



LOS QUE VIENEN

EMPRENDEDORES MALAGUEÑOS QUE
DARÁN QUE HABLAR

3T
2026 | Nº 129

vida económica

LA REVISTA EMPRESARIAL DE MÁLAGA

ANÁLISIS

EL SECTOR INMOBILIARIO EN LA PROVINCIA



MÁLAGA AMPLÍA PERFILES Y PRODUCTOS MIENTRAS
EL SECTOR SORTEA PRECIOS, FALTA DE SUELO Y UNA
BUROCRACIA CRECIENTE

INGENIERÍA DEL AGUA

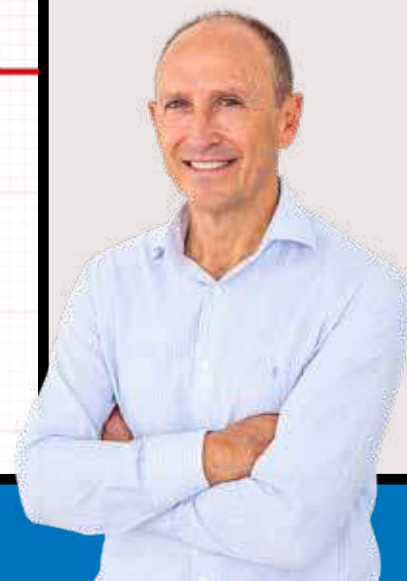
Hidroingeniería lleva desde
Málaga sus desarrollos
acuáticos al mundo

UN NEGOCIO EN PLENA FORMA

Muscle Cult suma 20
tiendas y prepara nuevas
aperturas

MÁLAGA, EN CARTERA

Bullnet Capital invierte en
dos startups en Málaga y
apunta a una tercera



ENRIQUE COLILLES CONSEJERO DELEGADO DE FRUTAS MONTOSA



Andalucía
TRADE
GLOBAL
2026

#AndalucíaTRADEGlobal2026

17 - 18 NOV
MÁLAGA

Impulsa tu empresa en el mundo

Inscríbete en el mayor encuentro
de internacionalización de Andalucía

www.andaluciatradeglobal.es



Organizan:



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA



Fondos Europeos

Andalucía
TRADE

Junta
de Andalucía

Colaboran:

Cámaras
Andalucía

CEA
Empresas Andaluzas



ICEX

Nº 129



3.º TRIMESTRE 2026

EDITA **PUBLICACIONES AVI S.L.**

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

REDACCIÓN Y TRIBUNA **MARÍA J. SÁNCHEZ**
JOSÉ CABELLO
redaccion@vidaeconomica.com

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

FOTOGRAFÍA E ILUSTRACIONES **ARCHIVO VE**
LORENZO CARNERO

PUBLICIDAD **publicidad@vidaeconomica.com**
952 22 35 83

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

vida económica

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



UN SITIO PARA CRECER

DAVID DELGADO. DIRECTOR

ddelgado@vidaeconomica.com

A finales del siglo XVIII, el economista Thomas Malthus formuló una famosa teoría: mientras la población crecía en progresión geométrica, los alimentos lo hacían en progresión aritmética. Dicho de otra forma, las personas se multiplicaban mucho más deprisa que los recursos para alimentarlas.

Malthus se equivocó en muchos de sus pronósticos, pero dos siglos después su razonamiento sirve para explicar otro desequilibrio. En Málaga, la población crece exponencialmente mientras la oferta de vivienda lo hace en progresión logarítmica: crece, pero cada vez más despacio y a precios cada vez mayores.

No hay demasiada magia detrás del problema. Cuando muchas personas quieren comprar o alquilar y la oferta no crece al mismo ritmo, los precios suben y el acceso se complica. Málaga arrastra, según la Asociación de Constructores y Promotores (ACP), un déficit superior a 70.000 viviendas. Y levantar una casa es solo el último eslabón de una cadena mucho más larga: antes hace falta suelo, planeamiento, urbanización, licencias, financiación y tiempo. A este déficit contribuyen el encarecimiento del suelo, los materiales y la mano de obra, además de unas mayores exigencias técnicas y de sostenibilidad y, en opinión del sector, una evidente falta de medios técnicos y digitales de las administraciones.

En este número de Vida Económica analizamos un sector inmobiliario sometido a enorme presión, pero también volvemos la mirada hacia una economía malagueña que sigue moviéndose. Enrique Colilles, después de más de dos décadas ligado al campo, abre una nueva etapa al frente de Montosa con el objetivo de multiplicar el tamaño de la compañía. Muscle Cult ha convertido el negocio de la suplementación deportiva en una red de tiendas que continúa creciendo. E Hidroingenia demuestra que desde Málaga también se pueden diseñar y construir piscinas, spas y parques acuáticos a miles de kilómetros de casa.

Malthus no pudo imaginar la Málaga de 2026. Pero probablemente reconocería la paradoja: la provincia es un buen sitio para crecer siempre que seamos capaces de hacer sitio para quienes forman parte de ese crecimiento.

