos de los últimos años. Hace dos décadas creó Tuenti (el TikTok de la época), impulsó una compañía de RR. HH. hasta superar los mil millones de euros de valoración y vendió a Uber su negocio de VTC por 220 millones. Ahora se dedica a hacer que millones de personas jueguen al pádel a través de su app Playtomic.

Fran Serón es un desconocido para el gran público; su empresa, Tour10, posiblemente también. Pero es una de las diez compañías malagueñas con mayor facturación y la primera del sector turístico de Andalucía. Hablamos con él sobre cómo esta empresa nacida en Málaga ha conseguido abrir sus propias rutas.

Historias, rutas y mercados completan una edición sobre el reto que supone recorrer caminos en los que, como le ocurrió a Amundsen, nadie había dejado huellas.

DATOS DE DISTRIBUCIÓN. Nº128

La edición nº128 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.

14 ESTILO DIRECTO

Ha creado empresas, las ha hecho crecer y las ha vendido. Ahora el malagueño **Félix Ruiz** admite haber encontrado un proyecto diferente: Playtomic.



20 ACTUALIDAD

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



34 EN PORTADA JUEGAN FUERA

Tienen acento de aquí, pero hoy juegan en escenarios nacionales e internacionales. Repasamos algunas empresas malagueñas en el exterior.

45 KADANS

NUEVO ECOSISTEMA
DEEP TECH EN EL PTA

Laboratorios, conocimiento y empresa se dan cita en el proyecto que Kadans impulsa en Málaga TechPark.



50 FRAN SERÓN

CEO DE TOUR10

Desde Torremolinos dirige la mayor empresa turística andaluza por facturación.



58 MICOLCHÓN ABRE SU NUEVO CENTRO

La compañía malagueña, que ya acumula 17 tiendas, ha abierto en El Viso el mayor centro especializado en descanso de Europa.

62 SDWORX PERSONAS E INNOVACIÓN

Málaga gana peso en la estrategia europea de una de las grandes compañías de recursos humanos



66 EMPRENDER AMIGOS Y NEGOCIO

Dos compañeros de instituto crean Food&Service, una empresa que hoy abastece a profesionales de la hostelería.

68 AJE 2026 PREMIOS DE FUTURO

Fundy Solutions y Mondat lideran una edición que vuelve a poner el foco en el emprendimiento malagueño.

70 FERTEL PHONE TELECOMUNICACIONES

Fertel Phone analiza cómo la inteligencia artificial y la tecnología están cambiando la forma de trabajar y comunicarse en las empresas.



...Y cada día,
en **vidaeconomica.com**

APUNTES

Opinión y el día a día de la UMA, en Vida Económica.



INMACULADA AGUADO. Mánager de Unidad de Hipotecario en OPPLUS.
EL PROCESO HIPOTECARIO: CONSTRUIR HOGARES EN UN MOMENTO DE TRANSFORMACIÓN



FELIPE ORTIZ.
Director de Aon Málaga.
INTERRUPCIONES EN LA CADENA DE SUMINISTRO: DE LA INFORMACIÓN A LA ACCIÓN

72 GASTRONOMÍA

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



74 VIVIR MÁS

Tendencias, ocio y estilo de vida más allá de las empresas.



76 GRAN ANGULAR

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



82 ÚLTIMA

María del Mar Solís asume la presidencia de AMUPEMA con el objetivo de reforzar la visibilidad y el papel de la mujer empresaria.



NOMBRES PROPIOS



ENRIQUE COLILLES

Enrique Colilles ha fichado como consejero en Ruiz Montosa SL, holding que está detrás de Frutas Montosa. Esta incorporación supone su vuelta a Málaga tras un paréntesis de dos años en Lisboa.



LISARDO MORÁN

Morán fue designado a mediados de mayo por el Ayuntamiento de Málaga nuevo director gerente del Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma) tras la dimisión del anterior director gerente Ignacio Román.



RAFAELA GORDO

Gordo asume desde finales de abril la dirección de la nueva Territorial Sur de Abanca. Esta integra la red comercial de Abanca en Andalucía y las Islas Canarias y cuenta con una doble sede en Sevilla y Málaga. El objetivo es potenciar el negocio en la zona sur del país y adecuar la estructura comercial del banco.



PATRICIO GUTIÉRREZ DEL ÁLAMO

Ahecos ha reforzado su estructura organizativa con el nombramiento de Patricio Gutiérrez del Álamo Cerrato como nuevo gerente de la entidad en el marco de su nueva etapa estratégica 2025-2029.



ELENA MUÑOZ

La aseguradora Mapfre nombró a finales del año 2025 a Elena Muñoz como directora regional Andalucía Sur que se circunscribe a los municipios de Cádiz, Málaga, Ceuta y Melilla. Muñoz cuenta con más de 20 años de experiencia en la empresa.

LA GRÁFICA



+ CONTRATACIONES



Los trabajadores extranjeros generaron el 42% de los nuevos empleos creados en 2025

Según estimaciones de ASEMPELO, los trabajadores extranjeros generaron el 42% del nuevo empleo en España durante 2025, en un contexto marcado por la falta de perfiles en sectores como logística, hostelería, industria y agricultura. Actualmente, el empleo extranjero representa el 16% del total de ocupados, con 3,57 millones de trabajadores, según datos de la EPA. Además, las ETT registraron 4,36 millones de contratos durante el pasado año y podrían canalizar hasta 200.000 nuevas contrataciones de personas regularizadas antes de septiembre.



MÁLAGA MIRA AL FUTURO CON DES 2026

DES 2026 convirtió una vez más a Málaga en el punto de encuentro de algunas de las voces más influyentes del ecosistema tecnológico internacional. El congreso celebrado del 9 al 11 de junio reunió a más de 15.000 directivos y 400 empresas para analizar cómo tecnologías como la IA están transformando la forma de trabajar, producir y relacionarse con los clientes. Durante el encuentro se presentaron soluciones

orientadas a mejorar la productividad, optimizar procesos y facilitar la toma de decisiones. La IA generativa, la automatización, el uso estratégico del dato y la ciberseguridad fueron algunos de los temas que despertaron mayor interés entre los asistentes. Además de las conferencias y mesas de debate, el evento permitió generar nuevas oportunidades de colaboración entre compañías, startups e instituciones a nivel mundial.



Cambio digital. La IA redefine modelos de negocio, empleo y competitividad empresarial, acelerando además la innovación, la productividad y la transformación de sectores completos.

+ SALARIO



El salario deja de convencer y dispara la fuga de talento laboral

Según datos de un estudio de Edenred y Savia, tres de cada cuatro profesionales españoles se muestran insatisfechos con su salario y más de un tercio ya se plantea cambiar de empresa. El estudio revela además que el bienestar laboral y la retribución flexible se han convertido en factores clave para compensar esa percepción salarial. La situación afecta especialmente a la Generación Z, donde más del 80% reconoce impactos negativos en su salud emocional derivados del trabajo. También crece la preocupación por hábitos alimenticios, sedentarismo y estabilidad económica en el entorno laboral actual.

+ INTELIGENCIA ARTIFICIAL



El 93% de las empresas españolas detecta obstáculos para la adopción de la IA

Según un análisis de ManpowerGroup, el 93% de las empresas españolas detecta dificultades para implantar la IA principalmente por falta de regulación y formación, además de un desajuste de talento. El informe revela además que solo el 7% considera que la IA cumple actualmente sus expectativas en procesos de selección, onboarding y formación. Aun así, las compañías reconocen ya beneficios directos en productividad, rendimiento de equipos y desarrollo profesional. La resolución de problemas, la creatividad y la formación continua serán algunas de las competencias más impulsadas por la IA durante los próximos años.

LO + LEÍDO EN
vidaeconómica.com
01 Kadans impulsa el ecosistema de deep tech en el Parque Tecnológico...

02 Más de 15.000 directivos y 400 firmas tecnológicas se darán cita...

03 El Hospital Vithas Xanit Internacional cumple 20 años.

04 BIC Euronova e INCIBE respaldan a diez startups malagueñas.

TRIBUNA

El proceso hipotecario: construir hogares en un momento de transformación



Inmaculada Aguado.
Mánager de Unidad de Hipotecario en OPPLUS

Comprar una vivienda nunca ha sido simplemente una operación financiera o una firma ante notario. Detrás de cada hipoteca existe una historia personal, una familia que comienza una nueva etapa, unos sueños que toman forma y la ilusión de construir un hogar donde crecer y mirar al futuro con tranquilidad.

Durante los últimos años, el mercado hipotecario ha atravesado un periodo complejo. La subida de los tipos de interés y la incertidumbre económica hicieron que muchas personas frenaran decisiones importantes, revisaran sus cuentas con prudencia y esperaran el momento adecuado para dar el paso. Sin embargo, también ha sido una etapa de transformación para el sector financiero y para la forma en la que acompañamos a nuestros clientes.

Hoy las entidades bancarias son más conscientes que nunca de que cada cliente vive una realidad diferente y necesita soluciones adaptadas a sus necesidades. Ya no se trata únicamente de ofrecer una hipoteca, sino de generar confianza, cercanía y acompañamiento en una de las decisiones más importantes de la vida de una persona.

En este contexto, las hipotecas a tipo fijo han vuelto a convertirse en una opción muy valorada por quienes buscan estabilidad y tranquilidad. Saber cuánto vas a pagar cada mes aporta seguridad en momentos donde la incertidumbre sigue formando parte del entorno económico. Del mismo modo, cada vez cobran más protagonismo las conocidas como "hipotecas verdes", que impulsan la adquisición de viviendas sostenibles y eficientes, ayudando no solo al cuidado del planeta, sino también al ahorro energético de las familias.

La tecnología también está desempeñando un papel clave en esta evolución. La digitalización y la automatización están permitiendo procesos más ágiles y personalizados, mejorando la calidad del servicio mediante la reducción de errores y facilitando la experiencia del cliente. Pero, incluso en un entorno cada vez más tecnológico, no debemos olvidar lo esencial: las personas siguen necesitando sentirse escuchadas, comprendidas y acompañadas.

Porque, al final, una hipoteca no es solo un préstamo. Es el inicio de un proyecto de vida. Y nuestro reto es seguir avanzando hacia un modelo más humano, cercano y capaz de ayudar a las personas a convertir sus sueños en hogares.

DE VIVA VOZ



"El marketing se aprende en un día. Desafortunadamente, se tarda toda una vida en dominarlo".

Philip Kolter
Economista estadounidense



No esperes a que las condiciones sean perfectas, empieza donde estás.

Robert Kiyosaki
CEO en Cashflow Technology

05 Freepik se convierte en Magnific y acelera su negocio en IA.

06 Cotri crece en un mercado que roza cifras prepandemia y gira hacia...

07 Felipe Romero: "El principal riesgo siempre es la autocomplacencia."

08 Eurecat firma un acuerdo tecnológico con la Universidad...

09 Empresarios malagueños analizan el impacto de la IA ...

EL APUNTE

Estos son los 10 puestos senior mejor pagados en Málaga



Tecnología, finanzas e inmobiliario concentran los puestos senior mejor pagados en una Málaga cada vez más atractiva laboralmente

Málaga continúa reforzando su atractivo para perfiles altamente cualificados y directivos especializados. La transformación tecnológica de la provincia, el crecimiento empresarial y la llegada de inversión internacional han impulsado los salarios de determinados puestos senior hasta situarlos entre los más competitivos del panorama nacional. Según el Informe de Tendencias Salariales 2026 de Randstad Research, el puesto de **technical lead** encabeza la lista con salarios de entre 79.000 y 101.000 euros. Se trata de un perfil clave en entornos tecnológicos, responsable de liderar equipos y tomar decisiones estratégicas. En segunda posición aparece el **jefe de planta**, con retribuciones de

entre 67.000 y 94.000 euros, seguido del **compliance officer**, con salarios de entre 51.000 y 86.000 euros. El ranking incluye también al **auditor y al consultor en banca, seguros y consultoría**, ambos con bandas salariales de entre 51.000 y 85.000 euros. A ellos se suma el **jefe de proyecto en ingeniería**, con sueldos de entre 48.000 y 79.000 euros, y el **site reliability engineer (SRE)**, que alcanza entre 63.000 y 81.000 euros en entornos tecnológicos. Completan la lista el **key account manager** en ingeniería, con entre 51.000 y 73.000 euros; el **product manager digital**, con entre 54.000 y 63.000 euros; y el **actuario**, con salarios de entre 50.000 y 63.000 euros.



MAYORES CONECTADOS

Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), uno de cada tres mayores de 75 años ya utiliza Internet a diario.

LO QUE SUBE

01 EMPRESAS

Según datos de Informa, en el primer cuatrimestre de 2026 se han creado 8.343 empresas en Andalucía, un 25% más.

02 EL MERCADO DE REALIDAD VIRTUAL

El mercado de la realidad virtual en España crecerá más de un 200% hasta 2027, impulsado por el auge del ocio inmersivo y la expansión tecnológica. Según PwC, el sector pasará de 64 millones de euros en 2022 a 196 millones en 2027, mientras aumenta la demanda de experiencias digitales interactivas.

VIDA ECONÓMICA
EN DATOS

Un repaso mensual a los estudios, datos y referencias de nuestra economía.



EL 65% DE LOS ESTUDIANTES TRABAJARÁ EN EMPLEOS QUE AÚN NO EXISTEN

LA DEMANDA DE PERFILES STEM CRECERÁ DURANTE LA PRÓXIMA DÉCADA Y EMPRESAS ALERTAN SOBRE LA ESCASEZ DE TALENTO TECNOLÓGICO Y LA BRECHA DE GÉNERO.

Según informes internacionales, el 65% de los estudiantes actuales acabará trabajando en profesiones que todavía no existen, impulsadas por la IA, la automatización y la transformación digital. Mientras crece la demanda de perfiles STEM vinculados a ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas, los expertos alertan sobre la falta de talento especializado y la baja presencia femenina en estas disciplinas. Por su

parte, los centros educativos apuestan cada vez más por actividades prácticas, competiciones científicas y experiencias fuera del aula para despertar estas vocaciones tecnológicas desde edades tempranas. Además, organismos internacionales advierten de que cerca del 50% de los trabajadores necesitará actualizar sus competencias antes de 2030 para adaptarse a las nuevas exigencias del mercado.



¿ERES EMPRENDEDOR?

Según el informe GUESS, 4 de cada 10 universitarios prevén emprender al acabar sus estudios.



SALUD MENTAL EN EL TRABAJO

Según datos de ManpowerGroup, el 64% de los profesionales en España afirma tener altos niveles de estrés diario en el trabajo.



NOS VEMOS EN LA OFICINA

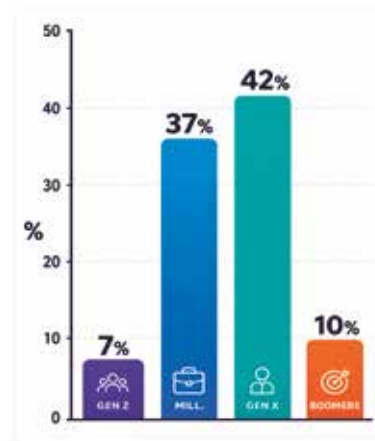
Según un informe de Savills y PWC, la oficina continuará siendo un elemento laboral importante dentro de 10 años.

LA EDAD MEDIA PARA COMPRAR VIVIENDA ALCANZA YA LOS 41 AÑOS



La brecha hipotecaria entre generaciones redefine plazos, cuotas y acceso residencial

España cerró 2025 con más de 501.000 hipotecas concedidas, la cifra más alta en quince años, aunque el acceso a la vivienda continúa marcado por una fuerte brecha generacional. La **Generación Z** apenas accede a financiación hipotecaria: solo el 7% paga una hipoteca y la mayoría vive de alquiler o compartiendo vivienda. Los **millennials** y **Generación X** concentran la mayor actividad compradora, aunque con menor patrimonio y cuotas elevadas. Entre los **mayores de 50 años** crecen las hipotecas a menor plazo y con cuotas más altas, obligando a mayores ahorros iniciales. Expertos alertan de que cada generación afronta un mercado inmobiliario completamente diferente.



TOYOTA PROACE CITY

PROFESIONALES QUE CUIDAN DE PROFESIONALES
DISPONIBLE EN VERSIÓN 100 % ELÉCTRICA
O DE COMBUSTIÓN POR LA MISMA CUOTA



DESDE
130€
AL MES
SIN IVA*

1 cuota de 6.893,30 € (sin IVA).
130 € mes 47 cuotas (sin IVA).
Última cuota: 7.636,36 € (sin IVA).
Entrada: 0 € (sin IVA).

4 MANTENIMIENTOS OPCIONALES POR 850 € (SIN IVA)
AL CONTADO.

TOYOTA CUMACA MOTOR
www.cumaca.toyota.es

C. Cuevas Bajas, 3-5 29004 - Málaga
Telf: 951 59 28 44

HASTA LOS
15
AÑOS
DE TU TOYOTA

GARANTÍA*
TOYOTA
RELAX

*Consulta condiciones en toyota.es

En litros CO₂ (g/km): 131 - 154, consumo medio (l/100 km): 3,9 - 5,9

Presio correspondiente a Proace City L1 GX PLUS (3 Plazas) 1.5D 75 kW (100CV) 6MT. Precio por financiar: 17.836,10€ (sin IVA). Precio de adquisición al contado sin servicios: 18.662,55€ (sin IVA). Entrada: 0€ (sin IVA). Gastos de apertura al contado (2,99%): 327,19€ (sin IVA) (calculado sobre precio por financiar - 1ª cuota). TIN: 7,50%. TAE: 8,87%. 48 meses: 1 cuota de 6.893,30€ (sin IVA) a abonar en la firma del contrato de financiación, 47 cuotas de 130 € (sin IVA) /mes y última cuota: 7.636,36€ (sin IVA). Importe total del crédito: 17.836,10€ (sin IVA). Importe total adeudado: 20.966,85€ (sin IVA). Precio total a plazos: 20.966,85€ (sin IVA). Coste total del crédito: 3.130,75€ (sin IVA). Importe de los intereses: 2.803,56€ (sin IVA). Sistema de amortización francés. Oferta financiera con el producto leasing de Toyota Medibank Global, sucursal en España. El leasing es un contrato de arrendamiento de bienes muebles con opción de compra y financiación del comprador. Otros gastos de matriculación, pintura metálica y equipamiento opcional no incluidos. Para más Toyota leasing Plus incluye 4 mantenimientos (un mantenimiento cada 20.000 km o un año, lo que antes suceda). Condiciones sujetas a la normativa de contratación y aceptación de riesgo por parte de la compañía. Garantía Toyota Relax: hasta los 15 años o 250.000 kms de tu Toyota renovada sólo a 1€*. Consulta términos y condiciones en: www.toyota.es. Modelo visualizado puede no corresponder con el modelo real. Oferta válida hasta 30/06/2020 en Península y Baleares. Promoción no acumulable a otras ofertas o descuentos. Oferta ofrecida por Toyota España S.L.U. (Avda. de Castas, 22-23 1118 - Madrid) y su red de concesionarios. Para más información consulta en tu concesionario habitual o en Toyota. Los niveles de consumo de combustible así como de emisiones de CO₂ se miden en un entorno controlado, de acuerdo con las regulaciones de la normativa europea. Para más información o si estás interesado en los valores de un vehículo con destino al extranjero, por favor, contacta con Toyota España S.L.U. o tu concesionario Toyota. El uso de conducción junto con otras facilidades (condiciones de renting y mantenimiento) del vehículo, equipo incluido después de la matriculación, compra, renting de asistencia, en el caso de la compra de servicios de Toyota y Toyota.es. CO₂

ÍNDICES

123

2,804%

Es el índice Euribor del mes de mayo de 2026.

2,3%

Es el IPC de abril de 2026

6,8 MILL.

de turistas internacionales recibió España en marzo de 2026

526,6 MILL.

de pasajeros utilizaron en España el transporte público en marzo de 2026.

OJO AL DATO



VIAJEROS CULTURALES

La autenticidad, la gastronomía y las experiencias locales, lo mejor valorado



Un informe elaborado por Turismo Costa del Sol y Travellyze revela que los turistas culturales procedentes de Reino Unido, Francia, Alemania y Países Bajos priorizan la autenticidad, la gastronomía y las experiencias vinculadas al patrimonio y la identidad del destino. El estudio

destaca además el fuerte potencial desestacionalizador de este perfil, ya que casi el 60% de estos viajes se concentran en primavera y otoño. El viajero cultural presenta un elevado gasto medio y busca propuestas más personalizadas, sostenibles y alejadas de la masificación.

PROTAGONISTAS

**JAVIER CREMADES**

El jurista español Javier Cremades, presidente y fundador de Cremades y Calvo Sotelo y presidente de la World Jurist Association, recibió a principios de mayo el Doctorado Honoris Causa de la Universidad de Tirana por su trayectoria internacional en defensa de la justicia y los derechos humanos a nivel global.