DATOS DE DISTRIBUCIÓN. Nº129

La edición nº129 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.

16 ACTUALIDAD

Repaso a la actualidad económica de Málaga y Andalucía.

28 ESTILO DIRECTO

ENRIQUE COLILLES coge el timón de Frutas Montosa con un objetivo ambicioso: llevar la compañía de 150 a más de 350 millones de euros en cinco años.

32 EN PORTADA INMOBILIARIO

La vivienda en Málaga marca precios récord, mientras las compraventas pierden fuerza y cae la rentabilidad del alquiler. El sector coincide en el problema: falta oferta.



58 EMPRESAS

Lo más destacado de las empresas de la provincia.



60 HIDROINGENIA

DANDO FORMA AL AGUA

La empresa malagueña supera las 15.000 instalaciones acuáticas en Europa, África y América. Factura más de 25 millones y emplea a cerca de 400 personas.



64 BUNZL

Convierte Málaga en uno de sus grandes centros logísticos.



68 FACCSA-PROLONGO

FAMILIA CON AMBICIÓN GLOBAL

Ramón Soler proyecta una compañía global sin perder sus raíces malagueñas.



72 MUSCLE CULT EN PLENA FORMA

Muscle Cult estrena fábrica propia en Málaga y prepara una segunda planta para crecer con marca propia, franquicias, venta online y nuevos mercados.

75 FOUNDEVER HUB MULTILINGÜE

La multinacional crea en apenas un año un equipo de 100 profesionales que atiende en seis idiomas desde Málaga a clientes internacionales.

80 BULLNET CAPITAL PERSONAS E INNOVACIÓN

Tras invertir en 32 startups y movilizar 265 millones, Bullnet Capital encuentra en Málaga dos de sus casos ejemplares y prepara un tercero.



82 EMPRENDEDORES QUE SERÁN NOTICIA

Ocho sectores y varios proyectos malagueños que ya buscan inversores, nuevos mercados y crecer.

84 S.LAB ENVASES DEL FUTURO DESDE MÁLAGA

S.Lab transforma micelio y residuos agrícolas en una alternativa al poliestireno que ya utilizan multinacionales como L'Oréal y Nespresso.



APUNTES

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



MARÍA BELÉN CORRERO
Mánager de Unidad de Medios de Pago en OPPLUS

EL FUTURO DE LOS MEDIOS DE PAGO: UNA EXPERIENCIA CADA VEZ MÁS INTEGRADA



CURRO RODRÍGUEZ
Fundador y Presidente de Ly Company Group | Autor de El Aprendedor
¿POR QUÉ NO EXPORTAMOS MÁS?

88 GASTRONOMÍA

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



90 VIVIR MÁS

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



92 GRAN ANGULAR

Repaso gráfico a los eventos socioempresariales más destacados en Málaga.



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



98 ÚLTIMA

Toda la actualidad económica y empresarial de Málaga, cada día en **nuestra web**.

NOMBRAMIENTOS



ANTONIO DÍAZ

Savills ha incorporado a Antonio Díaz como nuevo director de Industrial y Logística para Andalucía. Trabaja desde Sevilla en un mercado donde Málaga gana peso como uno de sus principales polos.



CARLOS ARIZA

Ariza ha sido designado por el Ayuntamiento de Málaga nuevo gerente del Instituto Municipal de la Vivienda (IMV) y cuenta con amplia experiencia vinculada a la gestión del patrimonio municipal, la rehabilitación edificatoria y la regeneración urbana.



JORGE CIENFUEGOS

Unicaja ha incorporado a Jorge Cienfuegos como nuevo director de Banca de Empresas con el objetivo de reforzar el desarrollo del negocio dirigido a compañías medianas y grandes. El nombramiento se enmarca en la ejecución del Plan Estratégico 2025-2027.



M^a DEL MAR NAVARRETE

La Dirección General de la Marina Mercante, dependiente del Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible, ha nombrado a María del Mar Navarrete Sierra nueva capitana marítima de Málaga sustituyendo en el cargo a Francisco Hoya.



M^a DEL MAR MARTÍN ROJO

María del Mar Martín Rojo asume la gerencia de Smart City Cluster tras su etapa en Famadesa. La economista dirigirá la actividad de una asociación con sede en Málaga que agrupa a más de 180 organizaciones vinculadas a la innovación.

LA GRÁFICA



+ AUTÓNOMOS



Casi el 60% de los autónomos andaluces lleva más de cinco años en activo

Según datos de la Asociación de Trabajadores Autónomos de Andalucía (ATA), la comunidad cuenta con 601.344 trabajadores autónomos, 9.449 más que al cierre de 2025. Además, la consolidación de estos autónomos se demuestra con datos, ya que el 57,8% lleva cinco años o más desarrollando su negocio o actividad. El perfil más habitual es el de un profesional sin empleados (500.555 autónomos no tienen trabajadores contratados), de entre 40 y 59 años. Por edades, el grupo de 60 a 69 años es el que más creció durante el primer semestre de 2026.

SE QUEDAN.



Las esculturas de Neptuno y Venus del Puerto de Málaga continuarán por ahora en su actual ubicación después de que el Ayuntamiento haya solicitado formalmente a la Autoridad Portuaria mantener el conjunto instalado.

La decisión ha llegado cuando estaba próximo a finalizar el periodo temporal establecido para las piezas. La Junta de Gobierno Local ha aceptado la cesión gratuita del conjunto escultórico 'Las columnas

del mar', obra de Ginés Serrán, por lo que las figuras pasan a formar parte del patrimonio municipal. El alcalde de Málaga ha defendido su permanencia y ha señalado que el artista ha recibido unas 12.000 firmas favorables a mantenerlas. Varias instituciones culturales malagueñas han mostrado su rechazo a la permanencia en este espacio y han reclamado el cumplimiento del periodo inicialmente establecido para su exposición.



Futuro abierto. Las esculturas seguirán por ahora en el Puerto de Málaga, mientras Ayuntamiento y Autoridad Portuaria abordan el futuro emplazamiento del conjunto de Ginés Serrán.

+ GESTIÓN



Casi el 90% de los trabajadores respalda la digitalización del fichaje en sus empresas

Casi nueve de cada diez trabajadores considera que la digitalización, la automatización y la inteligencia artificial tendrán un impacto positivo en sus empresas, según Prottime. El debate coincide con la reforma del registro horario digital. España contabilizó 7,18 millones de horas extraordinarias semanales durante el segundo trimestre de 2026, máximo de la serie iniciada en 2011. De ellas, 3,09 millones, alrededor del 43%, no fueron remuneradas. El nuevo sistema busca mejorar la trazabilidad de inicio, pausas y fin de las jornadas laborales.

+ ABSENTISMO LABORAL



El absentismo laboral se dispara un 70% en España desde 2019

El absentismo laboral ha aumentado un 70,4% en España desde 2019, según un informe de la Fundación Justicia Social. Las bajas en el Régimen General han pasado del 3,4% al 5,8% previsto para 2026. El estudio señala como principales factores el incremento de las bajas por enfermedades comunes, el envejecimiento de la población activa y la saturación de la atención primaria. En 2024, el gasto en incapacidad temporal alcanzó los 16.500 millones de euros. España registra además 4,9 semanas de baja por trabajador al año.

LO + LEÍDO EN
vidaeconómica.com
01 La startup malagueña Bettergy entre las elegidas para recibir...

02 Greencities reúne en Málaga a 200 empresas ante los retos...

03 Cuima, la startup malagueña que aspira a ser referente...

04 La Universidad Europea de Andalucía arranca...

TRIBUNA

El futuro de los medios de pago: una experiencia cada vez más integrada



María Belén Correro Redondo.
Mánager de Unidad de Medios de Pago en OPPLUS

El mundo de los métodos de pago está viviendo una transformación que va mucho más allá de sustituir el efectivo por el móvil. La verdadera evolución consiste en conseguir que pagar sea un acto casi reflejo: sencillo, inmediato y seguro, sin importar el canal o la tecnología que utilicemos.

Lo veo a diario con **Bizum**. Lo que empezó para enviar dinero entre cuentas de forma inmediata, hoy entra en los establecimientos físicos gracias a la tecnología NFC, convirtiendo al móvil en una herramienta cada vez más completa para pagar en nuestro día a día.

En paralelo, las grandes redes de pago evolucionan para ofrecer nuevas experiencias digitales. Soluciones como **Click to Pay**, impulsada por Visa, Mastercard y otras redes simplifican la compra online mediante tarjetas tokenizadas, reduciendo la necesidad de introducir datos en cada operación.



Para mí, el cambio más relevante es que ya no hablamos únicamente de nuevos métodos de pago, sino de **nuevas formas de relacionarnos con el dinero**. Las wallets digitales, los pagos cuenta a cuenta, o los incipientes pagos agénticos -realizados por inteligencia artificial- están logrando que el pago deje de ser una interrupción molesta para integrarse de forma natural en la experiencia de compra.

Pero innovar en pagos no significa necesariamente añadir más opciones. En muchos casos, la verdadera innovación consiste en simplificar.

El futuro de este sector tiene un gran reto: aplicar la tecnología para que el pago sea prácticamente invisible. No consistirá solo en elegir entre más opciones, **sino en hacer posible que cada persona tenga la mejor experiencia en cada pago**, con la misma confianza y seguridad que exigimos hoy, pero con mucha menos fricción. Y ahí es donde veremos las mayores oportunidades de innovación en los próximos años.

DE VIVA VOZ



"A la gente no le importa lo que digas, le importa lo que construyes."

Mark Zuckerberg
Presidente y director ejecutivo de Meta Platforms



"Cuestionar la sabiduría convencional y dudar de los expertos ha sido clave en mi vida."