**JORGE RANDO**

El pintor y artista malagueño sigue su idilio con China ya que inauguró el 26 de mayo 'La Fuerza de la Expresión', la que es su séptima exposición en el gigante asiático. Concretamente se realiza en el Museo Nacional de Arte de China en Beijing. Reúne 60 obras entre óleos y dibujos realizadas desde 1970 hasta hoy.

**ELADIO RUEDA**

El fundador de Frutas y Verduras Eladio, recibió a mediados de mayo el título de Ciudadano Honorario de Marbella 2026 por su aportación al desarrollo económico y social del municipio. Además, en abril recibió el premio CEO del Año en el Sector Hortofrutícola de Proximidad en unos galardones organizados por la Razón.

**JOSÉ MANUEL DOMÍNGUEZ**

El presidente de la Fundación Unicaja y catedrático de Hacienda Pública de la Universidad de Málaga fue distinguido a finales de abril con la Medalla de Honor 2025 de la Real Academia de Bellas Artes de San Telmo. Este reconocimiento se le entregó por su trayectoria de apoyo a la cultura y las bellas artes.

**ÁLVARO LOZANO**

El joven violonchelista malagueño becado por Fundación Málaga ha alcanzado la final del Queen Elisabeth Competition 2026, considerado uno de los concursos de violonchelo más prestigiosos del mundo. El músico, de 19 años, acumula importantes reconocimientos nacionales e internacionales.

Ven a visitar la

Gran Senda de Málaga

UN RECORRIDO POR TODA LA PROVINCIA

Ruta circular de casi 950 km



Descarga la app de realidad aumentada



gransendademalaga.es

 Diputación Provincial
de Málaga

FÉLIX RUIZ, CEO DE **PLAYTOMIC**

EL EMPRENDEDOR QUE YA NO QUIERE VENDER

 **DAVID DELGADO**

Vendió Tuenti, participó en el crecimiento de Jobandtalent, creó Auro y la traspasó a Uber. Ahora lidera Playtomic y asegura que esta vez es diferente.



Buscar a Félix Ruiz en Google es arriesgarse a entregar la tarde leyendo entrevistas y artículos que reconstruyen con detalle la trayectoria de uno de los emprendedores más conocidos del ecosistema tecnológico español. Compartimos una charla relajada y cercana en Unicorn Racket Club, su club de pádel. “Hoy ya estoy un poco fuera de eventos, medios y tal”, comenta este empresario malagueño, que la está sacando por tres con su nuevo proyecto, Playtomic.

Lleva vinculado a este deporte desde niño, pero hoy observa el fenómeno del pádel desde una posición privilegiada. Es el CEO de Playtomic, la plataforma líder mundial para la gestión y reserva de pistas de pádel, presente en unos 60 países y utilizada por más de 8.000 clubes. Pero también es el mismo emprendedor que hace dos décadas vendió Tuenti a Telefónica por 100 millones, participó en el brutal crecimiento de Jobandtalent y acabó vendiendo su negocio de 3.000 licencias VTC a Uber por 220 millones de euros.

La diferencia es que esta vez parece hablar de otra manera. “Playtomic es la única empresa que no vendo”, dice con una sonrisa. Porque ofertas, asegura, no le han faltado. Playtomic le divierte y tiene lo mejor de todos sus proyectos anteriores: “Es escalable, líder, con poca competencia, me lo paso bien y es deporte”, enumera. Así es este empresario marbellí que decidió bien pronto ser emprendedor.

¿Nunca has trabajado para nadie?

Nunca. Jamás. Terminé la carrera y monté Tuenti. De hecho, fue mi proyecto de fin de carrera. Lo presenté en clase y, cuando salí de la universidad, lo primero que hice fue ponerme a trabajar en él.

De Tuenti, Jobandtalent, Auro y Playtomic, ¿qué proyecto te ha marcado más?

Tuenti fue lo que realmente me marcó. Me dio experiencia, credibilidad y una mochila que luego me ha servido



para todo. Con Jobandtalent llegamos a hacer crecer la compañía hasta los 1.000 millones anuales. Lo que me consolida, con quien la pego dura, es con Auro. Pero si me preguntas cuál ha aportado más a la sociedad, diría que Playtomic.

¿Por qué?

Porque lo que hacemos no es solo facilitar la reserva de una pista de pádel. Lo que realmente hacemos es conseguir que la gente practique más deporte. Antes querías jugar y tenías que llamar al club, comprobar horarios, buscar compañeros y coordinarlo todo. Ahora puedes abrir una aplicación y apuntarte a un partido para mañana con personas de tu mismo nivel. Eso cambia completamente la experiencia.

MERCADO INTERNACIONAL

60

PAÍSES DONDE OPERA PLAYTOMIC

CRECIMIENTO

40%

CRECIMIENTO MEDIO
en los últimos años

RED

8.000

CLUBES CONECTADOS A LA PLATAFORMA

FACTURACIÓN

1.000

MILLONES DE EUROS
previstos para 2027



«Lo que hacemos no es solo facilitar la reserva de una pista. Lo que realmente hacemos es conseguir que la gente practique más deporte.»

programas similares, los integramos y terminamos creando una única plataforma: Playtomic Manager. Es el software que utilizan los clubes para gestionar reservas, ligas, torneos, competiciones y toda la operativa diaria. La aplicación que utiliza el jugador está conectada directamente con ese sistema.

¿Cómo nace la idea?

Yo llevo jugando al pádel prácticamente toda la vida. Empecé muy pequeño. Mi familia jugaba y en Marbella el pádel llevaba décadas implantado. Cuando llegué a Madrid pensé: ¿cómo es posible que no exista una aplicación tan fácil como Booking para reservar una pista de pádel? No había nada parecido. Entonces empezamos a construirla. Montamos una aplicación pensando principalmente en España, Italia y Argentina. Eran los mercados donde el pádel tenía más relevancia. Lo que nadie esperaba era la explosión internacional que ha vivido este deporte. De repente empezó a crecer en Europa, en Oriente Medio, en Estados Unidos y en muchos otros mercados. Nosotros hicimos bien las cosas, pero también es verdad que

nos encontramos encima de una ola gigantesca y supimos surfearla.

¿Qué posición ocupa hoy Playtomic?

Estamos en alrededor de 60 países y trabajamos con unos 8.000 clubes. Lo más curioso es cómo ha cambiado el proceso comercial. Al principio tenías que ir prácticamente club por club explicando qué era Playtomic. Ahora sucede justo lo contrario. Si alguien abre un club de pádel en Dinamarca, Sudáfrica o Estados Unidos, busca Playtomic.

¿Empezaron con el club de al lado de casa?

Sí. Empezamos comprando un software que utilizaban unos 300 clubes. Después fuimos adquiriendo otros

Has vendido todas tus compañías. ¿Por qué no Playtomic?

Porque tiene todos los ingredientes que me gustan. Es escalable. Somos líderes. La competencia es muy floja. Estamos en una industria que no para de crecer. Está relacionada con el deporte, que es algo que me apasiona. Y además me lo paso muy bien gestionándola. Con Playtomic siento que tiene todos los ingredientes buenos de todos los proyectos anteriores. Cuando juntas todos esos factores es muy difícil desprenderte de ese muñeco.

¿Has recibido ofertas?

Sí. Me han llegado ofertas muy importantes, probablemente mayores que

Incapaz de quedarse quieto

Félix Ruiz (1982) lleva más de dos décadas encadenando proyectos. No porque se aburra rápido, sino porque dice tener una necesidad permanente de hacer cosas nuevas. “Mal estudiante y discotequero”, su primer negocio fue una discoteca en Marbella. Tras vender Tuenti pasó año y pico viajando hasta que su padre le sugirió que ya era hora de volver. Y volvió. Buena parte de sus aventuras empresariales las ha compartido con su amigo Paco Ávila, una figura habitual en su trayectoria. Hoy ha reducido su presencia pública y dedica más tiempo a su familia y amigos, pero mantiene intacta la inquietud por crear. “Antes todo era entusiasmo. Hoy intento ser mucho más realista”, resume.



Jugar con desconocidos

Uno de los datos que mejor explica el fenómeno Playtomic no tiene que ver con facturación ni con inversiones. Aproximadamente el 20% de las reservas que se realizan en la plataforma corresponden a partidos abiertos entre personas que no se conocían previamente. La clave está en el sistema de nivelación desarrollado por la compañía. “Cuando juegas un partido introduces el resultado y tu rival lo confirma. Con esos datos el sistema calcula tu nivel y te va clasificando, algo parecido al hándicap del golf”, explica Félix Ruiz. Gracias a ello, los usuarios pueden apuntarse a encuentros con jugadores de un nivel similar. “Hay muchísima gente que juega con desconocidos a través de la aplicación. Si tienes una hora libre mañana, encuentras partido”. Lo que comenzó como una herramienta de reserva se ha convertido en una auténtica red social deportiva.



la suma de todo lo que había conseguido en mis proyectos anteriores, pero no me veo vendiéndola.

Además hay una diferencia muy importante respecto a mis compañías anteriores. Playtomic prácticamente no tiene fondos de inversión. Los grandes fondos suelen entrar para vender después y obtener una rentabilidad. Aquí eso no ocurre. La empresa está en manos mías y de mis colegas. Por eso la veo como una compañía de legado. No sé qué pasará dentro de una década, pero hoy la veo más como una empresa familiar que como una empresa creada para vender.

Te veo muy seguro...

Hace poco recibimos una oferta de compra enorme. Recuerdo una diapositiva que me llamó mucho la atención. Comparaban Uber en movilidad, Airbnb en alojamiento, Strava en deporte y Playtomic en pádel. Ahí entendí algo importante. Playtomic se ha convertido en la referencia mundial de una industria. Y cuando eres el líder global de una categoría tienes que pensar muy bien cualquier movimiento que hagas. Porque esa posición vale muchísimo.

“Antes vendía sueños; ahora soy mucho más pragmático”

«Playtomic se ha convertido en la referencia mundial de una industria. Y cuando eres el líder global de una categoría tienes que pensar muy bien cualquier movimiento»



¿Qué ha cambiado en el Félix Ruiz de hace veinte años?

Muchas cosas. Cuando era joven era mucho más idealista. Vendía sueños constantemente. Todo iba a cambiar el mundo. Todo iba a ser gigantesco. Era una forma de entender el emprendimiento muy propia de aquella época. Hoy soy mucho más pragmático. Si alguien va a invertir conmigo le explico los riesgos, las dificultades y los posibles escenarios. Antes todo era entusiasmo. Hoy intento ser mucho más realista.

¿Y los unicornios?

Otra gili*****. Hace años quizá me habría importado más. Hoy no. Hay empresas valoradas en miles de millones que cuando analizas el negocio por dentro descubres que no tienen una base sólida. Yo ya no pienso en valoraciones. Pienso en ingresos recurrentes, en beneficios y en construir una compañía robusta.

¿Cuál es entonces tu objetivo?

Muy sencillo. Quiero que Playtomic alcance los 100 millones de euros de ingresos recurrentes. Nosotros cobramos una comisión cada vez que se realiza una reserva y cuando ese negocio alcance los 100 millones de ingresos recurrentes anuales estaremos generando alrededor de 30



millones de beneficio. Eso es lo que me interesa. No si alguien dice que la empresa vale mil millones o diez mil.

¿Has tenido algún fracaso empresarial?

Cuando yo me he involucrado en algo y lo he llevado directamente, me ha salido bien. He tenido errores como inversor, claro. He invertido en proyectos que no han funcionado y eso forma parte del juego. Pero cuando he estado al frente de una compañía, la verdad es que me ha ido bien.

¿Se fracasa más por estrategia o por mercado?

Hay dos razones principales. La primera es la ejecución. Puedes tener una idea fantástica y ejecutarla mal. Eso ocurre constantemente. La segunda es el momento. El mercado tiene que estar preparado. El ejemplo perfecto es Tesla. Si Elon Musk no hubiera sido capaz de sostener la compañía durante años, Tesla habría desaparecido. No porque la idea fuera mala, sino porque llegó antes de tiempo.

Te has alejado bastante del foco mediático...

Sí. Antes participaba en eventos constantemente. Daba charlas, aparecía en medios y tenía mucha exposición

«Cuando era joven vendía sueños constantemente. Todo iba a cambiar el mundo. Hoy soy mucho más pragmático y mucho más realista.»



pública. Ahora ya no me interesa demasiado. Prefiero dedicar el tiempo a mi familia, a mis amigos y a mis negocios.

¿Qué será Playtomic dentro de unos años?

Nuestra visión es convertirnos en una gran plataforma deportiva. Hoy somos líderes mundiales en deportes de raqueta, especialmente en pádel, pero estamos explorando otras áreas:

Golf. Gimnasios. Yoga. Pilates. Otros servicios vinculados al deporte. La idea es que una persona pueda gestionar gran parte de su actividad deportiva desde nuestro ecosistema.

¿Ya habéis dado pasos en esa dirección?

Sí. Ya hemos comprado una participación minoritaria en una empresa de software para golf y una participación mayoritaria en otra especializada en software para gimnasios. Estamos construyendo la infraestructura para poder crecer en esas verticales cuando llegue el momento.

¿A qué proyecto futuro le estás dando vueltas?

Quiero desarrollar un gran complejo deportivo. He ido comprando terrenos alrededor de esta zona y quiero construir algo muy especial, algo realmente relevante. Lo imagino con instalaciones de raqueta, piscina de olas artificial, espacios deportivos innovadores y servicios vinculados al bienestar.

¿Algún consejo para quien empieza?

Que tenga paciencia. Las cosas de palacio van despacio. Las empresas importantes no se construyen en dos días. Hay que pensar más en una maratón que en una carrera de cien metros.

CERVEZAS VICTORIA

DESDE 1928

SI TODOS VISUALIZAMOS LA VICTORIA,
ESTAREMOS MÁS CERCA DE CONSEGUIRLA.



Haz tu visualización en
VisualizaLaVictoria.es



**CERVEZA OFICIAL DE LA MEJOR
SELECCIÓN DEL MUNDO**

Cervezas Victoria recomienda el consumo responsable. Alc. 4,8% Vol.



Un verano fuerte... pero sin euforia

La Costa del Sol afronta la temporada alta con la sensación de haber alcanzado una nueva velocidad de crucero. Los hoteles siguen llenando habitaciones, los restaurantes mantienen el pulso de las contrataciones y el turista internacional continúa sosteniendo buena parte de la demanda. Sin embargo, el crecimiento ya no corre al ritmo de hace dos o tres años.

Las previsiones apuntan a otro verano de cifras elevadas. Aehcos estima una ocupación cercana al 87% en junio y superior al 83% en julio, con protagonismo de destinos como Mijas y Torremolinos. "Málaga atraviesa uno de los momentos más

sólidos de su historia turística", resume Patricio Gutiérrez del Álamo, gerente de Aehcos.

La fotografía es positiva también para la hostelería. Javier Frutos, presidente de Mahos, explica que la evolución de las reservas y de las contrataciones invita al optimismo. "Semana Santa ha sido un fiel reflejo de cómo puede ser el periodo estival", señala. El sector observa una demanda estable y una creciente presencia de visitantes atraídos por una oferta gastronómica cada vez más sofisticada.

Ese perfil de turista resulta especialmente atractivo. Permanece más tiempo en destino, gasta más y busca experiencias vinculadas a la

restauración y al ocio de calidad. No es casualidad que el impacto económico por cliente alojado continúe creciendo durante los meses centrales del verano.

Al mismo tiempo, el mercado de las viviendas turísticas afronta la campaña estival con un marco regulatorio más exigente. La normativa andaluza ha reforzado los requisitos de calidad, seguridad y convivencia, mientras recientes resoluciones judiciales han aportado mayor claridad jurídica a un sector que reclama estabilidad para quienes operan dentro de la legalidad. Desde AVVAPro destacan además que numerosas viviendas que ya contaban con inscripción turística podrán seguir operando con normalidad este verano tras resolverse distintos obstáculos administrativos.

Pero bajo las buenas cifras también aparecen algunas advertencias. La demanda nacional muestra síntomas de debilidad, mientras que la falta de personal cualificado sigue siendo una preocupación recurrente entre los empresarios. A ello se suman viejos debates sobre movilidad, infraestructuras y conectividad aérea.



DATOS DE INTERÉS

01 FORÁNEOS

El turista extranjero seguirá marcando el paso este verano. Según Aehcos, más del 78% de los viajeros alojados en hoteles de la Costa del Sol proceden de mercados internacionales. El sector valora especialmente su capacidad de gasto, su mayor estancia media y ayuda a la desestacionalización.

02 EMPLEO

Encontrar personal cualificado continúa siendo el principal quebradero de cabeza para la hostelería malagueña. Mahos advierte de que las mayores dificultades se concentran en perfiles especializados de sala y cocina, en un momento en el que la actividad y las necesidades de contratación siguen creciendo.

03 GASTO

El impacto bruto por cliente alojado continúa creciendo. Tras situarse en 83,17 euros en mayo, Aehcos estima que alcanzará los 97,27 euros en junio y los 114,42 euros en julio, reflejando una mayor capacidad de gasto del visitante, detalla el gerente de Aehcos, Patricio Gutiérrez del Álamo.

Málaga agota sus locales comerciales céntricos. Las principales calles comerciales del centro de Málaga registran una disponibilidad inferior al 2%, según Savills. La elevada demanda de operadores y la escasez de espacios impulsan las rentas de alquiler, y ya se buscan ubicaciones alternativas dentro del centro.



LA CALA RESORT, SEDE DEL ANDALUCÍA OPEN DE ESPAÑA DE GOLF 2026

La Cala Resort, en Mijas, será la sede del Andalucía Costa del Sol Open de España de golf 2026, torneo que cerrará la temporada del Ladies European Tour del 26 al 29 de noviembre. El campeonato reunirá a las principales jugadoras del circuito y suma esfuerzos para posicionar a la Costa del Sol como destino internacional de golf.

LA IA TOMA MÁLAGA

Málaga vuelve a convertirse el 19 de junio en punto de encuentro del marketing digital con la celebración de la 14ª edición de eCongress Málaga en Fycma. El evento reunirá a profesionales, empresas y expertos para analizar cómo la IA está transformando las ventas online, el SEO, el email marketing y la relación con los clientes. El programa incluye 12 conferencias y 4 talleres especializados, además de una zona de networking y exposición empresarial. eCongress suma más de 220 ponentes y 7.300 asistentes en sus más 10 ediciones.

Nuevo paso para el IMEC: el Gobierno adjudica las primeras obras del complejo



El Gobierno adjudicó a mediados de mayo por 168 millones de euros las primeras obras para la construcción del centro de investigación en semiconductores IMEC

en Málaga TechPark. Incluye dos contratos diferenciados. El principal corresponde a la construcción de la sala blanca del complejo, adjudicada por 163,4 millones de euros a la

UTE formada por OHL, Sando e ITERCON. El segundo contrato está destinado a la central eléctrica que suministrará energía a las instalaciones y asciende a 4,9 millones de euros. Estas son las infraestructuras iniciales necesarias para poner en marcha este proyecto considerado de interés estratégico para el desarrollo tecnológico e industrial de España y Europa.



MÁLAGA CONTINÚA CRECIENDO Y SUPERA LOS 600.000 RESIDENTES

Según datos del INE, la ciudad supera desde mayo los 600.000 habitantes empadronados, un hito demográfico que confirma el crecimiento de la capital en los últimos años. Su fuerte atractivo residencial y económico han sido la clave, y esta situación plantea nuevos retos en materia de movilidad, vivienda, equipamientos públicos y planificación urbana para los próximos años.

LA COSTA DEL CELEBRA 50 AÑOS DE PROMOCIÓN

Turismo Costa del Sol celebró el pasado 28 de mayo el 50 aniversario de la creación de la primera empresa dedicada a promocionar internacionalmente la Costa del Sol. También se puso en valor la evolución del destino en las últimas décadas y el trabajo institucional, y de los profesionales turísticos.



Costco y los nuevos cines premium revolucionarán Málaga Nostrum



Málaga Nostrum afronta una nueva etapa de crecimiento con un ambicioso plan de expansión que contempla una inversión de 62 millones

de euros. Entre las principales novedades, que también incluyen nuevas zonas de restauración y ocio, destacan la apertura, el pasado 5 de junio,

de los nuevos MK2 Cines Premium, un complejo de once salas equipado con la última tecnología y la máxima comodidad. El proyecto también incluye la futura llegada de Costco, prevista para el año 2027. La cadena estadounidense, que ya ha puesto la primera piedra de la superficie del que será su primer establecimiento en Málaga, prevé contar con más de 30.000 socios.

EL ELÉCTRICO ACELERA

Las matriculaciones de vehículos eléctricos siguen al alza en Málaga. Entre enero y mayo se registraron 1.459 unidades, un 43% más que en el año anterior. Solo en mayo se matricularon 389 vehículos eléctricos, lo que supone un incremento del 37,5%. Este avance se produce en un mercado automovilístico que acumula 14.371 matriculaciones de turismos y 4x4 hasta mayo. El crecimiento de la movilidad eléctrica confirma el cambio de tendencia en el sector y el interés creciente por vehículos de menores emisiones en la provincia.