Larry Ellison
Cofundador de Oracle Corporation

05 Gateway Summit reunirá en Málaga a startups, inversores y grandes...

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

07 Alhaurín renueva su nodo Misión para llevar startups de movilidad...

08 HCP cumple 40 años y estrena nueva imagen corporativa.

09 Málaga reconoce a ocho referentes en sus Premios Ciudad de Málaga...

OJO AL DATO

1.500 EUROS AL MES



Málaga registra un coste mensual de 1.505,57 euros para trabajar en remoto y destaca por tener el transporte más barato

Teletrabajar desde Málaga requiere un presupuesto mensual de 1.505,57 euros, sin incluir coworking, según el Working Abroad Index 2026.

El estudio analiza los principales gastos que afronta un trabajador remoto y permite comparar la capital malagueña con otros destinos españoles y europeos. Una de las diferencias aparece en el transporte público.

En Málaga supone 23,95 euros mensuales, el importe más bajo entre Madrid, Barcelona, Valencia, Málaga y Las Palmas. La media española alcanza 34,68 euros y la europea, 65,75 euros. La vivienda no explica la ventaja española, ya que sus precios están alineados con la media europea.

Las diferencias aparecen en los gastos cotidianos. Los suministros de luz, agua, gas, móvil e internet cuestan de media 185,98 euros mensuales en España, frente a 279,58 euros en Europa. La cesta de la compra supone 287,42 euros mensuales, un 10,3% menos que el promedio europeo. El presupuesto final cambia según la ciudad elegida.

Las Palmas de Gran Canaria registra 1.383,18 euros mensuales, mientras Valencia alcanza 1.667,49 euros incluyendo coworking. Madrid y Barcelona rondan los 2.000 euros. Un nómada digital en España gasta mensualmente 321 euros menos que en Alemania, 542 menos que en Reino Unido y 834 menos que en Países Bajos.



CRÉDITO A LAS FAMILIAS

Según datos del Banco de España, los préstamos al consumo y las hipotecas hacen superar los 723.000 millones de crédito a las familias.

ÍNDICES

123

44%

El índice Euribor ha aumentado en torno a un 44% entre enero y septiembre de 2026, equivalente a un punto porcentual aproximadamente.

4,9%

Es el IPC de septiembre de 2026.

10,9%

Aumenta la constitución de empresas en el primer semestre del año.

18.218 MILL.

de euros gastaron en julio los turistas internacionales en España.

10

NOMBRES PROPIOS

Nuevos cargos, aniversarios empresariales, proyectos que crecen y citas que han marcado la agenda. Diez nombres propios que resumen algunos de los movimientos más relevantes del trimestre en la provincia.

“**M**álaga es una provincia tremendamente exigente por su espectacular proyección”. Estas palabras protagonizaron parte del discurso de **Princesa Sánchez (1)** cuando en julio tomó posesión de forma oficial de la presidencia de AJE Málaga, una asociación que lleva más de tres décadas en funcionamiento y que por primera vez en su historia cuenta con una presidenta. Ella, emprendedora y empresaria, ha protagonizado en lo que va de año una imagen que ha generado

numerosos titulares, cuando presentó la gala de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Málaga con su bebé en brazos.

Sánchez tiene claro que en esto de gestionar un negocio propio hay “sacrificio y esfuerzo, pero también éxito”.

Otro nombre propio ha estado ligado recientemente con Amupema, la presidenta y cofundadora de Grupo Starlite, **Sandra García-Sanjuán (2)**. Starlite Occident Marbella tiene un impacto anual que alcanza los 315,5 millones de euros y contribuye a la creación de 6.450 puestos de trabajo por edición. Es este uno de los grandes avales que han llevado a la asociación a otorgarle el Galardón Victoria.

Llega otoño, y uno de los eventos que se ha convertido en cita imprescindible en Málaga es San Diego Comic-Con, con **Fernando Piquer (3)** al frente. Experto en animación, videojuegos y eSports, se ha sumado al proyecto en una convocatoria con más de 300 horas de contenido. Entre sus objetivos, aumentar el impacto económico que el evento genera en la ciudad.

Y del cine, el cómic y la fantasía a la música, la banda sonora que

“*Para mí lo más importante es que hemos conseguido crecer sin perder lo que ha sido nuestra esencia: el respeto por el producto, el trabajo bien hecho y la cercanía con clientes y productores.*

Eladio Rueda

01



02



03



04



05



El reto que tiene entre manos Ocaña podría asemejarse al que aceptó **Teodomiro López (6)** en 2024, cuando recogía el testigo de José Ángel Narváez al frente de la Universidad de Málaga. La UMA, que ha batido su récord de estudiantes, con 36.000 matriculados, sigue reclamando “más profesorado, infraestructuras y servicios”.

06



DOS APELLIDOS, DOS EMPRESAS FAMILIARES

Dos apellidos, dos empresas familiares y un mismo objetivo: seguir creciendo. **Eladio Rueda (7)** y **Vicente Martín (8)**, al frente de Frutas y Verduras Eladio y Grupo Mas respectivamente, avanzan con paso firme. La cadena de supermercados acaba de reconvertir su primer establecimiento de Maskom en Cash Fresh, en calle Ayala. Vicente Martín es el presidente de una corporación que factura 740 millones de euros al año.

08



Eladio Rueda es otro de los nombres propios de la temporada. A principios de los 2000 tomó las riendas del negocio de distribución hortofrutícola. En estos 20 años, la enseña se ha situado entre las 100 empresas malagueñas que más facturan, cerrando el anterior ejercicio con cerca de 31 millones de euros. “Para mí lo más importante es que hemos conseguido crecer sin perder lo que ha sido nuestra esencia: el respeto por el producto, el trabajo bien hecho y la cercanía con clientes y productores”, refiere Rueda.

07



pone **Leo Mérida (4)** cada verano al Puerto de Málaga con Brisa Festival. El cofundador de Doctor Watson lo tuvo claro: “No sé lo que es el aburrimiento y, cuando no hay trabajo, nos lo inventamos”. Este 2026 ha batido récords, reuniendo a más de 25.000 personas en el Dique de Levante.

Su pasión por la música lo vincula con el siguiente nombre propio, **Esteban Ocaña (5)**. Este jienense se estrena desde hace unas semanas en la gerencia de la Orquesta Filarmónica de Málaga. Nuevo hito en su carrera profesional, siempre vinculada a la interpretación y la docencia musical, así como a la gestión de proyectos culturales.

09



MÁLAGA MIRA AL EXTERIOR

En este *collage* de protagonistas no podía faltar el mar. **Javier Noriega (9)** ha sido reelegido presidente del Clúster Marítimo-Marino de Andalucía para los próximos cuatro años. Su hoja de ruta es ambiciosa: convertir Andalucía en la región de referencia del sur de Europa en economía azul. “El futuro de Andalucía pasa también por el mar”, resume.

Mirar al mar es también mirar al mundo. Y este trimestre, Irlanda y Noruega han reforzado su presencia en Málaga con dos nuevas consuladas: Marylee Wall y **Sandra García Torres (10)**, cónsul honoraria de Noruega para Málaga, Granada y Cádiz.

Cerca de 250.000 noruegos visitan cada año la Costa del Sol y unos 2.500 ya residen en la provincia. El objetivo de este consulado es atraer empresas e inversión noruega a la Costa del Sol.

10





ESTAS SON LAS PRINCIPALES PREOCUPACIONES DE LOS TRABAJADORES ESPAÑOLES

MÁS VACACIONES, SEGURIDAD FINANCIERA, APOYO A LA JUBILACIÓN Y FLEXIBILIDAD LABORAL GANAN PESO ENTRE LAS PRIORIDADES DE LOS EMPLEADOS ESPAÑOLES

Las **condiciones económicas** y la **flexibilidad** marcan las principales demandas de los trabajadores españoles. Según el estudio HR & Payroll Pulse de SD Worx, el 46,4% quiere **más días de vacaciones**, mientras que el 35,1% sitúa el **horario flexible** entre los beneficios más deseados. La **seguridad financiera** también preocupa. Uno de cada tres empleados (32,7%) reclama apoyo a la jubilación, aunque solo el 20,9% de

las empresas ofrece planes de pensiones. Además, apenas el 28,2% considera que su salario refleja adecuadamente el coste de vida. La **transparencia salarial** gana igualmente importancia para el 24,2% de los trabajadores. A estas demandas se suma el **seguro médico** adicional, señalado por el 27,7%, mientras que un 17,9% valora disponer de días específicos para capacitación, formación o estudio.



¿HIPOTECA FIJA O VARIABLE?

El 88% de las hipotecas firmadas en España en 2026 fueron a tipo fijo, según los datos de Gibobs.com.



NUEVA ETAPA PARA LA 2ª MANO

El 58% de los europeos de la Generación Z afirma haber comprado ropa o accesorios de segunda mano en el último año.



¿PRÉSTAMO PARA VACACIONES?

Según el Barómetro de Préstamos al Consumo de Asufin, 1 de cada 6 créditos en España se ha dedicado a las vacaciones.

EL 81,6% DE LOS ESPAÑOLES ATIENDE ASUNTOS LABORALES FUERA DE SU JORNADA



Las llamadas o los mensajes son los asuntos más atendidos fuera de horario

La desconexión laboral continúa siendo una asignatura pendiente en España. El 81,6% de los profesionales atiende llamadas o mensajes de trabajo fuera de su jornada, frente al 65% registrado en 2025, según un estudio de Edenred. Solo el 18,4% asegura desconectar completamente. El problema es especialmente acusado entre los trabajadores de 62 a 65 años, donde alcanza el 87,4%.