La San Diego Comic Con vuelve en octubre a Málaga

El evento, que tendrá lugar del 1 al 4 de octubre, cuenta entre sus novedades con la incorporación de un pabellón adicional de más de 9.000 m² en su Exhibitor Hall, un espacio para creadores emergentes más amplio y un nuevo auditorio. Se mantendrá el mismo aforo de 2025, 90.000 asistentes, 25.000 asistentes al día.



Entre los artistas confirmados se encuentran Elijah Wood y Sean Astin, Emily Rudd e Iñaki Godoy, de ONE PIECE, John DiMaggio, Lukas Robert Ettlin, Mira Sorvino o Helen Chen.

LA FALTA DE ENERGÍA PASA FACTURA A MÁLAGA



La insuficiente capacidad eléctrica disponible en Málaga se ha cobrado su primera inversión tecnológica millonaria. Se trata de la multinacional Diamond Foundry, que necesitaba alrededor de cinco megavatios para iniciar su actividad y que ha terminado trasladando el proyecto a Zaragoza tras no obtener garantías suficientes de suministro energético en Málaga TechPark.



SE RECLAMAN
MEJORAS EN LAS
INFRAESTRUCTURAS

La Feria del Libro crece en ventas y en visitantes en su 55ª edición



La Feria del Libro de Málaga cerró a principios de mayo su última edición con un volumen de ventas cercano a los 550.000 euros y un incremento del 50% en la asistencia respecto al año anterior. El evento, celebrado en el Paseo

del Parque, reunió durante varios días a librerías, editoriales, autores y lectores en torno a una amplia programación cultural. La organización destaca el impacto económico generado para el sector editorial y el comercio local de la ciudad.

Málaga suma 10.000 empleos antes de la temporada estival

Málaga registró en mayo una de las mejores evoluciones laborales de Andalucía al crear más de 10.000 empleos y reducir el paro en más de 2.200 personas. La mejora estuvo impulsada por el inicio de la temporada turística y el aumento de contrataciones en hostelería, comercio y servicios. La provincia consolidó su posición como uno de los principales motores de empleo de la comunidad durante el arranque de la campaña estival.



enbreve



UN NUEVO PUENTE PARA EL CAMINITO DEL REY

El Caminito del Rey incorpora desde el 10 de junio el puente colgante más largo de España. La nueva estructura, de 110 metros de longitud, ha supuesto una inversión de 1,5 millones de euros y permite mejorar la seguridad del recorrido, además de reforzar el atractivo turístico de uno de los principales enclaves del interior malagueño que recibió más de 330.000 visitantes el año pasado.



ANDALUCÍA IMPULSA SU ECONOMÍA AZUL

Andalucía presentó el 29 de mayo el proyecto 5H. Se trata de un dossier impulsado por el CMMA que reúne en una sola herramienta a más de 300 empresas y entidades y 200 grupos de investigación relacionados con la economía azul. La iniciativa, presentada en la sede de la CEA en Sevilla, busca atraer inversión, fomentar la innovación, generar empleo y reforzar la competitividad del sector.

Los empresarios reclaman más inversión y planificación para Málaga



De izq. a dcha.: Natalia Sánchez, vicepresidente ejecutiva y secretaria general de CEM; Javier González de Lara, presidente de CEM y Esteban Bueno, tesorero del Comité Ejecutivo de CEM.

El Barómetro Económico y Social de Málaga 2025-2026, presentado por la CEM a mediados de mayo, refleja la preocupación del tejido empresarial por la falta de planificación estratégica y la necesidad de acelerar inversiones en infraestructuras. Se identifican retos relacionados con la vivienda, la movilidad, el agua, la energía, la disponibilidad de suelo para actividades económicas y los problemas para cubrir vacantes o

encontrar perfiles profesionales cualificados. Consideran prioritario avanzar en proyectos como el tren litoral, la movilidad metropolitana, la ampliación del aeropuerto e infraestructuras energéticas e hidráulicas.



EL MAR VUELVE A MÁLAGA. El futuro Museo Alborán abrirá en 2027 en el Palmeral de las Sorpresas. Con una inversión superior a 2,6 millones de euros, combinará tecnología inmersiva, investigación científica y divulgación ambiental para acercar el Mediterráneo a ciudadanos y visitantes.

3
AÑOS



Garantía extendida y Servicios Digitales incluidos

De lo básico a lo extraordinario: conectividad con garantía extendida.

DAILY Garantía conectada

COVEI

Ctra. Azucarera a Intelhorce, 78 - Polígono Guadalhorce - 29004 Málaga - 952 176 633 - www.covei.com

PROMOCIÓN

Málaga exhibirá su potencial culinario ante Europa

Málaga fue designada en abril Capital Europea de la Gastronomía 2026, un reconocimiento que pone en valor la calidad de su oferta culinaria, la riqueza de sus productos locales y el trabajo desarrollado por el sector hostelero. La distinción impulsará la proyección internacional del destino y reforzará su atractivo turístico en 2027. Además, contempla un amplio programa de actividades para el próximo año.



VIVIENDA

Supera los 4.600 euros por metro cuadrado en Málaga

El precio medio de la vivienda de segunda mano ha alcanzado los 4.600 euros por metro cuadrado en Málaga, según datos de Fotocasa. La provincia continúa entre las más caras de España y mantiene una tendencia alcista impulsada por la demanda residencial y la limitada disponibilidad de inmuebles. El incremento vuelve a evidenciar la tensión existente en el mercado inmobiliario malagueño.



DESPOBLACIÓN

CTA abre una nueva oficina en Granada

Corporación Tecnológica de Andalucía ha abierto una nueva oficina en Granada con el objetivo de reforzar su cercanía a empresas, universidades y centros de investigación de la provincia. Situado en Gran Vía de Colón, en el Centro de Transferencia de Tecnología de la Universidad de Granada, busca impulsar proyectos de innovación y transferencia de conocimiento en el territorio.



Málaga reúne al inmobiliario europeo en la cumbre CEPI-GIPE 2026

La asociación inmobiliaria GIPE reunió el 28 y 29 de mayo en la Costa del Sol a representantes de la Confederación Europea de Profesionales Inmobiliarios (CEPI) en un encuentro privado centrado en el futuro del sector. La cita, que congregó a representantes de los 25 países miembros de la organización europea, abordó los principales retos y oportunidades del mercado inmobiliario europeo, fomentando el intercambio de conocimiento y la cooperación entre profesionales de distintos países.

El presidente de GIPE, Alfred Van Krimpen (izquierda) junto al senador Agustín Almodóbar



CÁMARA MÁLAGA

DISTINCIÓN PROVINCIAL PARA LA CÁMARA

La Cámara de Comercio de Málaga recibió el 14 de marzo la Medalla de Oro de la Provincia coincidiendo con su 140 aniversario. La Diputación reconocía así su contribución al desarrollo económico, la creación de empleo y la internacionalización de las empresas malagueñas.



MÁS DE 1.000 ESTUDIANTES Y 165 EMPRESAS EN HOLA DUAL

La II Feria Hola Dual congregó a finales de abril en Málaga a estudiantes y empresas para acercar la FP Dual al mercado laboral. La iniciativa impulsada por la Cámara facilitó el contacto entre centros educativos, alumnado y tejido empresarial, impulsando la empleabilidad juvenil.

LA CÁMARA, MÁS CERCA DEL VALLE DEL GUADALHORCE

La Cámara de Comercio de Málaga celebró a mediados de febrero en Coín una reunión con empresarios y representantes institucionales del territorio. El encuentro sirvió para conocer las necesidades de la comarca y reforzar la colaboración en ámbitos como digitalización, internacionalización y empleo.

SIMED CRECE PARA AMPLIAR SU ALCANCE INTERNACIONAL

Imagen de la edición de 2025 del Salón Inmobiliario del Mediterráneo SIMED



Simed, Salón Inmobiliario del Mediterráneo, celebrará del 12 al 14 de noviembre su 22ª edición reforzando su posicionamiento internacional y su papel como punto de encuentro para el sector inmobiliario. Organizado por FYCMA, el evento pondrá el foco en la colaboración público-privada, la inversión y la innovación aplicada como ejes para abordar los principales retos de la industria, especialmente en materia de vivienda asequible y desarrollo urbano. Entre las novedades de 2026 destaca la incorporación de una zona específica para

proyectos procedentes de mercados exteriores y el impulso del Prime Homes Summit, orientado a generar conexiones con operadores y clientes internacionales. Asimismo, Simed ampliará y reorganizará su espacio expositivo para incrementar la participación de empresas, administraciones y proyectos. Las zonas Innova y City Hub evolucionarán para potenciar el intercambio de conocimiento y las oportunidades de negocio, con especial atención a ámbitos como la industrialización, la descarbonización, la inteligencia artificial, la digitalización y las soluciones proptech.

en breve



SERGIO MILLANES, NUEVO DIRECTOR DEL AEROPUERTO DE MÁLAGA

Millanes será designado nuevo director del Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol el próximo 1 de julio en sustitución de Pedro Bendala. El relevo se produce en una etapa de fuerte crecimiento para la infraestructura malagueña, que continúa registrando cifras récord de pasajeros y conectividad. Bendala, que ha dirigido el aeropuerto durante los últimos ocho años, pasará a ocupar la nueva Dirección Adjunta de la Dirección de Planificación Aeroportuaria y Control Regulatorio de Aena.

MÁLAGA
DOCKSPACE
COWORKING

Flexible **Asequible** Céntrico **Asesoramiento** a Empresas

Cámara
Málaga

Tu **coworking**
en el centro de
Málaga

mdscoworking.com



enbreve



IA, TALENTO Y LIDERAZGO A DEBATE EN EL II CONGRESO FORHUM

El II Congreso foRHum reunió en Málaga el 23 y 24 de abril a más de 300 expertos, directivos y empresarios para analizar el impacto de la IA en la gestión del talento y el futuro del trabajo. Durante dos jornadas, el encuentro abordó cuestiones sobre liderazgo, cultura corporativa, innovación y transformación organizativa.



NUEVA INSTALACIÓN DEPORTIVA EN ALHAURÍN

El futuro pabellón Alberto Díaz dará un nuevo impulso a las infraestructuras deportivas de Alhaurín de la Torre. La actuación, promovida por la Diputación de Málaga y el Ayuntamiento de Alhaurín y que cuenta con una inversión de 2,74 millones de euros, busca crear un espacio moderno para clubes y deportistas locales, al tiempo que reconoce al referente del baloncesto malagueño.

SABOR A MÁLAGA ACELERA SU ACTIVIDAD DURANTE LA PRIMAVERA

Imagen de la Feria Sabor a Málaga en el municipio de Antequera el último fin de semana de mayo



Sabor a Málaga mantuvo una intensa actividad promocional durante el segundo trimestre de 2026 con presencia en ferias nacionales y la organización de varios encuentros comarcales que reunieron a cientos de productores y miles de visitantes. La marca agroalimentaria de la Diputación reforzó así su apoyo a las empresas malagueñas y la difusión de los productos locales. Entre las acciones más destacadas figuró a finales de marzo la participación en Alimentaria Barcelona, donde 33 empresas mostraron más

de 300 productos y mantuvieron más de 150 reuniones comerciales. Además, estuvo presente en abril en el Salón Gourmets de Madrid con 42 productores, más de 600 referencias agro y más de 180 encuentros de negocio. En la provincia, Sabor a Málaga celebró ferias comarcales en Benalmádena, Torrox, Ronda y Antequera. Estas citas reunieron a más de 130 productores y ofrecieron al público más de 1.500 productos agroalimentarios dando a conocer la despensa malagueña y generando oportunidades comerciales para las empresas adheridas a la marca.

El Hospital de la Axarquía se amplía

El Hospital de la Axarquía concluyó en marzo su ampliación, una actuación que permite incrementar la capacidad asistencial del centro y mejorar sus instalaciones. El proyecto ha incorporado nuevos espacios destinados a la atención sanitaria y responde al crecimiento de la demanda en la comarca. Esta actuación refuerza el papel del hospital de Vélez-Málaga como referencia para los municipios de la Axarquía y mejora la atención a pacientes y profesionales.





SURRENDER
TO LOLA FLORES

SURRENDER TO THE
**ANDALUSIAN
CRASH**

Andalucía

andalucia.org

ALTA ACTIVIDAD FARMACÉUTICA



El mercado de transmisión de farmacias en Andalucía cerró 2025 con señales mixtas. Según el informe anual de TSL Consultores, la caída de transmisiones contrasta con el aumento de compraventas en Andalucía, en un mercado que concentra su actividad en Málaga, Sevilla y Granada.

NOCHE EN BLANCO DE RÉCORD



La Noche en Blanco 2026 reunió en Málaga 214.428 visitas durante la jornada celebrada el 16 de mayo. La categoría de Música y Danza fue la más seguida, con 89.901 asistentes, junto a otras 62 actividades programadas. El evento ha reforzado su atractivo cultural y turístico gracias a instituciones, colectivos y empresas.

La tecnología y el autoempleo tiran del emprendimiento



El emprendimiento en Málaga mantiene una fuerte vinculación con el autoempleo, aunque los proyectos de innovación ganan cada vez más protagonismo. Así lo refleja el último Termómetro del Emprendimiento del IMFE. El estudio destaca el avance de los emprendedores con Formación Profesional y la satisfacción personal continúa siendo la principal motivación para emprender. Los sectores más demandados para emprender siguen siendo el comercio y los servicios, aunque le sigue muy de cerca el sector de la construcción.

Málaga, entre los grandes polos europeos del flex living



Vitur Summit reunió el 14 y 15 de mayo en Málaga a más de 700 profesionales procedentes de una veintena de países para analizar la evolución del alojamiento flexible y las nuevas tendencias residenciales. El encuentro contó con la participación de más de 80 ponentes y representantes de fondos,

promotoras, operadores e inversores especializados. Se puso de relieve el crecimiento del flex living como una de las principales oportunidades del mercado inmobiliario europeo, andaluz y malagueño. La llegada de talento internacional, la movilidad laboral y las nuevas formas de habitar son la clave.



DCOOP Y DHV BRILLAN EN LOS PREMIOS ANDALUCÍA TRADE

Los Premios Andalucía Trade 2026, entregados a finales de marzo en Sevilla, distinguieron a seis empresas por su contribución al desarrollo económico de la comunidad. Las malagueñas Dcoop y DHV Technology fueron premiadas por su trayectoria empresarial y desarrollo internacional respectivamente. También se premió a Pilatus Aircraft Ibérica, en la categoría Invest in Andalucía; Acesur, por su Desarrollo Industrial; Biorizon Biotech, por su labor en Investigación, Desarrollo e Innovación; y Cobiomic Bioscience, en emprendimiento.

7,7 MILLONES DE PASAJEROS HASTA ABRIL

El Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol alcanzó entre enero y abril de 2026 un total de 7.706.614 pasajeros y 53.877 operaciones, según datos de Aena.

Estas cifras representan incrementos del 7,4% en viajeros y del 4,8% en movimientos respecto a 2025.



El crecimiento estuvo impulsado principalmente por el tráfico internacional, que concentró 6.339.937 pasajeros, mientras que los vuelos nacionales sumaron 1.350.525 viajeros. Reino Unido volvió a situarse como el principal mercado emisor con 1.598.401 pasajeros, seguido por Alemania, Países Bajos e Italia. Los resultados reflejan la fortaleza de la demanda turística y la creciente conectividad de Málaga con destinos nacionales e internacionales durante todo el año.

Málaga entra en la era cuántica



La UMA instalará el primer ordenador cuántico de Andalucía. El sistema, desarrollado junto a Quantum Labs, contará con 317 qubits y se ubicará en el Centro de Supercomputación

y Bioinformática de la UMA. Además de impulsar la investigación, permitirá avanzar en campos como la IA, la ciberseguridad, la simulación de sistemas complejos y la computación avanzada.

Felipe Ortiz,
Director de Aon Málaga.



Interrupciones en la cadena de suministro: de la información a la acción

La interrupción de las cadenas de suministro se ha consolidado como uno de los principales riesgos para las empresas, según la Encuesta Global de Gestión de Riesgos 2025 de Aon. En un entorno marcado por tensiones geopolíticas, fenómenos climáticos extremos y riesgos cibernéticos, la capacidad de anticipar y gestionar estas disrupciones se ha convertido en un factor crítico de competitividad.

entre información y acción limita la resiliencia operativa.

Uno de los principales obstáculos es la fragmentación interna. Las áreas de compras, riesgos y operaciones suelen trabajar de manera aislada, lo que genera una visión incompleta del riesgo. A ello se suma la creciente complejidad de las cadenas globales, con proveedores de segundo y tercer nivel que, en muchos casos, representan puntos críticos ocultos.

La clave está en evolucionar hacia un enfoque integrado y basado en analítica avanzada. Identificar proveedores estratégicos, evaluar riesgos de forma continua y realizar análisis de escenarios permite priorizar decisiones y anticipar posibles interrupciones. No se trata solo de reaccionar ante una crisis, sino de construir una capacidad prospectiva.

Asimismo, las empresas deben explorar mecanismos innovadores de transferencia de riesgo y reforzar la colaboración entre funciones internas. Solo así será posible equilibrar coste, eficiencia y continuidad.

En definitiva, la resiliencia de la cadena de suministro ya no depende únicamente de la eficiencia logística, sino de la capacidad de convertir los datos en inteligencia accionable. En un contexto de incertidumbre creciente, quienes logren dar este paso estarán mejor posicionados para competir y crecer de forma sostenible.

«Las cadenas de suministro son como organismos vivos: cuando se produce una disrupción en un área, esta genera ondas en todo el sistema, modificándolo de formas que pueden ser difíciles de revertir»

Paradójicamente, las organizaciones cuentan hoy con más información que nunca sobre sus cadenas de suministro, pero siguen existiendo dificultades para transformar esos datos en decisiones eficaces. Diversos estudios ponen de manifiesto que, aunque una parte significativa de las empresas ha sufrido pérdidas recientes asociadas a este riesgo, solo una minoría es capaz de cuantificar su exposición real. Esta brecha

La CEM sitúa el talento como reto estratégico para las empresas

LOS EMPRESARIOS ALERTAN SOBRE VACANTES SIN CUBRIR, PRODUCTIVIDAD E IMPACTO TECNOLÓGICO EN UN ENTORNO DE TRANSFORMACIÓN LABORAL



La Confederación de Empresarios de Málaga celebró el 26 de mayo la octava edición de su Foro Empresarial 'Nuevos Retos, Nuevos Escenarios', bajo el título 'Talento y Empresa. Una visión 360°'.

En él, se analizaron los desafíos que afrontan las compañías en materia de empleo y gestión de personas. Durante la jornada, celebrada en la sede de Unicaja, representantes empresariales y expertos coincidieron en señalar la

dificultad para cubrir determinados perfiles profesionales, el relevo generacional, la productividad y la irrupción de la IA como algunos de los principales retos del mercado laboral. Uno de los datos más relevantes expuestos durante el encuentro apunta a que las vacantes sin cubrir podrían alcanzar los 20.000 puestos en la provincia en sectores como turismo, servicios, construcción, transporte, logística y agro. Además, Francisco José Pérez Fresquet, presidente de la Comisión de Gestión y Desarrollo del Talento de CEA, señaló que ocho de cada diez empresas tienen dificultades para encontrar profesionales adecuados. El foro reunió a directivos y especialistas de organizaciones como Unicaja, Universidad Europea, Michael Page y PwC para debatir sobre liderazgo, formación, atracción de talento y competitividad empresarial.

Málaga vuelve a ser capital creativa con la 40ª edición de El Sol

El Sol, Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria, celebró a finales de mayo su 40ª edición en Málaga. El certamen, que tuvo como sedes los Cines Albéniz y el Teatro Cervantes, llegó además con un incremento de inscripciones respecto al año anterior y más de 250 piezas seleccionadas en la shortlist.

Durante varios días, profesionales de distintos países reflexionaron sobre el papel de la creatividad en un contexto marcado por la transformación tecnológica y los cambios en la relación entre marcas y consumidores. El programa reunió a expertos internacionales para abordar cuestiones como la inteligencia artificial, los procesos creativos, la producción publicitaria y la construcción de marcas. La edición contó con un jurado formado por profesionales

procedentes de ciudades como Madrid, Bogotá, Ciudad de México, Buenos Aires, Nueva York, Santiago de Chile, Lima y San José.

El festival concluyó el 29 de mayo con la entrega de premios en el Teatro Cervantes y una celebración posterior en la Casa de Botes de Trocadero. Málaga volvió así a convertirse en escaparate de la creatividad iberoamericana.