Por comunidades, Andalucía presenta la mayor falta de desconexión digital, con un 83% de profesionales que reconoce atender comunicaciones laborales fuera de horario, y un 26,5% lo hace frecuentemente, incluso durante sus vacaciones.

FALTA DE DESCONEXIÓN LABORAL POR GENERACIONES





andalucíamanagement

XVII EDICIÓN

3 DIC 2026

LIDERAR LO IMPREVISIBLE

PALACIO DE FERIAS Y CONGRESOS DE MÁLAGA

EL PUNTO DE ENCUENTRO DEL TEJIDO EMPRESARIAL ANDALUZ



8

POENCIAS



+650

EMPRESARIOS



NETWORKING

MÁS INFORMACIÓN >

www.andaluciamanagement.com



3 diciembre 2026



Palacio de Ferias y Congresos de Málaga



9.00h a 18.00h



DIGLO

SOLUION

Sage



Empresas

Andalucía
TRADE

Junta
de Andalucía

trelco

BCD

mapfre

málaga

Ciudad
de Málaga

eig

esic

Diputación Provincial
de Málaga

MálagaShoy

CHPA
KED



Andalucía Management



@amcongreso

LA CONSTRUCCIÓN NECESITA 12.000 PROFESIONALES EN MÁLAGA

Esta actividad afronta un déficit de entre 8.000 y 12.000 profesionales para atender la actividad actual y futura de la provincia, según la estimación de Jamena Construcciones. Esta empresa, con casi 40 años de trayectoria promoviendo viviendas de lujo, advierte de que la falta de mano de obra cualificada puede convertirse en «el principal freno» del mercado de la vivienda en la Costa del Sol. El problema afecta a numerosos oficios, desde albañiles, encofradores y ferrallistas hasta electricistas, fontaneros

y operadores de maquinaria. El sector registró 9.694 desempleados en julio, un 30% menos que hace cuatro años.



Sectores en alza

INNOVACIÓN

Las obras del futuro centro de semiconductores de IMEC en Málaga comenzarán en el primer trimestre de 2027. El proyecto moviliza una inversión pública de 500 millones de euros y contará con una sala blanca de 2.000 metros cuadrados para prototipado de chips de nueva generación. La infraestructura prevé generar 200 empleos directos y 500 indirectos, reforzando el posicionamiento de Málaga TechPark en microelectrónica e I+D.

AUTOMOCIÓN

La automoción acelera y electrifica el parque de vehículos malagueño. El sector recupera el ritmo en la provincia: 21.927 turismo y todoterrenos se han matriculado hasta agosto, un 10,2% más. Los vehículos híbridos, eléctricos y de gas representan el 74,5% de las ventas, mientras el diésel cae un 1,8%. Los eléctricos suman 2.519 unidades, un 42% más que hace un año.



AEROPUERTO



UNIVERSIDAD



EMPLEO



97.095

parados registrados en Málaga en Agosto

EXPORTACIONES



El aceite de oliva lidera las exportaciones agroalimentarias andaluzas entre enero y mayo.

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



Un verano turístico de crecimiento sostenido

Ya cayó casi en el olvido, pero el sector turístico malagueño termina el verano con un balance empresarial positivo y una demanda que, pese a mostrar signos de moderación en algunos indicadores, continúa en niveles elevados. Los hoteles de la provincia alcanzaron en agosto una ocupación del 92,85%, ligeramente superior al 92,15% de 2025. El mercado internacional aportó el 60,5% de los clientes.

Para las empresas vinculadas al turismo, la conectividad sigue siendo uno de los principales motores. El aeropuerto Málaga-Costa del Sol cerró agosto con 3,05 millones de

pasajeros, un 6,6% más que un año antes, y acumula 19,3 millones hasta agosto. El tráfico internacional creció un 7,1%.

El comportamiento del alojamiento muestra, además, un mercado cada vez más diversificado. En julio, las pernoctaciones hoteleras aumentaron un 1,7%, mientras las registradas en apartamentos turísticos crecieron un 29,8%.

También mejora la capacidad de gasto. En el segundo trimestre, Málaga contabilizó 3,1 millones de turistas, un 8,5% más, aunque la estancia media cayó un 5%. El gasto diario, en cambio, subió un 9,2%, hasta 103,4 euros.

La temporada deja así un escenario de elevada actividad para hoteles, restauración, transporte y servicios, con una demanda internacional especialmente dinámica. El reto empresarial se desliza ahora hacia la temporada media: AEHCOS prevé para septiembre una ocupación provincial del 88,6% y del 83% para octubre, todavía en niveles elevados, pero con la necesidad de mantener la actividad más allá de los meses clave.



DATOS DE INTERÉS



RENTABILIDAD

Los establecimientos hoteleros de la provincia elevaron en agosto un 5,8% sus ingresos por habitación disponible, hasta 188 euros, y la tarifa media diaria subió un 7,1%, hasta los 218,30 euros. Los ingresos mejoraron pese a los descensos registrados en viajeros y pernoctaciones.