Vuelve Bocata Fest

Bocata Fest celebrará su segunda edición los días 6 y 7 de agosto en el Castillo Sohail de Fuengirola. El festival reunirá a siete chefs, entre ellos Dani Carnero, y ofrecerá más de 20 propuestas de bocatas y comida callejera. La cita combinará gastronomía, música en directo, votaciones populares y actividades para el público con el objetivo de reforzar su atractivo tras el éxito de su primera edición y seguir impulsando la oferta gastronómica de la Costa del Sol.





Windup, el motor de IA que integra:

Marketing, Talento y Datos
para acelerar tu crecimiento



Marketing Digital

Formaciones en IA

Estrategia & Data

Soluciones IA



Tu partner en soluciones digitales.

¿Hablamos?

windup.es | +34 951 718 640 | Málaga



Málaga también juega fuera de casa

CON ACENTO 'MALAGUITA'

El relato económico de Málaga se escribe en muchas ocasiones mirando hacia dentro: los turistas que llegan, las inversiones que aterrizan o las multinacionales que abren oficina. Sin embargo, mientras la provincia gana peso como destino, muchas empresas de aquí llevan tiempo protagonizando una historia menos visible: la de quienes han convertido Málaga en punto de partida para competir en mercados internacionales.

 **DAVID DELGADO**

Cada día, en algún lugar del mundo, alguien consulta un resultado deportivo, aliña una ensalada o compra una prenda de ropa producida en Málaga. No existe un único modelo, ni es fácil para todo el mundo porque, como dijo un reconocido empresario, “no sabes si tu empresa es competitiva hasta que no entras en mercados exteriores”. Unas lo hacen desde el campo, otras desde la tecnología, la moda, la formación o la salud. Pero a todas ellas el mercado local se les quedó pequeño hace tiempo.

A UN CLIC DE MÁLAGA

Mientras un aficionado consulta la clasificación del Torneo Apertura de Argentina, un estudiante descarga una aplicación en India o un diseñador genera una imagen con inteligencia artificial en Londres. La tecnología malaguita llega a todos los rincones.

BeSoccer es probablemente el ejemplo más visible. Lo que comenzó como una aplicación especializada en resultados deportivos se ha convertido en una de las mayores plataformas futbolísticas del mundo. La compañía supera los 34 millones de usuarios mensuales, está presente en más de 200 países y asegura concentrar el 80% de los datos futbolísticos disponibles en internet. Su aplicación registra 16.000 millones de páginas vistas mensuales y más de 140 millones de descargas. Son cifras que sitúan a la empresa entre las aplicaciones deportivas más relevantes del planeta.

A pocos kilómetros de allí, **Uptodown** ha construido otra historia igual de singular. La compañía malagueña se ha convertido en una de las mayores tiendas independientes de aplicaciones del mundo, con más de 100 millones de usuarios únicos al

mes. Lo llamativo no es sólo el tamaño alcanzado, sino la forma de conseguirlo. “Hemos logrado ser un referente internacional manteniéndonos independientes y operativos sin ningún tipo de financiación externa”, explican desde la empresa.

La historia de Freepik resume muy bien la adaptación a los cambios. Lo que comenzó como un banco de recursos gráficos utilizado por diseñadores de todo el mundo se ha transformado en **Magnific**, una plataforma integral de inteligencia artificial para creativos profesionales. La compañía supera el millón de suscriptores de pago, alcanza 230 millones de dólares de ingresos recurrentes anualizados y trabaja ya con más de 250 clientes corporativos, entre ellos BBC, Guess, Damm o Job&Talent. Hoy es uno de los referentes mundiales de la nueva economía creativa impulsada por la IA.

Desde el aguacate hasta la IA, empresas malagueñas compiten hoy en mercados donde no existen fronteras



Vicente Mirasol junto al equipo de Tumanag3r

VirusTotal es, probablemente, una de las empresas malagueñas más influyentes y menos conocidas por el gran público. Integrada en Google desde 2012, la plataforma liderada por Bernardo Quintero se ha convertido en una referencia mundial en análisis de malware y amenazas digitales. Su sistema combina decenas de soluciones antivirus y permite acceder a una base histórica cercana a los 2.000 millones de archivos analizados.

La economía digital malagueña tiene además nuevos actores que han conseguido hacerse un hueco en mercados internacionales. Es el caso de **Tumang3r**, especializada en marketing de influencia y creadores de contenido. La compañía ha reforzado su expansión internacional y ha incorporado al creador de contenido Fernanfloo como socio global, una alianza que le ha permitido ampliar aún más su alcance en América Latina.

Y si hay una empresa que simboliza la capacidad de Málaga para abrirse paso en sectores emergentes, esa es **GIANTX**. La organización liderada por José Ramón Díaz y Virginia Calvo, heredera de Giants Gaming, se ha convertido en uno de los grandes nombres europeos de los eSports. Con presencia en Málaga, Londres y Berlín, compete en las principales ligas internacionales de videojuegos y ha contribuido a situar a la provincia en el mapa mundial del gaming profesional.

Su crecimiento ha ido de la mano del desarrollo de una industria que hace apenas dos décadas era prácticamente inexistente. Hoy cuenta con el mayor centro de deportes electrónicos de Andalucía y uno de los más importantes del sur de Europa. Además, puede presumir de ser la organización activa más longeva de España dentro del sector. "Somos el único club andaluz que compete a nivel nacional e internacional", señalan

APOYO INSTITUCIONAL

La internacionalización no depende únicamente del tamaño de una empresa. Cada vez más pymes andaluzas están encontrando apoyo institucional para dar sus primeros pasos en mercados exteriores. Durante 2026, Andalucía TRADE mantiene programas específicos para facilitar la presencia de empresas en ferias internacionales, encuentros comerciales, acciones de promoción y búsqueda de nuevos clientes fuera de España. El objetivo es ampliar la base exportadora andaluza y ayudar a que más compañías conviertan el mercado internacional en una vía estable de crecimiento, reduciendo las barreras que tradicionalmente dificultaban la salida al exterior.



desde GIANTX. Una frase que resume bien la dimensión alcanzada por una compañía nacida en Málaga que hoy proyecta su actividad hacia audiencias de todo el mundo.

EN MILLONES DE HOGARES

Otras historias empresariales salen de la pantalla para formar parte del paisaje de nuestras calles. **Mayoral** es una de ellas. La compañía opera en 100 países, dispone de 9.000 puntos de venta y comercializa cerca de 28 millones de prendas al año. El 75% de sus ventas procede de mercados internacionales y su centro logístico tiene capacidad para distribuir hasta 50 millones de prendas anuales. Desde Málaga coordina una red global que emplea a más de 2.200 personas de 50 nacionalidades.

Algo parecido ocurre con **Primor**. Lo que comenzó como una empresa familiar fundada en 1953 se

Mientras Málaga atrae inversiones, un grupo de empresas nacidas aquí lleva años conquistando mercados globales.

Mayoral, Freepik, Dcoop o BeSoccer demuestran que Málaga también exporta conocimiento, innovación y liderazgo empresarial



ha transformado en una de las grandes cadenas de perfumería y cosmética de Europa. La compañía supera las 250 tiendas repartidas entre España, Portugal, Francia e Italia y atiende a más de 20 millones de clientes al año. Su catálogo alcanza decenas de miles de referencias, una magnitud que explica por qué la marca

se ha convertido en una presencia habitual en prácticamente cualquier gran zona comercial española.

También **MiColchón** ha llevado el nombre de Málaga mucho más lejos de lo que podría sugerir su origen familiar. La empresa ha inaugurado recientemente en El Viso el que presenta como



Arriba, Virginia Calvo y José Ramón Díaz, de Giantx. Abajo, Jacobo Guerrero, de Micolchón.

JOVEN in
CAJA RURAL DEL SUR

Fundación
CAJA RURAL
DEL SUR

100 EUROS POR CADA SOBRESALIENTE

HASTA 300€

NOTAS DE SEGUNDO DE BACHILLER,
GRADO MEDIO Y GRADO SUPERIOR

BECA SOBRESALIENTE

100 € por cada sobresaliente con un máximo de 300 € para estudiantes de 2º de Bachillerato o 2º de grado medio y superior de F.P. Becas limitadas a 4.000 unidades.

Toda la información en www.crsur.es/beca_sobresaliente

*Para recibir 100€ por cada sobresaliente, el estudiante debe ser menor de 30 años y ser titular de una cuenta en Caja Rural del Sur. La ayuda de 100 € por cada sobresaliente obtenido por el/la estudiante es en las notas finales del curso 2025/2026, quedando excluidas otras evaluaciones trimestrales, parciales, etc. El/la estudiante debe haber superado sin suspensos el nivel académico cursado. Becas limitadas a 4.000 unidades. Promoción válida hasta el 30/09/2026. Plazo para abrir cuenta en Caja Rural del Sur: hasta el 15/09/2026. Todas las condiciones en tu oficina.

el mayor centro del descanso de Europa, un proyecto que refleja la evolución de una compañía que, a pesar de sus 17 tiendas abiertas, ha sabido crecer manteniendo una fuerte vinculación con la provincia.

Y aunque muchos consumidores no lo sepan, una parte de la actividad de gigantes internacionales de la moda pasa también por Málaga.

Bestseller, uno de los mayores grupos textiles europeos, mantiene una importante presencia logística y operativa en la provincia con su sede situada en Churriana.



José Mª Fernández, CEO de Brokaw



LA DESPENSA GLOBAL

Hay otra Málaga que no aparece en las pantallas ni en los escaparates. Es la que trabaja la tierra, transforma alimentos y exporta productos que terminan llegando a mesas repartidas por medio mundo.

La Axarquía es probablemente uno de los mejores ejemplos. **Trops** ha contribuido a convertir el mango y el aguacate en dos de los grandes símbolos agrícolas de la provincia. Mientras estos productos ganaban protagonismo en supermercados europeos, la cooperativa consolidaba una posición de referencia dentro del sector tropical.

Detrás de buena parte de ese crecimiento aparece también Brokaw. Si Trops representa la fruta que llega al consumidor final, **Brokaw** trabaja varios años antes, en el origen mismo del proceso. La compañía, especializada en el desarrollo de plantas y raíces, estima que el 80% de las más de 22.000 hectáreas de aguacate plantadas en España tienen su origen en sus viveros y produce alrededor de 800.000 plantas al año desde Málaga. Una realidad poco conocida para el gran público que ayuda a entender cómo el liderazgo agrícola se construye muchas veces desde la raíz. Como resume su CEO, José María Fernández, "hacemos la mejor planta posible para que el agricultor tenga la mejor fruta posible".

Más allá de la Axarquía, **Dcoop** se ha consolidado como uno de los grandes grupos agroalimentarios europeos. Solo en 2025 exportó cerca de 279 millones de kilos y litros de productos a 82 países, con mercados tan diversos como Estados Unidos, Italia, Francia, Alemania, Vietnam o Indonesia. El aceite de oliva sigue siendo su principal motor económico, con más de 112 millones de kilos exportados y una facturación cercana a los 500 millones de euros. Unas cifras



Tecnología, agricultura, salud o formación: sectores distintos unidos por una misma vocación internacional.

que reflejan cómo una cooperativa nacida en el corazón de Andalucía ha logrado convertir productos profundamente ligados al campo andaluz en una marca global.

Famadessa representa otra de las grandes historias industriales de Málaga. La compañía cuenta con una estructura que supera los 1.000 empleos directos, procesa más de 1,3 millones de cerdos al año y produce 6.500 toneladas de embutidos, además de 350.000 piezas de jamón curado anuales. Son cifras que la convierten en uno de los referentes del sector cárnico nacional.

Y si hablamos de expansión internacional, **Ly Company** merece una mención aparte. La firma malagueña ha llevado su marca Aqualy a más de 50 países apenas una década después de iniciar su actividad en Alhaurín de la Torre. Lo que comenzó

como una pequeña planta de envasado de agua en cartón prevé superar este año los 30 millones de euros de facturación y producir más de 100 millones de envases, con clientes tan reconocibles como Virgin, Marriott, Four Seasons o la Fórmula 1.

GIGANTES SILENCIOSOS

Existe una categoría empresarial especialmente interesante. La de las compañías que son muy conocidas en su sector y relativamente desconocidas fuera de él.

Ortoplus pertenece a ese grupo. La empresa malagueña fue la primera compañía española en ofrecer internacionalmente tratamientos para la apnea del sueño y el ronquido. Actualmente está presente en más de 50 países y cuenta con unas instalaciones de 5.000 metros cuadrados, consideradas entre las mayores de Europa en su especialidad. "Somos la primera empresa española en ofrecer el tratamiento de la apnea del sueño y del ronquido a nivel internacional", destacan desde la compañía. Un liderazgo construido desde un nicho sanitario poco visible para el gran público, pero con una creciente demanda internacional.

Aunque algo más familiar para el gran público, **Lumon** tiene un perfil similar. La compañía, líder internacional en soluciones de acristalamiento, es además la única en España capaz de

Lo que empezó como negocios locales se ha transformado en compañías capaces de llegar a millones de personas.

fabricar hasta 6.000 hojas de cristal a la semana bajo los máximos estándares europeos.

Ese crecimiento industrial ha obligado a la compañía a mirar más allá de la tecnología y poner el foco en las personas. No es casual que Javier Martínez Uría, vicepresidente ejecutivo del Grupo Lumon, identifique el talento como uno de los grandes retos de futuro. "Debemos acercarnos más a las escuelas y presentar nuestras empresas como lugares abiertos y flexibles", explica. Una reflexión que ayuda a entender por qué la empresa ha convertido su planta de Antequera en una pieza estratégica para su desarrollo internacional.

La especialización también ha permitido a algunas compañías malagueñas hacerse un hueco en mercados altamente competitivos. Es el

caso de **HCP**, que ha logrado situarse entre las firmas de arquitectura más reconocidas del panorama internacional y propiciar su entrada en el ranking WA100, una de las clasificaciones de referencia del sector a nivel mundial. A ello se suma su posición de liderazgo en el Top 3 de Iberia, una muestra de cómo una empresa nacida en Málaga ha conseguido competir en proyectos de gran complejidad dentro y fuera de España.

A ellas se suma **Opplus**, convertida en uno de los mayores centros de servicios financieros y tecnológicos del país. Aunque su origen no sea estrictamente malagueño, su desarrollo en la provincia refleja cómo Málaga se ha consolidado como base de operaciones para actividades de alto valor añadido y miles de profesionales cualificados.



Javier
Martínez Uría,
vicepresidente
de Lumon



Alejandro Pérez, socio de HCP



Jesús García Urbano,
CEO de Ortoplus



Ana y Carlos Martín,
directivos de Cesur.

APRENDER, ENTRENAR Y CRECER

No todas las empresas transforman productos. Algunas transforman personas. **CESUR** nació en Málaga hace más de dos décadas y hoy se ha convertido en una de las principales referencias de la Formación Profesional en España. Más de 400.000 alumnos han pasado por sus aulas, cuenta con más de 35 centros repartidos por 13 provincias y mantiene acuerdos con más de 7.000 empresas para facilitar la formación práctica y la empleabilidad de sus estudiantes.

Su crecimiento coincide además con uno de los grandes cambios del mercado laboral español: la creciente demanda de perfiles técnicos y

especializados. Mientras la Formación Profesional ganaba prestigio y protagonismo, CESUR construía una red que hoy reúne a más de 25.000 alumnos y más de 1.250 docentes.

La compañía lidera desde hace cinco años consecutivos el ranking nacional elaborado por Strategik, un



Jordi Bella, CEO de
Synergym

reconocimiento que explica parte de su posición actual. Sin embargo, desde la propia entidad consideran que la clave ha sido otra. "Crecer no consiste solo en abrir centros, sino en replicar un modelo educativo sólido y reconocible manteniendo la misma calidad en cada nueva ubicación", explican. Una filosofía que les ha permitido expandirse por toda España sin perder la identidad de un proyecto que nació en Málaga.

El bienestar físico constituye otro de los sectores donde Málaga ha conseguido construir empresas de referencia. **Synergym** cerró el primer trimestre de 2026 con ingresos de 22,5 millones de euros, un crecimiento del 39,2%.

La reciente integración con **VivaGym** dará lugar además a uno de los mayores operadores fitness de España y Portugal, reforzando aún más el peso de una compañía nacida en Málaga dentro del sector.

Si algo demuestran todas estas historias es el buen estado de forma que atraviesa buena parte del tejido empresarial malagueño, aquellas que ponen su vista en el exterior. Empresas muy distintas entre sí, nacidas en sectores tan diversos como la tecnología, la agricultura, la moda, la alimentación, la salud o la educación, pero con una característica común: hace tiempo que dejaron de competir únicamente en casa.

Málaga rompe fronteras

Las exportaciones malagueñas volvieron a marcar un máximo histórico en 2025. La provincia superó los 3.178 millones de euros en ventas al exterior hasta noviembre, un 4,8% más que en el mismo periodo del año anterior, consolidando una trayectoria que la ha llevado a encadenar récord tras récord en los últimos ejercicios.

El aceite de oliva sigue siendo el principal producto exportado, seguido por las frutas y los productos cárnicos. Junto a ellos ganan peso sectores como la cosmética, la tecnología, la maquinaria eléctrica o la automoción. Italia, Portugal y Francia encabezan los mercados de destino de unos productos malagueños que ya llegan a 169 países.



A top-down view of a dark wooden surface, possibly a table or cutting board, showcasing a variety of meats and fresh ingredients. On the left, a large, succulent piece of roasted meat, likely lamb, is garnished with fresh rosemary and thyme. In the center, a smaller, round piece of roasted meat is also topped with a sprig of thyme. To the right, a long, cylindrical roast, possibly a pig's trotter or a similar traditional dish, is visible. Scattered around the meats are various fresh herbs, including dill, parsley, and mint, as well as several whole almonds and green olives. The lighting is warm and focused, highlighting the textures of the meat and the freshness of the herbs.

sabor
a **má
laga**

Si te gusta Málaga,
te gustará nuestro sabor

Carnes de Málaga

Gran mercado que gira en torno a la producción cárnica.
Desde pequeños artesanos hasta grandes compañías
apuestan por la más alta calidad de sus productos.

TURISMO

Nuevo cinco estrellas para Málaga

El Palacio de la Tinta abrió a finales de mayo sus puertas convertido en nuevo hotel cinco estrellas tras la rehabilitación integral de su histórico inmueble en Paseo de Reding. El hotel se incorpora a la colección Áurea Hotels de Eurostars Hotel Company, especializada en establecimientos con identidad arquitectónica y valor patrimonial.



El Centro Comercial Larios celebra treinta años junto a los malagueños

El Centro Comercial Larios celebró a mediados de abril su 30 aniversario recordando una trayectoria estrechamente vinculada al crecimiento y la transformación de Málaga. Inaugurado en 1996 y actualmente en propiedad de MERLIN Properties, el centro cuenta con más de 41.600 metros cuadrados de superficie comercial y más de un centenar de establecimientos. Uno de los hitos más importantes de su historia reciente llegó en 2019, cuando MERLIN Properties lideró una reforma integral del complejo con una

inversión de 28 millones de euros. Esta actuación permitió modernizar las instalaciones, renovar la imagen del centro y adaptar los espacios a las nuevas necesidades tanto de clientes como de operadores. La celebración de este aniversario sirvió para poner en valor el papel desempeñado por Centro Comercial Larios Centro durante estos treinta años como punto de encuentro para residentes y visitantes. Para ello instalaron una galería fotográfica en el hall del centro comercial donde se podía ver un repaso de estos 30 años.

VEINTE AÑOS DE VITHAS XANIT INTERNACIONAL

El hospital celebró el pasado 20 de mayo dos décadas de actividad sanitaria junto a representantes institucionales, empresariales y del sector sanidad

El Hospital Vithas Xanit Internacional conmemoró su 20 aniversario en Benalmádena con un acto que reunió en las instalaciones del hospital a más de 250 representantes institucionales, empresariales y del sector sanitario para celebrar dos décadas de trayectoria asistencial. La cita sirvió para repasar la evolución de un centro que se ha convertido en una referencia sanitaria en la Costa del Sol.

Durante estas dos décadas, el hospital ha superado el millón de atenciones en urgencias, ha realizado más de tres millones de consultas, más de 250.000 intervenciones quirúrgicas y más de un millón de pruebas diagnósticas. Actualmente cuenta con más de 1.000 profesionales y figura entre los veinte hospitales privados con mejor reputación sanitaria de toda España.



La UMA incorpora un grado para formar a los analistas del mercado del futuro

La Universidad de Málaga estrenará en 2026 **'Inteligencia y Analítica de Mercados'**, un grado que combina datos, tecnología y estrategia empresarial para empresas.

La Universidad de Málaga ampliará su oferta académica el próximo curso con una titulación que responde a una de las transformaciones más profundas que viven actualmente las empresas: la necesidad de convertir los datos en conocimiento útil para tomar decisiones.

La Facultad de Marketing y Gestión incorporará el grado en **Inteligencia y Analítica de Mercados**, una formación que nace con el objetivo de preparar profesionales capaces de interpretar el comportamiento de clientes y mercados mediante herramientas tecnológicas y analíticas. El nuevo título se suma a la oferta existente de Marketing e Investigación de Mercados y Gestión y Administración Pública.

La propuesta combina disciplinas que hasta hace pocos años se estudiaban por separado. A lo largo de cuatro cursos, los estudiantes recibirán formación en marketing, gestión empresarial, estadística, programación y ciencia de datos, con una orientación práctica enfocada al entorno empresarial.

La nueva titulación contará con 72 plazas de nuevo ingreso, tendrá una duración de 240 créditos y se impartirá de forma presencial. Además, parte de la docencia se desarrollará en inglés, por lo que será necesario acreditar un nivel B1 para acceder al grado.

Desde la Facultad de Marketing y Gestión destacan que el tejido empresarial demanda cada vez más perfiles capaces de recopilar, procesar y visualizar información para convertirla en decisiones relacionadas con precios, distribución, comunicación, innovación o experiencia de cliente. La digitalización ha multiplicado la cantidad de datos disponibles, pero también ha incrementado la necesidad de profesionales que sepan interpretarlos correctamente.

La UMA considera que esta formación cubre un espacio todavía poco desarrollado en Andalucía y una realidad cada vez más evidente: las empresas ya no compiten solo con productos o servicios, sino también con su capacidad para comprender el mercado en tiempo real.

Con esta incorporación, la Universidad de Málaga refuerza una oferta académica cada vez más conectada con las necesidades del mercado laboral.



Universo UMA

La incorporación de **Inteligencia y Analítica de Mercados** eleva a 63 el número de grados y a 16 los dobles grados que ofrece actualmente la Universidad de Málaga. La institución ha ido ampliando en los últimos años su oferta académica con titulaciones vinculadas a ámbitos de creciente demanda profesional, especialmente en áreas relacionadas con la tecnología, la innovación y la transformación

digital. Con más de 35.000 estudiantes y una creciente presencia internacional, la UMA se ha convertido en uno de los principales polos de formación y generación de talento del sur de España. La llegada de nuevos grados refleja también la evolución de un mercado laboral que demanda perfiles cada vez más especializados y con capacidad para moverse entre distintas disciplinas.

LAS TECNOLÓGICAS MALAGUEÑAS HACEN EQUIPO

Networking y deporte en los Málaga Tech Games 2026

Málaga Tech Games reunió el 9 y 10 de mayo a más de 1.100 profesionales de 22 empresas en el Colegio Los Olivos. Deporte, networking y trabajo en equipo reforzaron las relaciones entre compañías y promovieron hábitos saludables.



Bienestar y talento en Cajamar

Grupo Cajamar ha renovado su certificación Great Place to Work, un reconocimiento basado en la valoración de sus propios profesionales. La entidad obtiene nuevamente esta distinción por la calidad de su entorno laboral, sus políticas de gestión de personas y su apuesta por el bienestar, el desarrollo profesional y la confianza dentro de la organización.

Vendido el mayor local comercial del centro de Málaga

Se trata del número 4 de la plaza de Felix Saenz, actualmente alquilado a Perfumerías Druni. El local de 4.000 m² ha sido vendido a un inversor privado catalán. Según Savills, la operación refleja el dinamismo del mercado inmobiliario comercial malagueño.



Málaga sigue consolidándose como uno de los polos tecnológicos más dinámicos del sur de Europa. En este contexto, la llegada de Kadans Science Partner supone un paso más en la evolución del ecosistema local hacia ámbitos de alto valor añadido como la microelectrónica, la inteligencia artificial o la ciberseguridad.

La compañía, de origen neerlandés y con más de dos décadas de experiencia en el desarrollo de clústeres científicos en Europa, ha puesto en marcha en Málaga TechPark su primer edificio en la ciudad, orientado específicamente a empresas de deep tech.

«No somos una empresa inmobiliaria convencional: estamos especializados en edificios que alojan empresas intensivas en I+D e innovación», explica Antonio Díaz, Asset Manager de Kadans en España. Junto a él, Victoria Juodkazyte, Asset Manager de Kadans en Málaga, lidera



Kadans impulsa el ecosistema de deep tech en Málaga TechPark

La compañía europea desarrolla en Málaga TechPark un espacio especializado para empresas de alta tecnología, con el objetivo de conectar innovación, talento y colaboración científica



la implantación del proyecto en el ámbito local. “Nuestro trabajo no se limita a gestionar el edificio, sino a activar un ecosistema que conecte a las empresas entre sí y con el entorno”, señala.

Para Kadans, el espacio físico es solo una parte del valor. La compañía desarrolla y gestiona edificios en parques científicos, campus universitarios y hubs tecnológicos donde la proximidad entre empresas e instituciones favorece la colaboración.

Actualmente, la firma cuenta con más de 70 edificios repartidos en seis países europeos e integrados en una red de más de 500 empresas.

A diferencia de una inmobiliaria tradicional, Kadans acompaña a sus inquilinos mediante la generación de conexiones. “Organizamos eventos científicos, encuentros de networking y colaboramos con universidades e instituciones para que las empresas puedan crecer apoyándose en ese entorno”, explica Díaz.

La elección de Málaga responde a la evolución del ecosistema tecnológico de la ciudad. Kadans

identifica un crecimiento sólido en áreas como ciberseguridad, inteligencia artificial, software avanzado o microelectrónica. “Analizamos en qué es fuerte cada ciudad y, en el caso de Málaga, vimos un claro potencial en tecnologías avanzadas”, apunta Díaz.

El edificio Node I, ya en funcionamiento, se orienta precisamente a ese tipo de compañías. El objetivo es atraer empresas vinculadas a sectores como semiconductores, ciberseguridad o tecnologías emergentes que puedan beneficiarse de estar conectadas entre sí.

Uno de los elementos diferenciales del proyecto es su enfoque en la creación de comunidad. Con motivo de la inauguración de Node I, Kadans organizó en Málaga el Kadans Tech Summit, un encuentro que reunió a empresas, investigadores y expertos internacionales en torno a las principales tendencias tecnológicas.

El evento contó con la participación de compañías y entidades como Airbus, Accenture, la británica Nu Quantum, la Universidad de Málaga o ESTEL.

“Queremos que las empresas no solo se instalen aquí, sino que crezcan gracias al ecosistema”, subraya Victoria Juodkazyte. Este planteamiento se extiende también

a la red europea de la compañía, que facilita colaboraciones y oportunidades en otros países.

Kadans estima que sus dos edificios en Málaga podrían albergar hasta unas 800 personas. Más allá de la cifra, el impacto esperado se centra en la generación de actividad económica, proyectos de I+D y atracción de talento cualificado.

“El reto es cumplir lo que prometemos: ofrecer no solo un espacio de calidad, sino un entorno que ayude a las empresas a crecer”, concluye Díaz.

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.



EY GDS ALCANZA LOS 1.000 PROFESIONALES

El hub de EY GDS en Málaga superó en abril los 1.000 empleados, cuatro años después de su apertura. La mitad de la plantilla trabaja en el área de Consultoría, desarrollando proyectos internacionales de transformación digital, IA, cloud, analítica y ciberseguridad.

MSC VUELVE A ELIGIR A MÁLAGA

MSC Cruceros mantendrá en 2026 al Puerto de Málaga como puerto base por quinto año consecutivo. La naviera realizará 20 escalas, de las que 16 corresponderán a MSC Opera, que operará desde mayo hasta el 3 de octubre. La compañía destaca a Málaga como punto de inicio de viaje para miles de pasajeros.



UTAMED, SANDO, Tour10 y TROPS, premiadas por el Círculo Empresarial

La gala benéfica celebrada el 19 de junio en el Jardín Botánico apoya este año la labor de Fundación Hogar Abierto

El Círculo Empresarial de Málaga celebra el 19 de junio su VI Gala Benéfica en el Jardín Botánico de La Concepción, donde reconoce a UTAMED, SANDO, Tour10 y TROPS por su contribución al desarrollo empresarial de la provincia. Francisco Ávila (UTAMED) recibe el premio a la Innovación; José Luis Sánchez Domínguez (SANDO), el de Trayectoria Empresarial; Francisco Serón (Tour10), el de Crecimiento Empresarial; y TROPS, representada por David Sarmiento, es

distinguida como Empresa Líder en su Sector. La recaudación obtenida durante el encuentro se destinará íntegramente a Fundación Hogar Abierto.



La entidad destinará 250 mill. de euros a tecnología entre 2025 y 2027

UNICAJA ABRIRÁ EN EL PTA UN HUB TECNOLÓGICO PARA 200 PROFESIONALES

Unicaja anunció a principios de junio la creación de un nuevo hub tecnológico en Málaga TechPark con el que reforzará sus capacidades digitales y que albergará hasta 200 profesionales tecnológicos. Su apertura será en el primer trimestre de 2027 y su objetivo es impulsar áreas vinculadas al dato, la IA y la innovación aplicada al negocio financiero, además de favorecer la atracción y el desarrollo de talento especializado. El edificio, desarrollado por la firma zityhub bajo la dirección del arquitecto Ángel Serrano, integrará zonas abiertas de trabajo, espacios de co-creación y áreas destinadas a encuentros profesionales y empresariales. En paralelo, Unicaja pondrá en marcha

el proyecto ATLAS, destinado a evolucionar la actual red de comunicaciones y procesamiento de datos del banco y la puesta en marcha de nuevo centro de proceso de datos en Madrid, una actuación que busca aumentar la capacidad de procesamiento, mejorar la continuidad del negocio y reforzar la seguridad de los sistemas.



ANTEQUERA GANA MÚSCULO COMERCIAL



Antequera contará desde diciembre con un nuevo parque comercial en el Parque Empresarial de Antequera (PEAN). El proyecto, promovido por SUBA se encuentra ya en fase de construcción y prevé abrir coincidiendo con la campaña navideña, con una inversión global de 15 millones de euros.

El complejo se levanta sobre una parcela de más

de 17.000 m² situada en la calle Cantabria y contará con más de 6.000 m² de superficie comercial y cerca de 300 plazas de aparcamiento. Cuatro grandes operadores comerciales ya están confirmados. En el plano económico, la promoción prevé generar unos 100 empleos durante la construcción y 53 empleos estables una vez que entre en funcionamiento.

HM Hospitales transforma el edificio de La Encarnación



HM Hospitales ha culminado la reforma integral del edificio de La Encarnación, complejo de consultas externas vinculado a HM Málaga, tras una inversión superior a tres millones de euros. La actuación ha permitido modernizar un

espacio de 413 metros cuadrados de parcela y 1.133 metros cuadrados construidos, ampliando consultas externas y reorganizando la actividad asistencial. El edificio incorpora ahora nuevas áreas de cardiología, ginecología, oftalmología y odontología, además de laboratorio, fisioterapia y diversas especialidades médicas. La intervención también ha mejorado la accesibilidad mediante un nuevo acceso por calle Ruiz López y ha reforzado la eficiencia energética.



MÁLAGA 12 / 14 NOVIEMBRE 2026



NUEVOS TIEMPOS, NUEVA VISIÓN

COMPARTE VISIÓN

CONECTA CON LOS LÍDERES DEL MERCADO

DESCUBRE LAS CLAVES PARA AFRONTAR JUNTOS LOS RETOS DEL SECTOR



ORGANIZA



PARTICIPAN



PARTICIPAN INSTITUCIONALES

PORTAL INMOBILIARIO
idealista

COLABORADORES



COLABORADORES SECTORIALES





Larios 3, la nueva oficina de Savills

Savills inauguró el 3 de mayo en Málaga una nueva oficina de 600 m² en el número 3 de la calle Larios, duplicando su capacidad operativa en la provincia. Este espacio, con 50 puestos de trabajo, permitirá desplegar todas sus líneas de negocio en Andalucía y respaldar el crecimiento previsto de hasta 80 profesionales en la región.



Faccsa-Prolongo apuesta por Asia

Faccsa-Prolongo participó a mediados de mayo en SIAL China 2026, en Shanghái, para reforzar su presencia en el mercado asiático. Integrada en el pabellón de Interporc, la empresa malagueña mantuvo encuentros con socios estratégicos y buscó nuevas oportunidades de negocio apoyándose en tres pilares: calidad certificada, sostenibilidad y trazabilidad.



Adiós a Antonio López Olmo

Antonio López Olmo, socio, accionista y director general de COVEI durante más de 25 años, falleció el 21 de abril en Málaga a los 61 años. Olmo, que fue también presidente la Asociación de Polígonos y Parques Industriales y Comerciales de Málaga (APOMA), fue siempre una persona comprometida con el movimiento asociativo empresarial malagueño.

Freepik renace como Magnific y acelera su apuesta por la IA

La tecnológica malagueña Freepik anunció el 28 de abril su transformación en Magnific, una plataforma integral de inteligencia artificial para creativos. El cambio responde a la

evolución del sector y al crecimiento de un negocio que ya alcanza 230 millones de dólares de ingresos recurrentes anuales, más de un millón de suscriptores de pago y 250 clientes

corporativos. La compañía, fundada en Málaga en 2010, integra ahora herramientas de imagen, vídeo, audio y colaboración en tiempo real junto a una biblioteca de 250 millones de recursos creativos. Además, su plan Business superó las 2.000 suscripciones en seis semanas, consolidando su posicionamiento como una de las principales plataformas europeas de IA aplicada a la creatividad.



GREEN LOGISTICS CUELGA EL CARTEL DE COMPLETO



Savills Investment Management ha alcanzado la plena ocupación de Green Logistics, su plataforma logística de 42.500 metros cuadrados en Málaga. El activo, integrado en la estrategia europea EULIF, está ubicado a menos de diez minutos del aeropuerto y cuenta con siete módulos arrendados. La infraestructura dispone de certificación BREEAM Excellent, iluminación LED y cubierta preparada para paneles fotovoltaicos. Este dato refleja la elevada demanda de espacios logísticos de calidad en Málaga y refuerza el posicionamiento de la provincia como enclave estratégico para la distribución y el sector industrial en el sur de Europa.

VIVAGYM CREA UN GIGANTE DEL FITNESS TRAS COMPRAR SYNERGYM



VivaGym anunció a finales de abril la compra de Synergym dando lugar a uno de los mayores operadores de fitness de España y Portugal. La integración permitirá superar los 450 centros en la Península Ibérica, tras sumar los más de 160 gimnasios que aporta Synergym. El acuerdo incluye la adquisición de Synergym International y busca crear una plataforma con mayor capacidad de inversión, innovación y mejora de servicios. La operación responde al crecimiento de la demanda de actividades vinculadas al deporte, la salud y el bienestar.



DACIA PRESENTA EN TAHERMO SU NUEVA ESTRATEGIA FUTURE READY

Dacia eligió Málaga el pasado 11 de mayo para una parada de su ADN Tour 2026, celebrado en las instalaciones de Tahermo. La marca explicó su nueva estrategia 'Future Ready' basada en tecnología desarrollada en España, electrificación y proximidad al cliente. El plan contempla el lanzamiento de cuatro vehículos eléctricos antes de 2030, e incide en que el Sandero mantiene su liderazgo durante 13 años consecutivos en el mercado de particulares. Dacia cuenta con casi 500 puntos de venta y servicio en España y sitúa al 90% de sus clientes a menos de 20 minutos de un concesionario de la marca.



Construimos futuro,

desde el presente,
sin olvidar nuestra esencia.



Casi **9 millones €** de fondos comunitarios.
Más de **15,5 millones €** para proyectos de revitalización urbana.



Alhaurín de la Torre
sigue imparables.

EUROPA INVIERTE AQUÍ

FONDOS EUROPEOS FEDER

PLAN DE ACCIÓN INTEGRADO (PAI) - ESTRATEGIA DE DESARROLLO URBANO SOSTENIBLE E INTEGRADO (EDIL)



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos



Ayuntamiento de
Alhaurín de la Torre



FRAN SERÓN.
CEO DE TOUR10

Tour10: la primera industria turística de Andalucía

La compañía malagueña facturó 216 millones de euros en 2025 distribuyendo camas hoteleras a miles de agencias de viajes. Desde Torremolinos opera una compleja maquinaria tecnológica que conecta 200.000 hoteles con clientes de medio mundo.

Cada noche, cuando los sistemas se apagan y las reservas del día quedan cerradas, Fran Serón sabe si ha ganado o perdido dinero.

No es una metáfora. El negocio de su empresa consiste en comprar camas de hotel, asumir riesgos sobre ellas y revenderlas a miles de agencias de viajes repartidas por todo el mundo. Si la apuesta sale bien, gana. Si no, la pérdida corre de su cuenta.

"Somos una agencia de viajes de agencias de viajes", resume el fundador y consejero delegado de una compañía que el año pasado facturó 216 millones de euros y gestionó más de medio millón de reservas.

EXPLICACIÓN SENCILLA, REALIDAD COMPLEJA.

Serón nos guía por sus oficinas de Torremolinos, donde cada departamento está estudiado a conciencia: contratación hotelera, atención al cliente, comercialización, contenidos... La compañía reúne alrededor de 70 trabajadores en su sede principal y más de un centenar en el conjunto del

grupo. Solo el departamento tecnológico está formado por 18 profesionales que desarrollan y mantienen una plataforma propia sobre la que descansa toda la operativa.

La actividad no se detiene cuando cae la tarde. Tour10 cuenta con oficinas en Faro (Portugal) y Cartagena de Indias (Colombia), una pieza clave en su operativa internacional. Gracias al equipo colombiano, la compañía mantiene atención las 24 horas del día: cuando España cierra, Colombia abre.

Detrás de las pantallas se mueve una especie de gran mercado mayorista de habitaciones hoteleras. Tour10 compra disponibilidad a establecimientos de todo el mundo y la

distribuye después a agencias tradicionales, plataformas online y grandes distribuidores turísticos. Entre sus clientes figuran nombres tan conocidos como Destinia, Atrápalo o Logitravel, aunque gran parte de su actividad circula por canales invisibles para el viajero.

"Compramos camas en establecimientos hoteleros de todo el mundo y las vendemos a agencias de viajes online y offline. Somos una empresa turística, pero también tecnológica y financiera", explica.

La parte financiera no es una exageración. La compañía realiza apuestas anticipadas sobre determinados hoteles, adquiriendo disponibilidad antes de conocer cuál será la respuesta del mercado. "Vivimos obsesionados con la eficiencia. Nuestro modelo solo funciona si cada proceso está optimizado al máximo", admite Serón, mientras recuerda el caso en el que una tarifa incorrecta generó decenas de reservas erróneas en un establecimiento de lujo. La incidencia acabó convirtiéndose en un problema de decenas de miles de euros.

"Cualquier error puede afectar al resultado del día, de la semana o incluso de toda una temporada"

La empresa liderada por Serón trabaja con más de 200.000 hoteles en todo el mundo, aunque unos 20.000 forman parte de su cartera de contratación directa. El resto procede de acuerdos con otros distribuidores internacionales que amplían el catálogo disponible para sus clientes.

LA PANDEMIA QUE CAMBIÓ LA HISTORIA

Si hay un episodio que marcó un antes y un después en la trayectoria de la compañía fue la pandemia. Mientras buena parte del sector turístico cerraba temporalmente su actividad, Tour10 decidió mantener toda la estructura operativa en funcionamiento.

La decisión tenía detrás más de 150.000 reservas activas que debían ser canceladas, renegociadas o reembolsadas. "Fue el peor momento empresarial de mi vida", reconoce Serón.

La empresa puso a toda la plantilla a teletrabajar para mantener abiertos sus canales de atención y seguir así dando servicio a las agencias de viajes. Aquella decisión tuvo un elevado coste económico, pero terminó convirtiéndose en una ventaja competitiva: cuando el mercado comenzó a recuperarse, Tour10 ya estaba preparada para volver a operar. "El peor momento empresarial de mi vida terminó convirtiéndose en la mayor oportunidad profesional que he tenido", afirma.



Fran Serón,
con su socio
Dede Cortés.

La recuperación fue tan rápida que en 2021 la compañía ya había superado la facturación que registraba antes de la pandemia.

IA PARA VIAJAR

La siguiente etapa de crecimiento pasa por la inteligencia artificial. Serón evita los discursos grandilocuentes y considera que esta tecnología todavía está lejos de alcanzar todo su potencial. Sin embargo, ya forma parte de algunos de los nuevos desarrollos de la compañía. Tour10 trabaja en herramientas que permitirán a las agencias de viajes ofrecer a sus clientes información personalizada sobre los

“Somos una empresa turística, pero también tecnológica y financiera”

destinos reservados. Mediante un código QR, el viajero podrá acceder a recomendaciones, itinerarios, restaurantes o información práctica generada automáticamente.

"La inteligencia artificial no va a sustituir nuestro trabajo. Lo que hará será ayudarnos a ser más eficientes y prestar un mejor servicio", explica.