VISITANTES

En julio, el turismo internacional mantuvo el protagonismo en Málaga: representó el 67,8% de los clientes hoteleros, frente al 32,2% nacional. Reino Unido, Alemania, Italia, Francia y Países Bajos lideraron los mercados emisores. En agosto, la demanda nacional ganó peso: durante la Feria alcanzó el 39,65% de los alojados.



EMPLEO

El turismo volvió a impulsar el empleo en Málaga durante la temporada alta. La provincia rozó los 790.000 afiliados en julio, con 8.710 incorporaciones en un mes y más de 31.000 en un año. En paralelo, la hostelería alcanzó en junio los 116.600 trabajadores, máximo histórico del sector.

ANDALUCÍA TRADE GLOBAL REGRESA A MÁLAGA EN NOVIEMBRE



Imagen de Andalucía Trade Global 2025 celebrado en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (Fycma).



S Los días 17 y 18 de noviembre Fycma acogerá Andalucía TRADE Global que contará con la participación de representantes de los 75 países en los que opera la Red Andalucía TRADE Internacional.

Se trata del mayor encuentro de comercio exterior de Andalucía, dirigido a facilitar nuevas oportunidades de internacionalización a las empresas de la comunidad. Los profesionales de la red, presente en los cinco continentes, mantendrán cientos de reuniones B2B con

compañías interesadas en conocer las posibilidades comerciales de cada mercado. Málaga ya acogió la cita en 2024, cuando se contabilizaron 1.179 encuentros empresariales.

El programa contará además con una zona expositiva y espacios para entidades financieras, empresas de logística y consultoras especializadas en internacionalización.

El encuentro se ampliará este año con una sesión de trabajo interno para la Red Andalucía TRADE Internacional, centrada en los incentivos a la internacionalización.

Málaga premia a ocho referentes

El Teatro Cervantes acogió el 17 de septiembre los Premios Ciudad de Málaga 2026, que reconocieron a ocho referentes locales.

Los galardones recayeron en Gran Hotel Miramar, Grupo Safamotor, Aganova, Juan Francisco Funes, Carlos Álvarez, Teléfono de la Esperanza, la iniciativa Pantallas Saludables y Fundación Aula del Mar Mediterráneo, distinguidos en turismo,

empresa, innovación, deporte, cultura, solidaridad, educación y sostenibilidad ambiental, respectivamente.



enbreve



250 AÑOS DE ABOGACÍA

El Colegio de Abogados de Málaga celebra el 9 de octubre su 250 aniversario regresando a la parroquia de los Santos Mártires, donde en 1776 tuvo lugar su primera Junta General, integrada por 21 abogados. La jornada incluirá una sesión conmemorativa y un concierto del Coro José Luis Rueda Peña. Por la noche, el Castillo de Gibralfaro acogerá un cóctel de gala de carácter benéfico para los colegiados.



40.000 TONELADAS

La campaña de mango en Málaga alcanzará este año unas 40.000 toneladas, con un valor de 60 millones de euros para los agricultores. La producción caerá un 30% respecto a 2025, ejercicio en el que se alcanzó el récord de 60.000 toneladas. Pese al descenso, Málaga mantiene un peso destacado ya que la provincia cuenta con más de 4.500 hectáreas de esta fruta, el 90% de la superficie andaluza.

SOSTENIBILIDAD

Greencities reúne a 2.400 asistentes en Málaga

Greencities 2026 cerró en Fycma con más de 2.400 asistentes, 80 municipios y 200 entidades representadas. El encuentro reunió a 115 ponentes, 70 empresas y organizaciones y cerca de treinta alcaldes. La edición coincidió por primera vez con el Congreso Smart City RECI y premió a la startup malagueña TECO Mobility por su sistema de bicicletas de alquiler mediante pago contactless.



INNOVACIÓN

Gateway Summit conecta startups e inversores

Gateway Summit 2026 reunió los días 1 y 2 de octubre en la Terminal de Cruceros de Málaga a startups, inversores, corporaciones e instituciones. El programa incluyó conferencias, talleres, reuniones de negocio, zona expositiva y una competición internacional de startups. IA, fintech, movilidad, ciberseguridad, turismo, economía azul y educación figuran entre los ámbitos que protagonizarán esta nueva edición del encuentro.



AGROALIMENTARIO

Gusto del Sur supera los 750 productos andaluces

Gusto del Sur continúa ampliando su presencia en el agro andaluz. El sello impulsado por la Junta alcanza ya 245 entidades y 752 productos adheridos. La marca busca identificar alimentos andaluces con calidad diferenciada y facilitar su promoción dentro y fuera de España. Desde su creación, ha incrementado progresivamente el número de empresas y referencias, reforzando especialmente su presencia en ferias y acciones comerciales.