EL RETO DE GESTIONAR EL ÉXITO

Serón llegó al turismo no tanto por vocación como por oportunidad de negocio, y tres décadas después sigue vinculado a esta "industria de la felicidad". Cree que el principal desafío del sector ya no es atraer viajeros, sino gestionar correctamente el crecimiento.

España obtiene alrededor del 13% de su PIB directamente del turismo y continúa batiendo récords de visitantes. Sin embargo, advierte de que el éxito también está generando tensiones sobre la vivienda, la movilidad y la calidad de vida en determinados

destinos. "No podemos pensar solamente en el turista ni solamente en el residente. Hay que encontrar un equilibrio. El éxito turístico no puede medirse únicamente por el número de visitantes, sino también por cómo viven quienes residen en esos destinos", concluye.

La primera fase incorpora 71 viviendas con certificación energética A

CORDIA PONE EN MARCHA SU 2º PROYECTO EN LA COSTA DEL SOL, 360° BY CORDIA

Cordia ha iniciado en Mijas las obras de 360° by Cordia. El complejo, ubicado en Cerrado del Águila, contempla más de 500 viviendas y refuerza la expansión de la compañía en Andalucía. La primera fase incluye 71 viviendas de uno, dos y tres dormitorios, además de áticos de cuatro habitaciones. El proyecto apuesta por la sostenibilidad

con certificación energética A y estándares BREEAM, integrando amplias terrazas, jardines privados y sistemas de domótica avanzada. La promoción incorporará una amplia oferta de equipamientos y servicios y conexión con la naturaleza. El proyecto está dirigido a familias, compradores de 2ª residencia e inversores.



LLEGA A MÁLAGA EL CINE PREMIUM

MK2 inauguró en Málaga Nostrum el primer cine full premium de la provincia



El complejo cuenta con 11 salas, unas 1.000 butacas reclinables, tecnología láser y sonido 7.1.

EN BREVE

José M^a Domínguez renueva al frente de Fundación Unicaja

El Patronato de Fundación Unicaja renovó el 4 de junio por unanimidad a José M^a Domínguez como presidente para los próximos cuatro años, cargo que ocupa desde junio de 2022. Desde entonces, la fundación ha incrementado sus ingresos, sus actividades y sus beneficiarios, ha impulsado nuevas inversiones a través de Fundatia, Liveupp y Fundalogy y ha reforzado su papel como principal accionista de Unicaja Banco.

Hrider lanza un máster en People Analytics



La tecnológica malagueña ha anunciado el lanzamiento de la primera edición de su Máster en People Analytics Estratégico y Talent Intelligence, que comenzará el 21 de septiembre. El programa, de 490 horas lectivas, nace para responder a la creciente demanda de perfiles especializados en analítica de datos e IA aplicada a RRHH. La compañía amplía su actividad hacia la formación especializada para impulsar nuevos perfiles profesionales orientados a la toma de decisiones basada en datos.

OCIO



MOSH celebra 10 años como referente del ocio marbellí

MOSH celebró el pasado 26 de mayo su décimo aniversario en Marbella con una fiesta en el espacio donde nació el proyecto en 2016. El grupo reunió a socios, colaboradores e invitados para conmemorar una década marcada por la expansión de su modelo de ocio que combina gastronomía, música, moda y entretenimiento.

FORMACIÓN



La Universidad Europea apuesta por el lujo

La Universidad Europea de Andalucía lanzará en octubre el Máster en Dirección Estratégica de la Industria del Lujo, orientado a formar profesionales para un sector con alta demanda y en crecimiento. El programa abordará marketing, liderazgo, turismo premium e inmobiliario de alta gama.

VIVIENDA



El inmobiliario busca respuestas en Málaga

La Cátedra Real Estate Alfíl de San Telmo Business School ha reunido durante el curso 2025-2026 a empresas y expertos para analizar los retos del sector inmobiliario. Vivienda, financiación, industrialización, infraestructuras y residencial de lujo centraron las jornadas durante todo este curso.

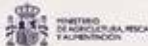
¡Sabor que da vida!

ANTÉQUERA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN

El aceite de oliva virgen extra con DOP Antequera da vida a tus platos y alimenta el corazón de los pueblos de nuestra comarca.



Cofinanciado por la Unión Europea



Fondos Europeos

Junta de Andalucía

Fundado en 2009 por el empresario y docente Francisco Barrionuevo, el Grupo Educativo Novaschool se ha consolidado como uno de los referentes de la educación privada en España. Con 11 centros educativos entre colegios y escuelas infantiles distribuidos entre Andalucía y la Comunidad Valenciana, el grupo desarrolla un modelo educativo propio basado en la excelencia académica, la innovación pedagógica, la internacionalización y el acompañamiento cercano al alumnado y sus familias.

La propuesta educativa de Novaschool apuesta por una formación integral que combina el aprendizaje académico con el desarrollo personal. Más allá de los conocimientos, el grupo trabaja competencias esenciales para el futuro como el pensamiento crítico, la

NOVASCHOOL: una educación internacional que impulsa el talento y prepara para el futuro

Tras más de 15 años de trayectoria, Novaschool continúa creciendo con una misión clara: **formar personas preparadas para afrontar los retos del futuro con confianza, conocimiento y una sólida perspectiva internacional.**



autonomía, la comunicación, la creatividad y la capacidad de adaptación a entornos cada vez más globales y cambiantes.

La dimensión internacional constituye uno de los pilares estratégicos del proyecto. A través de un programa propio, los alumnos pueden acceder a una doble titulación española y británica durante las etapas de Secundaria y Bachillerato. Este itinerario comienza desde edades tempranas mediante la integración de contenidos del currículo Cambridge con el currículo español, ofreciendo una formación bilingüe que amplía las oportunidades académicas y profesionales de los estudiantes.

En la provincia de Málaga, Novaschool desarrolla este modelo educativo a través de tres centros con personalidad propia y una visión compartida.



Novaschool Sunland International, en Cártama, es el colegio británico del grupo y reúne a estudiantes de diferentes

nacionalidades en una comunidad multicultural. Para su directora, **Rachel Evans**, «la verdadera educación nace de la inspiración y de la capacidad de despertar en cada alumno una curiosidad genuina por descubrir y aprender durante toda la vida».



Novaschool Añoreta, en Rincón de la Victoria, ofrece formación desde Infantil hasta Bachillerato en un entorno internacional que destaca por

la innovación educativa y la atención personalizada. Su directora educativa, **Elvira Báez**, señala que «nuestro compromiso es acompañar a cada alumno en su desarrollo académico y personal, impulsando la innovación pedagógica, la mejora continua y el bienestar de toda la comunidad educativa».



Por su parte, **Novaschool Benalmádena** acompaña a niños desde los primeros años hasta la etapa de Primaria en un entorno cercano y

familiar. Su directora, **Laura Cambón**, destaca que «alumnos y profesores se conocen, se escuchan y caminan juntos en el proceso educativo, creando un entorno seguro donde cada estudiante puede desarrollar todo su potencial».

Novaschool, un grupo educativo malagueño con visión internacional



Colegios
100% Sostenibles



Colegios
en 4 ciudades



11 Centros
educativos



Un equipo de
483 profesionales



Doble titulación académica
española y británica



Programas
internacionales

Novaschool refuerza su proyección internacional con una doble titulación para su alumnado



El grupo educativo Novaschool es una empresa familiar malagueña que cuenta con 11 centros educativos de carácter internacional en Málaga, Granada, Almería, Valencia y Lanzarote.

Contamos con centros privados y concertados, de curriculum español y británico, lo que nos permite desarrollar un modelo académico propio que ofrece a nuestro alumnado acceder a cualquier universidad del mundo.

Somos un grupo educativo malagueño de carácter familiar liderado por Francisco Barrionuevo, que compagina su función de CEO con la de docente en Secundaria y Bachillerato, y su hija Marina Barrionuevo, quien también compagina su función de Vice-CEO con la de docente en Bachillerato.

Desde 2009, Novaschool se ha consolidado como un actor empresarial clave en el sector de la educación privada en Andalucía y Valencia.

Contamos con una red de centros con un modelo propio que combina innovación, calidad académica y sostenibilidad. Nuestra estrategia internacional comienza en las primeras etapas, incorporando metodologías,

idiomas y experiencias que preparan al alumnado para un contexto global. Este camino culmina en la opción de cursar una doble titulación académica en Secundaria y Bachillerato (IGCSE/ A-Levels), que refuerza la proyección internacional de nuestros estudiantes y amplía sus oportunidades de acceso a universidades en España y el extranjero.

En el plano corporativo, demostramos nuestro compromiso con la excelencia y la sostenibilidad con el sello EFQM 400* y la Certificación QODS, siendo pioneros en alinear nuestra gestión con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Así, unimos crecimiento empresarial, impacto social y proyección internacional, reforzando nuestro papel como referente educativo y motor de desarrollo.



www.novaschool.es





Dcoop exporta más y llega ya a 82 mercados internacionales

Dcoop cerró 2025 con exportaciones de 278,9 millones de kilos/litros, un 10,11% más que el año anterior, alcanzando 82 países. El crecimiento estuvo impulsado por aceite, vino, aceitunas y frutos secos, aunque los ingresos descendieron un 23,75%, hasta 697,5 millones de euros, por la caída de precios. Italia, EEUU, Reino Unido, Francia y Alemania son sus principales destinos internacionales.

El aceite de oliva continúa siendo el principal motor económico del grupo, aunque la diversificación gana peso en su estrategia comercial

EDGAR SUITES DESTINA 21 MILLONES A CRECER EN MÁLAGA



La firma inmobiliaria francesa ha invertido 21 millones de euros en la compra de dos edificios protegidos en la calle Mariscal de Málaga para desarrollar un aparthotel premium con 84 unidades alojativas. La operación, cerrada a finales de marzo, forma parte de su expansión en España, donde suma 43 millones invertidos y 185 habitaciones desde abril de 2025.



DOS EDIFICIOS PROTEGIDOS EN EL CENTRO DE MÁLAGA

Más del 55% de las pymes andaluzas recurrió a financiación durante 2025



Las necesidades de financiación alcanzaron al 55,7% de las pymes andaluzas en 2025, según un informe de Garantía. El estudio revela que el 86% de las empresas que necesitaron recursos acudió a financiación externa y que casi el 42% tuvo que aportar

garantías. La banca siguió siendo la principal fuente de financiación de las compañías (67%). Además, cerca de 28.000 pymes consideran que la financiación permitirá impulsar contrataciones y generar más de 72.000 empleos en los próximos tres años.

Lynk&Co aterriza en Málaga junto al grupo Vypsa

Lynk&Co inauguró en Málaga su nuevo concesionario de la mano de Vypsa. El espacio, situado en calle Horacio Quiroga, fue presentado el 27 de marzo con modelos electrificados como los Lynk&Co 01, 02 y 08. La apertura cuenta con una inversión superior a los 500.000 euros compartida entre Lynk&Co y Polestar y refuerza la apuesta del grupo malagueño Vypsa por la movilidad eléctrica.





Luz verde para el macro data center de Saltburn en Málaga TechPark

La Junta de Andalucía ha declarado estratégico el proyecto promovido por Saltburn Holding para construir un gran centro de datos en la ampliación de Málaga TechPark. La iniciativa, dada a conocer en mayo, contempla una inversión de 1.257 millones de euros y la creación de 964 empleos directos, de los que 710 corresponderán a la fase de construcción y 254 a la explotación posterior. El futuro complejo se ubicará sobre una superficie de 71.415 m² y prevé la implantación de un centro de datos Tier III / Tier III+ destinado a servicios cloud, IA, almacenamiento y procesamiento de dato. La infraestructura dispondrá de una potencia IT de 100 MW y un consumo eléctrico previsto de 150 MW. La declaración de interés estratégico permitirá acelerar los trámites administrativos mediante la Unidad Aceleradora de Proyectos.



Plaza Mayor impulsa 'RESPIRA' con acciones reales de sostenibilidad

Plaza Mayor ha presentado RESPIRA 2026, un programa con el que refuerza su modelo de gestión sostenible y responsable. La iniciativa, impulsará actividades durante junio y julio centradas en bienestar y hábitos sostenibles. El centro destaca por liderar las tasas de reciclaje nacionales con un 95%, disponer de 25 categorías de separación de residuos y haber reducido un 29% su consumo eléctrico en la última década. Además, mantiene desde hace más de 17 años una estrategia de ahorro de agua y cuenta con reconocimientos como el Green Flag Award y la certificación CAAE de excelencia ecosostenible.

ABRIMOS TODOS LOS DOMINGOS Y FESTIVOS

DESDE JUNIO HASTA SEPTIEMBRE

¡DOMINGO DISFRUTÓN!


Carrefour


ROSALEDA
NUESTRO LUGAR

**PARKING
GRATUITO**





José Manuel Sánchez,
junto a sus hijos
Alberto y Sonia.

Micolchón acelera su crecimiento con el mayor centro de descanso de Europa

De una colchonería familiar a una red de 17 tiendas. Micolchón abre en Málaga su proyecto más ambicioso con más de 3.200 metros cuadrados de exposición

Aunque suene paradójico, Micolchón no descansa. Dormir bien se ha convertido en un negocio mucho más complejo de lo que parece. Detrás de un colchón hay materiales, tecnología, logística, experiencia de cliente y una creciente preocupación por la salud. La compañía malagueña que dirige Jacobo Guerrero acaba de inaugurar en Málaga el que presenta como el mayor centro de descanso de Europa, un espacio de 3.200 metros cuadrados que marca una nueva etapa para una empresa que ha pasado de una colchonería familiar a una red de 17 establecimientos repartidos entre las provincias de Málaga y Granada.

La nueva tienda de El Viso es la cara más visible de una trayectoria que se apoya en una idea sencilla: vender productos que no generen

problemas. En un sector donde la competencia suele centrarse en el precio, Jacobo Guerrero ha preferido levantar su negocio sobre otro colchón mucho más sólido: la confianza del cliente.

“Nosotros no podemos vender productos que den problemas porque respondemos nosotros”

La obsesión por la calidad ha llevado incluso a prescindir de fabricantes cuando las incidencias superaban los estándares exigidos. Guerrero recuerda cómo llegó a devolver íntegramente el importe de un sofá a un cliente de Valencia cuando detectó un problema de fabricación. Una decisión que tuvo

un coste inmediato, pero que refuerza una filosofía empresarial construida a largo plazo. “Al final, la clave de que sigamos aquí es no engañar a la gente”.

Aunque Micolchón no fabrica directamente, sí participa activamente en el diseño de muchos de sus productos. La empresa trabaja con distintos fabricantes a los que exige especificaciones concretas de materiales, densidades y prestaciones. Fruto de ese trabajo han nacido marcas propias como Nessen, Nightland o Nord Swiss, desarrolladas bajo criterios definidos por la compañía.

El colchón sigue siendo el corazón del negocio y representa aproximadamente el 75% de las ventas. Sin embargo, el peso de los sofás y las butacas no ha dejado de crecer. Hace apenas unos años suponían una parte residual de la facturación y hoy ya rondan una cuarta parte del negocio.

De hecho, la compañía ha reforzado su posicionamiento bajo la enseña MiColchón Sofás & Beds para transmitir una oferta mucho más amplia que la que sugería su propio nombre.

El crecimiento tampoco ha sido fruto de un plan rígido. Más bien responde a la necesidad de dar soporte a una estructura cada vez mayor. La expansión territorial ha permitido repartir costes logísticos, reforzar la marca y ganar eficiencia en una organización que ya supera las 60 personas en plantilla y las 120 entre franquiciados y colaboradores.

La evolución del propio sector también ha acompañado ese proceso. Si hace dos décadas el consumidor buscaba simplemente un colchón, hoy llega a la tienda con una preocupación creciente por la salud, el bienestar y la calidad del sueño. Según explica Guerrero, la pandemia aceleró esa tendencia y abrió la puerta a una nueva generación de productos.

El empresario está convencido de que el futuro pasará por colchones capaces de analizar constantes vitales, detectar puntos de presión y ayudar a prolongar las fases más profundas del sueño. Una transformación silenciosa que convertirá el descanso en un espacio cada vez más tecnológico.

Aunque dispone de canal de venta online, la compañía sigue



“Esto es un tren en marcha. O creces o decreces, pero no te puedes quedar parado”

considerando la tienda física como el eje de la experiencia de compra. “La mayoría de los clientes quiere probar el producto”, explica Guerrero. Especialmente en las gamas medias y altas, donde la sensación de confort continúa siendo decisiva.

La apertura del nuevo centro ha supuesto una inversión cercana a los 5,3 millones de euros y representa un punto de partida más que una meta. Además de reforzar su presencia en

Granada con nuevas aperturas, la empresa prepara una división mayorista de alcance nacional basada en varios modelos de colchón desarrollados y testados previamente en sus propias tiendas. También trabaja con apartamentos turísticos y otros operadores vinculados al alojamiento, un segmento que complementa su principal actividad orientada al hogar.

Eso sí, Jacobo Guerrero insiste en que la empresa no tiene intención de quedarse quieta. Tras más de cuatro décadas ligadas al sector, Micolchón afronta una nueva etapa con la misma idea que ha acompañado su crecimiento: que el cliente pueda dormir tranquilo.

UNA EMPRESA CONSTRUIDA ENTRE COLCHONES

La historia de Micolchón comenzó mucho antes de que existiera la marca actual. A principios de los años ochenta, el padre de Jacobo Guerrero regentaba un negocio de muebles, electrodomésticos y colchones en Palma del Río (Córdoba). Un día, tras vender varios colchones

y comprobar la facilidad con la que encontraba nuevos clientes durante el reparto, descubrió el potencial de un producto que acabaría marcando el futuro de la familia.

Aquella intuición dio origen a una actividad que los hijos vivieron desde pequeños. Jacobo recuerda viajes a Valencia para comprar mercancía,

noches descargando furgonetas y largas jornadas en el negocio familiar. Más que una escuela empresarial, fue una forma de vida. Décadas después, ese aprendizaje basado en el esfuerzo, la cercanía al cliente y el conocimiento del producto sigue formando parte del ADN de Micolchón.

EN CIFRAS



LA FONDA SUPERA LOS 1.200 PROFESIONALES FORMADOS EN TREINTA AÑOS



La Escuela de Hostelería La Fonda, en Benalmádena, ha superado los 1.200 profesionales formados en sus 31 años de trayectoria y hizo entrega el pasado 3 de junio de diplomas a 44 nuevos alumnos de Cocina y Sala. El centro mantiene una inserción laboral cercana al 100%, impulsada por una formación práctica vinculada a las empresas. Durante este curso, más de 2.100 comensales han pasado por su restaurante.



ASÍ ES EL HOTEL ME BY MELIÀ. El hotel ME Málaga celebró el 28 de mayo su inauguración oficial en la calle Victoria consolidándose como una de las nuevas propuestas hoteleras de lujo de la capital.



GIANTX Y UTAMED UNEN FORMACIÓN Y GAMING

Ambas entidades firmaron en mayo un acuerdo por el que UTAMED se incorpora como 'Official Education Partner' de GIANTX, integrando su presencia en el ecosistema de contenidos del club, incluso en competiciones oficiales. También se acercará la formación a perfiles jóvenes con formatos divulgativos adecuados para ellos.



SOHO Y PETIT PALACE CREAN UN GIGANTE HOTELERO URBANO

La alianza une gestión, mantiene ambas marcas y refuerza su presencia en destinos urbanos de España y Europa con una red de decenas de establecimientos

Soho Boutique Hotels y Petit Palace Hoteles han alcanzado una alianza estratégica para crear una de las mayores redes de hoteles boutique urbanos de España. El acuerdo, anunciado el 4 de mayo, contempla la integración operativa de ambas compañías, conservando sus respectivas marcas y trabajando de forma conjunta en áreas clave. El objetivo es ganar dimensión empresarial, reforzar su competitividad y

ampliar su presencia en el mercado nacional e internacional. El acuerdo pone el foco en el segmento boutique (hoteles de tamaño medio, en entornos urbanos y experiencia personalizada) dando lugar a una red conjunta de establecimientos europeos, con España como principal mercado. Entre sus objetivos figuran impulsar futuras aperturas e incorporar nuevos activos a la red de establecimientos.

Unidad de Cirugía Refractiva y Presbicia de Vithas Málaga

Pierde de vista las gafas



Centro Médico Vithas Limonar
C/ La Era, 6 (29016)

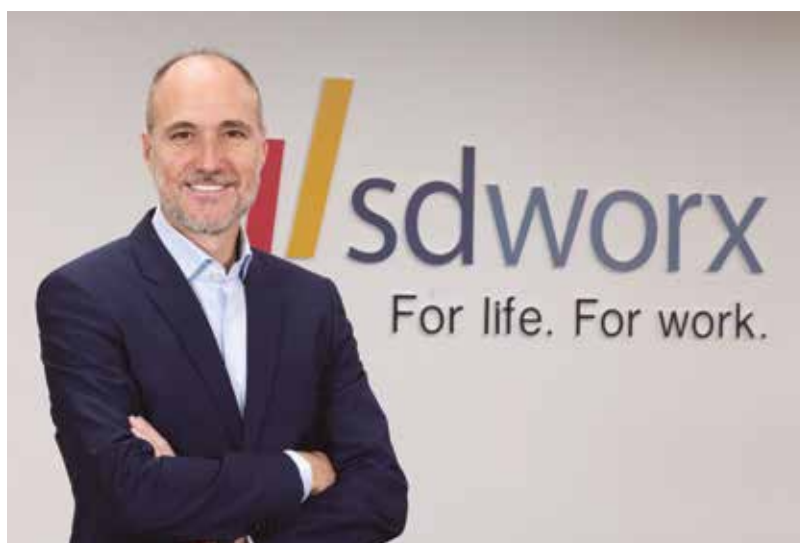
Pide cita

 **623 756 853**

MÁLAGA OPEN FOR BUSINESS

Carlos Pardo: “La gestión de personas ha dejado de ser una función administrativa para convertirse en una cuestión estratégica”

SD Worx gestiona más de seis millones de nóminas al mes en Europa y ha encontrado en Málaga uno de sus principales hubs internacionales.



La nómina sigue siendo el corazón de su actividad, pero hace tiempo que SD Worx dejó de ser únicamente una compañía especializada en administración laboral. La empresa, nacida en Bélgica hace más de ocho décadas, se ha convertido en uno de los grandes referentes europeos en soluciones de recursos humanos, acompañando a organizaciones de todos los tamaños en un entorno laboral cada vez más complejo.

Su propuesta combina tecnología, conocimiento normativo y gestión de personas. Un enfoque que le ha permitido crecer hasta operar en 26 países europeos,

trabajar para más de 100.000 organizaciones y gestionar más de seis millones de nóminas cada mes.

Para **Carlos Pardo, Country Manager de SD Worx en España**, las empresas atraviesan una transformación profunda en la manera de relacionarse con sus equipos. La dificultad para atraer y fidelizar talento, especialmente en perfiles tecnológicos y especializados, se ha convertido en una de las principales preocupaciones de las organizaciones. A ello se suma un entorno normativo cada vez más complejo y la necesidad de responder a unas expectativas laborales donde ganan peso la flexibilidad, el bienestar y el desarrollo profesional. “La gestión de personas ya no es

solo una cuestión administrativa. Hoy Recursos Humanos tiene un papel estratégico dentro de las organizaciones”, explica.

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL LLEGA A RECURSOS HUMANOS

La tecnología juega un papel cada vez más relevante en esta evolución. La inteligencia artificial ya permite automatizar tareas repetitivas, mejorar procesos de selección, anticipar necesidades de talento o analizar datos para facilitar la toma de decisiones.

Sin embargo, Pardo insiste en que la tecnología no sustituye a las personas. Su función es liberar tiempo para que los departamentos de Recursos Humanos puedan concentrarse en aspectos de mayor valor añadido, como la estrategia, la cultura corporativa o el desarrollo profesional de los empleados.

Esta transformación también se refleja en las soluciones más demandadas por las empresas. La externalización de nómina y administración de personal continúa creciendo, impulsada por la necesidad de ganar eficiencia, garantizar el cumplimiento

«La tecnología no sustituye a las personas; libera tiempo para que Recursos Humanos pueda centrarse en la estrategia y el talento»

normativo y reducir la complejidad operativa. Al mismo tiempo, aumenta el interés por herramientas relacionadas con la gestión del tiempo, la experiencia del empleado, el rendimiento o la analítica de datos.

MÁLAGA COMO PLATAFORMA INTERNACIONAL

Dentro de la estructura de SD Worx, Málaga ocupa una posición destacada. La compañía vio hace años el potencial de la ciudad para convertirse en uno de los grandes polos tecnológicos del sur de Europa. Hoy considera que esa apuesta se ha confirmado gracias a la capacidad de Málaga para atraer inversión, empresas internacionales y profesionales altamente cualificados.

Desde la oficina malagueña trabajan perfiles tecnológicos, consultores especializados en recursos humanos y nómina, expertos en SAP SuccessFactors y profesionales vinculados al desarrollo e implantación de soluciones internacionales. El equipo participa en proyectos para distintos países europeos y forma parte de uno de los hubs internacionales de la compañía.

Pardo considera que la ciudad ha sabido combinar innovación, universidad, emprendimiento y calidad de vida, una mezcla que resulta especialmente atractiva tanto para las empresas como para el talento internacional.

Con más de 700 empleados repartidos entre sus cinco oficinas españolas, SD Worx mantiene el objetivo de seguir creciendo en el mercado nacional y reforzar áreas ligadas a la digitalización y a la gestión internacional de recursos humanos. Un crecimiento en el que Málaga seguirá desempeñando un papel relevante como puente entre el talento local y los mercados europeos.

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.

DEKRA CIERRA 2025 CON 4.400 MILLONES DE EUROS DE FACTURACIÓN



DEKRA cerró 2025 con una facturación de 4.400 millones de euros, un 3,4% más que el año anterior, en un entorno marcado por la volatilidad económica y la debilidad del sector automovilístico europeo. La compañía alcanzó un EBIT de 275 millones de euros y destinó 127 millones a innovación e infraestructuras. Con más de 48.000 empleados y presencia en 60 países, mantiene como principal actividad las inspecciones de vehículos, al tiempo que refuerza áreas como IA, ciberseguridad y sostenibilidad.

LEROY MERLIN REDUCE ENTREGAS A 24 HORAS DESDE SU GRAN NODO LOGÍSTICO ANTEQUERANO



Leroy Merlin inauguró el 5 de mayo en Antequera un centro logístico de 25.000 m² que dará servicio a Andalucía, Canarias y Melilla. La instalación permite reducir los plazos de entrega en Andalucía de 72 a 24 horas y cuenta con capacidad para más de 16.000 pallets. Ubicado en el Parque Empresarial de Antequera, en el Puerto Seco, el proyecto generará más de 70 empleos directos y hasta un centenar de empleos en momentos de máxima actividad del centro.

BYD llega a Málaga de la mano de Caetano



Grupo Caetano inauguró el 4 de junio las nuevas instalaciones de BYD en Málaga, un concesionario de 600 m² situado en la calle La Tierra, 1. La apertura reunió a más de 200 asistentes y convierte al grupo en el mayor distribuidor de la marca en Andalucía, con nueve instalaciones operativas. El nuevo centro ha sido diseñado con espacios digitalizados y una arquitectura orientada a mejorar la experiencia del cliente. Desde estas instalaciones,

los usuarios podrán conocer la gama de vehículos enchufables de BYD y acceder a servicios especializados de venta y posventa. Durante la inauguración, responsables de BYD y de Grupo Caetano destacaron la apuesta por la movilidad eléctrica en la provincia donde esta tiene cada vez más cuota de mercado. Ambas entidades coincidieron en que el objetivo es seguir impulsando el crecimiento de la firma china en Andalucía.

La empresa ya está presente en 50 países

OrthoApnea lleva a Estados Unidos su nuevo dispositivo NOA

La malagueña OrthoApnea presentó en mayo en Estados Unidos la nueva evolución de su dispositivo NOA, destinado al tratamiento de trastornos respiratorios del sueño. La compañía mostró el rediseño del producto durante los congresos AAOP de Orlando y AADSM de Chicago, dos citas de referencia internacional. Además, organizó un workshop en Chicago que completó todas sus plazas, reflejando el interés del sector. La empresa considera estratégico el mercado norteamericano, donde sus dispositivos están incluidos en la FDA y en el sistema Medicare, facilitando su incorporación a la práctica clínica.



LUMON CRECE DESDE ANTEQUERA

La compañía alcanzó 54 millones de euros de facturación en España y ha renovado su identidad visual

Lumon cerró 2025 con una facturación de 54 millones de euros en España, mientras que el grupo alcanzó 159 millones de euros a nivel global, consolidando al mercado español como uno de sus principales motores de crecimiento. La compañía cuenta con cerca de 500 profesionales en el país y mantiene en Antequera una de sus instalaciones más estratégicas para abastecer tanto a España

como a otros mercados europeos. La planta malagueña, inaugurada en 2023 tras una inversión de 30 millones de euros, ocupa 25.000 metros cuadrados y tiene capacidad para producir más de 6.000 unidades de vidrio semanales. La compañía también ha renovado su identidad visual para reforzar su posicionamiento y acompañar su evolución en los distintos mercados donde opera.



DONDE *LAS EMPRESAS* SE ENCUENTRAN

**UNA COMUNIDAD QUE COMPARTE VALORES,
IMPULSA RELACIONES Y JUEGA PARA SEGUIR CRECIENDO**

**MÁS INFORMACIÓN
COMERCIAL@MALAGACF.ES**



Lorenzo Gómez y Diego Hermoso son dos emprendedores malagueños que han creado **Food&Service**, un software integral de TPV para bares, restaurantes y cafeterías.

Dos malagueños crean una plataforma que unifica la gestión de restaurantes

Cada vez es más inusual ir a tomar algo y que el camarero anote la comanda en una libreta manchada de aceite o, directamente, la grite a viva voz hacia la barra. Ahora, en muchos locales, el pedido viaja desde un dispositivo digital hasta la cocina en cuestión de segundos. La automatización y la digitalización han llegado a sectores donde hace no tanto parecían lejanas. Y la hostelería no se libra.

Hoy, el TPV ya no es solo una máquina registradora, sino el centro de operaciones de un restaurante. Sirve para organizar mesas, controlar turnos, gestionar reservas o llevar el inventario. En ese cambio de paradigma han encontrado su oportunidad **Lorenzo Gómez y Diego Hermoso**, dos jóvenes malagueños que se conocieron en el instituto y que hoy están al frente de **Food&Service**, una empresa tecnológica especializada en software para hostelería.

La compañía se define como un TPV en la nube "todo en uno" para restaurantes, bares, cafeterías, hoteles y otros negocios hosteleros. Su plataforma integra TPV táctil, comando digital, carta QR, pantallas de cocina, delivery propio, analítica, inventario, reservas y facturación con VeriFactu, todo dentro de un mismo ecosistema y sin comisiones por operación.

LA IDEA, SIN EMBARGO, NO NACIÓ ASÍ.

Food&Service empezó como una carta QR con sistema de "pide y paga". Era una solución pensada para un momento en el que los códigos QR empezaban a entrar con fuerza en la hostelería. Pero pronto entendieron que el verdadero problema estaba en otro sitio. Para que ese sistema funcionara bien, necesitaban conectarse con los TPV que ya usaban los restaurantes. Y cada local tenía el suyo.

"Lo que empezó como una carta QR terminó convirtiéndose en un software integral para gestionar un negocio hostelero"

"Si queríamos un pide y paga, teníamos que integrarnos con todos los TPV del mercado", recuerdan. La conclusión llegó casi sola: Si no podían conectarse a todos, harían el suyo propio.

Ahí empezó el verdadero giro de la empresa. Pasaron de vender una carta digital a construir un software completo para gestionar el día a día de un negocio hostelero. Al principio, reconocen, el producto era limitado. "No teníamos nada diferenciador. Simplemente era meter la cabeza

Tras cerrar 2025 con 150.000 euros de facturación, la compañía aspira ahora a alcanzar el millón de euros de ingreso recurrente anual



Si queríamos un sistema de pide y paga, teníamos que integrarnos con todos los TPV del mercado. Como era imposible, decidimos crear el nuestro."



en el mercado", explican. Pero esa primera versión les permitió escuchar al hostelero.

Uno de sus primeros clientes les marcó especialmente. Les pidió funcionalidades que todavía no tenían, como permisos para empleados o cierre de caja. "Le dijimos que sí y no sabíamos ni lo que era un cierre de caja", recuerdan entre risas. El resultado fue "72 horas programando un cierre de caja" para llegar a tiempo. Aquella urgencia terminó convirtiéndose en su método: "Nuestra rueda del éxito fue vender, escuchar, desarrollar y volver a vender".

La sociedad se constituyó en octubre de 2024, aunque el proyecto venía trabajándose mucho antes. El salto llegó en 2025. "Ha sido nuestro año, literalmente", resumen. Cerraron el ejercicio con unos 150.000 euros de facturación y este año aspiran a multiplicar por cinco esa cifra. Su objetivo es alcanzar el millón de euros de ingreso anual recurrente.

Hoy Food&Service tiene presencia en cientos de locales repartidos por España. Solo en los últimos meses han incorporado cerca de 40 nuevos negocios, según explican sus fundadores. El crecimiento también les ha obligado a formar equipo. Ya no basta con programar y vender entre dos. Ahora necesitan perfiles que entiendan la hostelería desde dentro. "Hace falta que sepas de hostelería y que tengas ganas", resume Lorenzo.

Su propuesta se apoya en una idea sencilla: que el hostelero no tenga que pelearse con cinco programas distintos. Reservas, comandas, caja, delivery, cocina, inventario y facturación se concentran en una sola herramienta. "Hemos encontrado nuestro nicho de mercado: el todo en uno", concluyen.

enbreve

CINCO EMPRENDEDORES MALAGUEÑOS BRILLAN ENTRE LOS MEJORES DE ESPAÑA



Cinco empresarios vinculados a Málaga han sido incluidos en el listado de los 100 emprendedores más destacados de España en 2026 elaborado por la revista Emprendedores. Los reconocidos son Curro Rodríguez (Ly Company), Lydia Nieto (Brunchit), Vicente Mirasol (TuManag3r), Rocío Valenzuela (HRider) y Alejandro González (Talentfy). El reconocimiento fue anunciado durante la gala Lxs 100 emprendedorxs 2026 celebrada a finales de mayo en Madrid. La selección destaca la contribución de estos profesionales en ámbitos como la tecnología, los recursos humanos, la restauración, la sostenibilidad y la innovación empresarial.

UNA STARTUP NACIDA EN LA UMA CAPTA 300.000 EUROS



La startup malagueña Diga, creada por tres estudiantes de la Universidad de Málaga, ha cerrado una ronda pre-seed de 300.000 euros para ac-

celerar su crecimiento en España. La compañía, especializada en inteligencia artificial de voz, destinará la financiación a reforzar su producto, ampliar plantilla y potenciar su expansión comercial. La plataforma integra agentes de voz, automatizaciones y telefonía en un único entorno, cuenta con más de 600 integraciones, soporte en 90 idiomas y más de 30 voces disponibles. La inversión llega tras el lanzamiento de Melo, su nuevo copiloto de inteligencia artificial.

AJE 2026: Treinta años premiando a quienes se atreven a emprender

Fundy Solutions y Mondat se alzan con los Premios AJE Málaga 2026 en una edición que reunió a trece proyectos empresariales de sectores muy diversos.

 AMAL FARGHANE



Treinta años después de su primera edición, los Premios AJE Málaga siguen funcionando como una fotografía bastante fiel del tejido empresarial que está tomando forma en la provincia. Tecnológicas, industrias alimentarias, proyectos culturales, turismo, bienestar, energías renovables o comercio digital compartieron escenario en una gala que volvió a reunir a buena parte del ecosistema emprendedor malagueño.

La edición de 2026, celebrada en La Caja Blanca, reconoció a Fundy Solutions como Mejor Iniciativa Emprendedora y a Mondat como Mejor Trayectoria Empresarial, dos compañías muy distintas entre sí pero con un denominador común: haber encontrado una fórmula para

“Queremos ayudar a las empresas a aumentar su productividad mediante la automatización de procesos”, destacan desde Fundy Solutions.

crecer en mercados cada vez más competitivos. La gala reunió a cerca de 200 empresarios, emprendedores y representantes institucionales.

INICIATIVA EMPRENDEDORA

En el caso de Fundy Solutions, el jurado valoró una propuesta centrada en el desarrollo de software a medida y la automatización de procesos

empresariales mediante inteligencia artificial. La compañía apenas cuenta con once meses de actividad, pero ya ha desarrollado una metodología propia para identificar necesidades y aplicar soluciones de forma rápida y eficiente.

“Este premio supone una validación de nuestra idea de negocio”, explican desde la empresa. “Queremos ayudar a las compañías a aumentar su productividad mediante la automatización de procesos y este reconocimiento nos confirma que vamos por el buen camino”. Además del galardón, la firma destaca entre sus hitos la creación de un equipo multidisciplinar y su paso por la aceleradora La Farola de Open Future.

TRAYECTORIA EMPRESARIAL

Si Fundy representa el presente más innovador del emprendimiento malagueño, Mondat encarna la consolidación empresarial construida a lo largo del tiempo. La empresa de fabricación y distribución de pan y bollería recibió el premio a la Mejor Trayectoria Empresarial coincidiendo con su vigésimo aniversario.

La compañía supera actualmente los 200 empleados y alcanza una facturación cercana a los 30 millones de euros. Sin embargo, su historia no ha sido un camino recto. Desde Mondat recuerdan que la empresa logró superar una situación económica compleja y salir de un concurso de acreedores en 2011. A partir de ahí inició una nueva etapa basada en la adaptación al mercado, la calidad y la mejora continua.

“Supone un reconocimiento al trabajo realizado durante estas dos décadas”, señalan desde la firma. “Hemos sabido combinar un producto tradicional como el pan con la innovación y la tecnología para responder a las nuevas necesidades de los consumidores”.

FINALISTAS ANDALUCES

La trigésima edición de los Premios AJE Málaga reunió a trece candidaturas repartidas entre las categorías de Iniciativa Emprendedora y Trayectoria Empresarial. Los ganadores fueron seleccionados por un jurado integrado por representantes de instituciones, organizaciones empresariales y entidades de apoyo al emprendimiento, entre ellas Ayuntamiento de Málaga, Junta de Andalucía, Cámara de Comercio, CEM, Promálaga, IMFE, Universidad de Málaga y Vida Económica. Tras su victoria provincial, Fundy Solutions y Mondat representarán a Málaga en los Premios AJE Andalucía, que se celebrarán el próximo 3 de julio en Córdoba.



“La capacidad de adaptación, la apuesta por la calidad y la mejora continua han sido claves en nuestro crecimiento”, señalan desde Mondat.

Más allá de los ganadores, los premios volvieron a mostrar la diversidad del emprendimiento malagueño. En la categoría de Iniciativa Emprendedora participaron Comprarcarne.es, ENMovimiento Centro Cultural, E-Motion, Marseo, Party App, Perita Canela y Wander Vibes, junto a la vencedora Fundy Solutions. En Trayectoria Empresarial concurren AhorSol, Japanese Head Spa, Mimikokó y QuiiroSan Wellness and Beauty, además de Mondat.

Tres décadas después de su nacimiento, los Premios AJE continúan cumpliendo la misma función: detectar empresas cuando todavía están escribiendo los primeros capítulos de su historia. Algunas acaban convirtiéndose en referentes de sus sectores. Otras apenas están comenzando el viaje. Pero todas comparten algo esencial: la voluntad de construir empresa desde Málaga.





Fermín Valenzuela (izquierda), junto a Lydia Sorlózano y José Contreras, directivos de la compañía.

Fertel Phone: De centralita telefónica a plataforma inteligente

La firma malagueña combina inteligencia artificial, telecomunicaciones y análisis de datos para ayudar a empresas y profesionales a gestionar mejor sus comunicaciones.

Hace años, la conversación entre una empresa y su proveedor de telecomunicaciones solía girar en torno a una pregunta sencilla: cuánto se podía ahorrar en la factura mensual. Hoy el escenario es muy distinto. Las empresas buscan eficiencia, automatización y herramientas que les permitan aprovechar mejor su tiempo. En ese cambio de paradigma se mueve Fertel Phone, una compañía malagueña especializada en soluciones de comunicaciones para empresas y profesionales.

Fundada hace ocho años por **Fermín Valenzuela**, aunque con más de una década de experiencia previa en el sector, la empresa nació tras detectar que la telefonía tradicional estaba dejando de responder a las necesidades reales de las organizaciones. "Las comunicaciones tenían que dar un cambio. Ya no se trata solo

de recibir llamadas, sino de saber qué ocurre en la empresa en tiempo real", explica.

La compañía trabaja con un modelo basado en la consultoría previa. Antes de ofrecer una solución, analiza cómo funciona cada cliente y adapta las herramientas a sus necesidades. El objetivo es integrar las comunicaciones dentro de los procesos de trabajo diarios.

Ese enfoque ha llevado a Fertel Phone a evolucionar desde la telefonía convencional hacia sistemas de centralita en la nube, integración con plataformas de gestión empresarial y herramientas capaces de registrar, transcribir y analizar las conversaciones mantenidas con los clientes.

La irrupción de la inteligencia artificial ha acelerado aún más esa transformación. La empresa ha desarrollado asistentes conversacionales entrenados con la información de

cada cliente. Estos sistemas pueden atender llamadas, gestionar citas, acceder a bases de datos o responder consultas sin intervención humana.

El sector de la automoción es uno de los ámbitos donde estas soluciones están encontrando mayor aceptación. Según explica Valenzuela, algunos concesionarios reciben más de un millar de llamadas diarias, un volumen difícil de gestionar únicamente con personal humano.

Aunque la tecnología ocupa un papel central, la compañía insiste en que su mercado no son únicamente las grandes corporaciones. Su propuesta también está dirigida a pequeñas empresas y autónomos que buscan ofrecer una atención más profesional sin realizar grandes inversiones.

Con clientes en distintos puntos de España y una creciente presencia en sectores como la automoción, la salud o la hostelería, Fertel Phone prepara ahora una nueva etapa centrada en la integración de todos los canales de comunicación -llamadas, mensajería, correo electrónico y herramientas digitales- dentro de una única plataforma.

Desde sus nuevas oficinas en el ecosistema tecnológico del Polo Nacional de Contenidos Digitales, la firma aspira a reforzar su papel como socio tecnológico de las empresas en un momento en el que la gestión de la información y la rapidez de respuesta se han convertido en factores cada vez más decisivos.



Málaga se mueve. Nosotros la seguimos.



Cada día en
vidaeconomica.com





Doña Francisquita, un clásico de la gastronomía de Málaga

¿CÓMO ES?

Pocas instituciones gastronómicas malagueñas pueden presumir de superar las tres décadas de historia, y Doña Francisquita Catering, que este año cumple su 35 aniversario, es una de ellas, además de un referente en su sector.

Fundada en 1991 por José Manuel Sánchez, actualmente está dirigida por sus hijos Alberto y Sonia, y poseen una preciosa finca, La Tosca, en Churriana - Málaga, con jardines y cuidados espacios para celebrar todo tipo de eventos.

En el plano gastronómico, Ivan Rubio, formado en la escuela Jacaranda, así como en restaurantes de diversos estilos y nacionalidades, es el chef ejecutivo desde hace varios años transmitiendo una enorme pasión por su oficio, lo que hace que su oferta gastronómica esté siempre en constante evolución..

NOS GUSTÓ POR...

La finca La Tosca, en donde hemos podido disfrutar de la gastronomía de Doña Francisquita con motivo del 35 aniversario, rezuma, tanto la casa como los jardines, buen gusto y elegancia, pero también es muy acogedora y confortable. Sin duda, un lugar en donde se está muy a gusto.

Los aperitivos, de alto nivel, combinan la tradición andaluza puesta al día con cocinas del mundo. Entre los primeros tenemos la porra de naranja con bacalao confitado y aceituna negra, llena de sabor y con un aliño brillante, pero equilibrado o la croqueta de rabo de toro con gamba



blanca de Málaga, un perfecto “mar y montaña” de suave textura y reconocible sabor. En cuanto a los platos foráneos, me encantó la corvina soasada con ponzu ahumado de bonito y alga crujiente, un “platazo” lleno de matices y absolutamente redondo.

Entre los platos principales, destaca la lubina a la tailandesa con calabaza asada, patata confitada y gel de shiso verde es otro ejemplo de equilibrio y personalidad sobre un plato, y además, con la magia de servir el pescado en su punto perfecto. Los carnívoros disfrutarán con el canelón de carrillada de vaca vieja con bechamel ligera de cardamomo, polvo de tomate y salsa demiglace, en donde unas exquisitas carrilladas guisadas a fuego lento combinan a la perfección con el resto de ingredientes. Y de postre, un clásico tiramisú, con cremosos de Baileys, cierra el menú junto con otros detalles dulces como trufas o tejas.

Excelente experiencia culinaria, gran selección de vinos, servicio exquisito y amable... pero sobre todo, una sensación total de disfrute.



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



Mar Dorado, salazones artesanos de alta calidad

Mar Dorado es una empresa familiar con casi 50 años de historia que comenzó con un puesto en el Mercado de San Andrés, en Murcia, en donde vendían salazones de otros productores. En los años 80, buscando la máxima calidad, decidieron comenzar a elaborar sus propios salazones de manera artesanal y seleccionando siempre el mejor producto. “La materia prima es fundamental. Siempre

intentamos trabajar con la de mayor calidad, porque sabemos que un buen resultado empieza desde el origen”, nos comenta Álvaro Caballero uno de sus responsables.

Actualmente, también podemos ver sus productos en tiendas como El Gourmet de El Corte Inglés o Carrefour, aunque también disponen en su web, www.mardorado.com, de una tienda online, que distribuyen a toda España y funciona realmente bien.

Elaboran una hueva semicurada de muyol excepcional, de excelente textura e intenso, pero delicado, sabor a mar, con notas salinas, de yodo... una auténtica delicia. Al igual que las huevas de maruca, merluza, bonito... o su excelente mojama de atún. También disponen de una selección de conservas de diferentes marcas de anchoas, bonito, mejillones o de bacalao ahumado, de marca propia. Todo muy recomendable.



VERMUT KRAUEL

Excelente vermut elaborado en Málaga, con una base de vinos de Pedro Ximenez y Moscatel, por la histórica bodega Krauel. Su receta tiene su origen en 1892, aunque está puesta al día. Es un vermut elegante, con cierto frescor, lleno de matices, muy especiado, con notas de clavo, cacao, pimienta, regaliz... y un dulzor muy sutil, nada empalagoso. Me ha encantado. Está distribuido por Picking Málaga.

Precio · 15 €



GADEA CEPAS VIEJAS, DORADILLA DE BODEGAS CARPE DIEM

Interesante y exquisito vino blanco ecológico elaborado con uva doradilla, variedad autóctona de la provincia de Málaga que, tras una época en la que apenas se usaba, vuelve a cobrar protagonismo. Elegante, fresco y con mucha personalidad, posee matices herbáceos, cítricos, florales, minerales, salinos... Con mariscos, pescados y arroces combina a la perfección.

Precio · 15 euros





Los Baños de la Hedionda: templo del relax

Dicen que el demonio que habitaba en estas aguas exhaló el último suspiro al ser expulsado de ellas por Santiago. Esta es una de las

leyendas que el imaginario popular guarda para justificar el intenso olor a azufre de las aguas.

Los conocidos como Baños de la Hedionda, Bien de Interés Cultural

andaluz, constituyen uno de los hitos históricos del macizo de la Utrera y en general de todo el municipio de Casares.

Se trata de unos baños sulfurosos ferruginosos, situados en un agradable paraje, que el hombre ha sabido aprovechar desde tiempos de los romanos por sus propiedades beneficiosas y curativas.

El recinto del balneario, cuadrado, con una bóveda esférica de pechinas y dos bóvedas de cañón, se encuentra en el margen derecho del arroyo Albarrán y muy cerca del límite con el municipio de Manilva. Para evitar la masificación, el Ayuntamiento de Casares que gestiona los baños ha limitado el aforo en el recinto a 24 personas, por lo que será obligatorio realizar una reserva a través de Eventbrite para acceder al mismo en horas punta, establecidas de 12.00 a 19.00 horas desde el 2 de julio al 9 de septiembre. ¿Te animas a disfrutar de este paraje natural?.

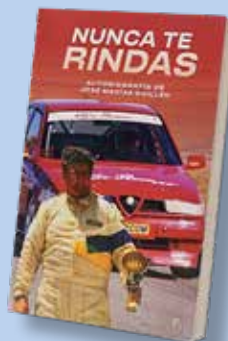


La silueta más famosa cumple 70

Pocas imágenes representan tanto el verano en carretera como el Toro de Osborne. La famosa silueta negra ha logrado pasar de anuncio publicitario a símbolo cultural reconocido internacionalmente. Actualmente, 92 toros siguen repartidos por distintas carreteras españolas formando parte del paisaje y del imaginario colectivo.

"Nunca te rindas": el consejo de José Macías

José Macías, fundador de **Grupo Macías**, presentó el 29 de mayo en Málaga su autobiografía '**Nunca te rindas**', una obra en la que repasa las principales etapas de su trayectoria personal y profesional. Publicada por Punto Rojo Libros, la obra narra el recorrido vital de Macías desde sus inicios en Carmona hasta su desarrollo como empresario y su vinculación al mundo



del motor. El autor comparte los retos, dificultades y aprendizajes que han marcado su vida poniendo el foco en

valores como la perseverancia, el esfuerzo y la capacidad de superación. La obra busca inspirar a quienes afrontan desafíos personales o profesionales a través de una historia marcada por la constancia y la determinación. La presentación tuvo lugar en las instalaciones de Cumaca Motor y reunió a familiares, amigos, empresarios y representantes del sector de la automoción.



La temporada lírica sube el telón

La nueva Temporada Lírica del Teatro Cervantes viene cargada de voces internacionales, clásicos eternos y propuestas para dejarse sorprender sin necesidad de ser experto en el tema.

Málaga volverá a llenarse desde septiembre de este año de arias, recitales y montajes espectaculares con nombres como Carlos Álvarez, Ainhoa Arteta o Berna Perles al frente del cartel.

La traviata, Norma, Dido and Aeneas y Don Procopio serán algunos de los títulos protagonistas de una programación que mezclará drama,

humor, barroco y grandes historias de amor.

Además de las funciones, la temporada incluirá recitales especiales y una nueva edición de Ópera Estudio de Málaga, un proyecto que impulsa jóvenes talentos internacionales. El Cervantes se prepara así para un curso donde la lírica se vivirá también como plan cultural, experiencia visual y excusa perfecta para una noche diferente en el centro de la ciudad.

Música en directo, escenografías potentes y mucho ambiente para quienes buscan algo más que series y plataformas.

UN SIGLO DE RADIO AL SERVICIO DE MÁLAGA

La Asociación de la Prensa de Málaga conmemoró a finales de abril el centenario de la radio en la ciudad. Profesionales históricos del medio e investigadores analizaron su evolución, desde sus primeras emisiones hasta el auge del podcast. Durante el encuentro se reivindicó la radio como un medio de proximidad, servicio público y acompañamiento ciudadano. Se realizaron varias mesas redondas y la cita concluyó con la presentación del I Premio de Periodismo al Mejor Documental Sonoro 'Alejo García', impulsado junto al Ayuntamiento de Alhaurín el Grande.



Participaron profesionales como Carmen Abenza, Inmaculada Jabato o Joaquín Durán.

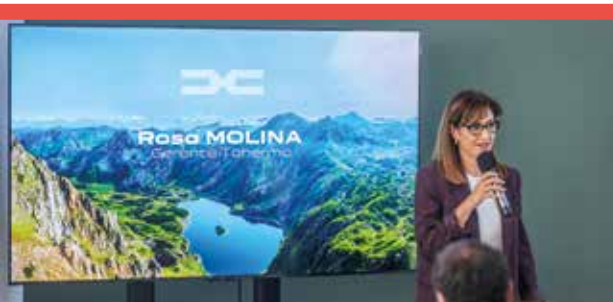
La casa más eficiente del mundo está en Marbella

En Cascada de Camoján, una de las urbanizaciones más exclusivas de Marbella, se encuentra Villa Ayantam, una residencia que marca un nuevo estándar en el mercado inmobiliario de lujo. Es la primera casa unifamiliar del mundo en obtener la certificación BREEAM

Outstanding. Con 1.740 m², ocho suites, spa, gimnasio, cine privado

y tecnología inteligente, combina confort, diseño y eficiencia energética.





VER MÁS

DACIA LLEVA A MÁLAGA SU NUEVO PLAN ESTRATÉGICO CON TAHERMO

El Dacia ADN Tour hizo parada en Málaga el 11 de mayo para presentar en Tahermo la nueva estrategia nacional de la marca, centrada en producto, tecnología española y posventa.



VER MÁS

VITHAS XANIT INTERNACIONAL CELEBRA SU XX ANIVERSARIO

El hospital reunió el pasado 20 de mayo en Benalmádena a profesionales, directivos y representantes institucionales para conmemorar dos décadas de crecimiento e innovación sanitaria.

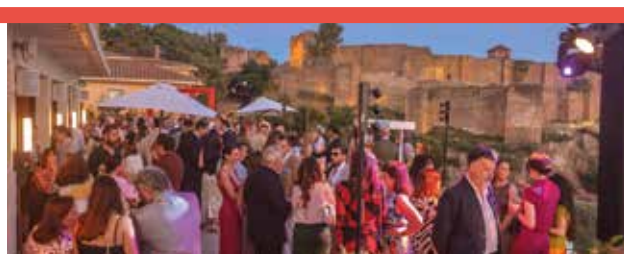




VER MÁS

ESTEPONA REÚNE A CÓNSULES DE 30 PAÍSES EN UNA CITA CONSULAR CLAVE

Estepona acogió en abril un encuentro institucional entre el Ayuntamiento y el Cuerpo Consular de Málaga que reunió a representantes de casi una treintena de países, en una de las citas con mayor participación diplomática celebradas.



VER MÁS

EL HOTEL ME MÁLAGA SE INAUGURA OFICIALMENTE

Bajo el lema The Art of Arrival, el hotel ME Málaga celebró el 28 de mayo su inauguración oficial en la calle Victoria, junto a la Plaza de la Merced, consolidándose como una de las nuevas propuestas hoteleras de lujo de la capital.





VER MÁS

JÓVENES MALAGUEÑOS TOMAN LA PALABRA EN EL TEDx DEL BRITISH SCHOOL

The British School of Málaga celebró en abril una nueva edición de este encuentro en el que 15 estudiantes de secundaria y bachillerato han subido al escenario para reflexionar sobre el futuro.



VER MÁS

MIGUEL BELLIDO ABRE EN MÁLAGA SU PRIMERA TIENDA EN ESPAÑA

La firma de moda masculina y accesorios Miguel Bellido inauguró a principios de mayo en Málaga su primera tienda física desde la creación de la compañía en 1950. El nuevo establecimiento se encuentra situado en calle Especería, 5 bis.





LA ROSALEDA, PUNTO DE ENCUENTRO PARA EL TEJIDO EMPRESARIAL DE MÁLAGA

El Club de Empresas Málaga CF es mucho más que una red de contactos. Es una comunidad formada por empresas que creen en el valor de las relaciones, la colaboración y el crecimiento compartido.

La Rosaleda es el principal punto de encuentro de esta comunidad. Los días de partido se convierten en una oportunidad única para conectar, compartir experiencias y generar conversaciones que fortalecen los vínculos profesionales en un entorno cercano y diferencial.

Más allá del estadio, el Club impulsa una agenda de actividades diseñada para seguir creando oportunidades de relación entre sus miembros. Desayunos informativos para dar la bienvenida a nuevas empresas, encuentros con protagonistas del Málaga CF como la ponencia de Loren Juarros, celebraciones como la tradicional comida de Navidad, visitas a empresas asociadas y experiencias exclusivas fuera de la rutina diaria, como el desplazamiento a Córdoba para disfrutar de una jornada empresarial y deportiva, forman parte de una programación que favorece el networking de calidad.

Cada encuentro contribuye a fortalecer una red empresarial diversa, cercana y comprometida con el desarrollo económico de Málaga. Un espacio donde compartir conocimiento, generar confianza y seguir construyendo juntos nuevas oportunidades de futuro.

¿Te gustaría conocer más sobre el Club de Empresas Málaga CF?



VER MÁS

Esríbenos a: comercial@malagacf.es y descubre todo lo que esta comunidad empresarial puede ofrecerte.





VER MÁS

GRUPO CAETANO INAUGURA NUEVAS INSTALACIONES DE BYD EN MÁLAGA

Más de 200 personas asistieron el 4 de junio a la inauguración de este nuevo concesionario de 600 m² que convierte a Grupo Caetano en el mayor distribuidor de BYD en Andalucía.



VER MÁS

MICOLCHÓN INAUGURA SU NUEVO ESPACIO MICOLCHÓN SOFAS & BEDS LOS VEGAS

La firma malagueña abrió el pasado viernes 10 de abril en el polígono El Viso un espacio de 3.200 metros especializado en descanso y sofás premium.

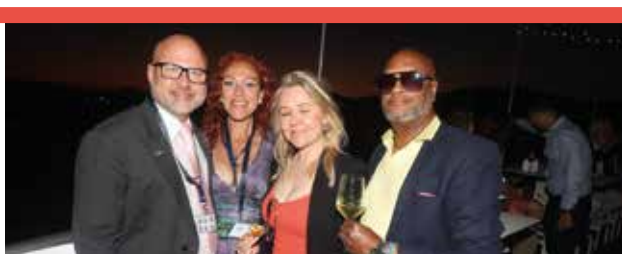




VER MÁS

JOSÉ MACÍAS PRESENTA SU AUTOBIOGRAFÍA "NUNCA TE RINDAS"

Cumaca Motor acogió el 1 de junio la presentación de *Nunca te rindas*, la autobiografía de José Macías Guillén, una obra en la que repasa su trayectoria personal y profesional marcada por el esfuerzo, la superación y la pasión por el motor.



VER MÁS

LA COSTA DEL SOL REÚNE A LÍDERES INMOBILIARIOS EUROPEOS

La asociación profesional GIPE y la Confederación Europea de Profesionales Inmobiliarios (CEPI) celebraron los días 28 y 29 de mayo un encuentro internacional en la Costa del Sol que reunió a representantes y líderes del sector inmobiliario europeo.



"QUEREMOS QUE AMUPEMA SEA EL GRAN PUNTO DE ENCUENTRO Y CONEXIÓN"



María del Mar Solís.
Presidenta de AMUPEMA

María del Mar Solís inicia una nueva etapa al frente de Amupema con el objetivo de reforzar la colaboración estratégica, el acompañamiento a empresarias y el desarrollo de nuevas oportunidades. La nueva presidenta apuesta por la mentorización, el relevo generacional y el fortalecimiento de las redes empresariales.

¿QUÉ SUPONE PRESIDIR AMUPEMA?

Es un absoluto honor y una gran responsabilidad con el tejido productivo de nuestra provincia. Entiendo este cargo bajo el principio del liderazgo compartido. Me considero la primera entre iguales dentro de una junta directiva plenamente capacitada, donde mi papel principal será coordinar, representar y trabajar de la mano con todas las personas que forman esta asociación. Iniciamos una nueva etapa con el firme compromiso de fomentar la colaboración estratégica y el desarrollo empresarial, manteniendo intacto el respaldo y el servicio de acompañamiento a nuestras empresarias, autónomas y profesionales.

¿CUÁLES SON HOY LOS PRINCIPALES RETOS?

Los retos actuales no difieren de los grandes desafíos del mercado global: la digitalización y adopción tecnológica, el acceso a vías de financiación

competitivas, la internacionalización y la consolidación de los negocios en sus primeros años de vida. El verdadero reto para una emprendedora o empresaria hoy es la escalabilidad de su proyecto.

¿ES UN BUEN MOMENTO PARA EMPRENDER EN MÁLAGA?

Málaga está viviendo una época dorada a nivel económico y tecnológico, posicionándose como un referente internacional. Este dinamismo genera un ecosistema ideal para cualquier proyecto empresarial. Lo positivo de este momento es que la colaboración se ha convertido en la clave del progreso. Sumando capacidades fortalecemos el tejido empresarial global de Málaga.

¿QUÉ OBJETIVOS SE MARCA PARA ESTA ETAPA?

Queremos potenciar a AMUPEMA como el gran punto de encuentro y conexión empresarial de Málaga y su provincia. Nuestra prioridad es

dar continuidad y reforzar los proyectos anuales que ya son una seña de identidad de la asociación, combinando esa sólida trayectoria con el impulso al talento joven y el apoyo a las nuevas generaciones de empresarias y emprendedoras. Asimismo, reforzaremos el área de mentorización para quienes empiezan, ofreciendo ese año de asesoramiento gratuito que resulta vital para la viabilidad de un proyecto. Impulsaremos encuentros de networking de alto impacto y programas formativos orientados a la alta dirección y gestión ejecutiva.

¿CÓMO LE GUSTARÍA QUE SE RECORDARA ESTA ETAPA?

Me gustaría que se recordase como una etapa de consolidación, crecimiento y fuerte cohesión interna. Un periodo en el que AMUPEMA reforzó su utilidad práctica para el tejido empresarial malagueño, impulsó el talento y contribuyó activamente al progreso económico de Málaga y su provincia./ AMAL FARGHANE.



Te conectamos con el mundo.

Somos una compañía pionera en el transporte urgente con más de 80 años de historia liderando el sector en España y una gran capacidad operativa internacional que nos permite entregar en todo el mundo, ya que pertenecemos a Geopost, la segunda red de transporte más grande de Europa.

SEUR en cifras



140M paquetes
entregados en 2025



Más de 10.000
profesionales



10.000 Puntos Pickup
(tiendas de conveniencia
y lockers)



20% flota vehículos
sostenibles

Todo para seguir conectando personas y negocios cada día.

Mejor Banca Privada en España

Valor para crear valor

CaixaBank Wealth Management, reconocido por *Euromoney* en el 2026 como **Mejor Banca Privada en España** y **Mejor Banca Privada en Gestión Discrecional de Carteras en España**.

Personas, visión y tecnología, para una gestión patrimonial única.

Gracias a nuestros clientes por hacerlo posible.