Amupema reconoce diez años de liderazgo y talento empresarial femenino

El talento empresarial femenino sigue brillando. Amupema celebró en julio la décima edición de los Premios Empresaria Malagueña del Año, donde Rocío Fernández Barrientos, de CUIA, y Verónica Núñez Romero, de Alfar Tierra Cocida, fueron distinguidas en las categorías de Emprendimiento y Trayectoria respectivamente. En septiembre, la asociación entregó el XIV Galardón Victoria a Sandra García-Sanjuán, presidenta ejecutiva de Grupo Starlite, y distinguió a Mercedes "Nena" García Paine como Mujer Malagueña 2026.

De izq. a dcha: Sandra García-Sanjuán, de Starlite; María del Mar Solís, presidente de Amupema y Mercedes "Nena" García Paine



CÁMARA MÁLAGA

140 AÑOS AL SERVICIO DE LA PROVINCIA

La Cámara de Comercio de Málaga celebró el 20 de julio su 140 aniversario poniendo en valor su trayectoria y su compromiso presente y futuro con las empresas malagueñas con una nueva imagen conmemorativa y un programa de actos que se desarrollará hasta el próximo 23 de octubre.

**SE CELEBRA LA PRIMERA GALA DEL EXPORTADOR**

La Cámara de Comercio de Málaga celebró la primera Gala del Exportador, una cita que reunió a cerca de 200 representantes empresariales e institucionales coincidiendo con el tercer aniversario de HUB Málaga Export. Fueron premiadas Fumihogar, LY Company Group y Aninver.

LA CÁMARA SELLA SU ALIZANZA CON IMFE

La Cámara de Comercio y el IMFE impulsaron en junio un convenio por el que destinaron 225.000 euros a impulsar el emprendimiento y el autoempleo en la ciudad. El acuerdo, renovado por quinto año consecutivo, financiará los programas España Emprende Formación e Impulsa Startup.

SIMED CONECTA INVERSIÓN Y NEGOCIO INMOBILIARIO EN MÁLAGA

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



Simed, Salón Inmobiliario del Mediterráneo, reforzará en 2026 su dimensión internacional y las oportunidades de negocio vinculadas al sector residencial. Del 12 al 14 de noviembre, FYCMA reunirá en Málaga a empresas, administraciones, inversores y profesionales en una edición marcada por la colaboración público-privada, la inversión y la innovación aplicada. Entre sus grandes citas estarán el IV Encuentro Internacional de Vivienda Protegida, Social, Asequible y Colaboración Público-Privada; el

Punto de Encuentro ACP Málaga, con destacadas promotoras y gestoras del país para abordar los retos del mercado y el futuro de la vivienda, y el foro Living en Evolución para anticipar la evolución del mercado residencial. El Prime Homes Summit impulsará la conexión con operadores y clientes internacionales, mientras que la zona Innova será el espacio estratégico para acercar al sector nuevos modelos constructivos, soluciones tecnológicas e innovación. Todo ello alrededor de una zona expositiva de 10.800 metros cuadrados.



LUZ VERDE A LA AMPLIACIÓN DEL AEROPUERTO

El aeropuerto de Málaga-Costa del Sol recibirá 830 millones de euros para ampliar y modernizar sus instalaciones entre 2027 y 2031. La inversión, incluida en el nuevo DORA III, será la mayor destinada a un aeropuerto andaluz. Las actuaciones se centrarán principalmente en ampliar el área terminal, mejorar procesos operativos, calidad y seguridad, además de renovar el pavimento de las plataformas. Málaga concentrará aproximadamente dos de cada tres euros de la inversión aeroportuaria prevista para Andalucía durante este periodo regulatorio.

MÁLAGA
DOCKSPACE
COWORKING

Tu **coworking**
en el centro de
Málaga

mdscoworking.com

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



Cámara
Málaga





Alhaurín de la Torre, tres décadas en el epicentro del mapa metropolitano

Joaquín Villanova cumple 30 años al frente de una localidad que ha sabido responder a las necesidades de ciudadanía y empresas. Su progresión se ha basado en un crecimiento urbanístico ordenado, la apuesta por la movilidad sostenible y la mejora de la calidad de vida para atraer residentes e iniciativas empresariales.

Situado a 16 kilómetros de Málaga capital y 10 del aeropuerto, Alhaurín de la Torre supera los 45.000 habitantes y es ya referente en sostenibilidad, calidad de vida y apuesta por el emprendimiento. Al frente del municipio, Joaquín Villanova acumula tres décadas de alcaldía y siete mayorías absolutas. Su hoja de ruta combina la mejora de la movilidad, la optimización de recursos, el avance en infraestructuras y el desarrollo equilibrado de la vivienda. A los grandes proyectos estratégicos se suma ahora una transformación del centro urbano apoyada en fondos europeos, con nuevas dotaciones, espacios peatonales y equipamientos.

MOVILIDAD, EL GRAN DESAFÍO

Más de 30.000 vehículos se desplazan a diario por las carreteras de la localidad. Para avanzar hacia un transporte más sostenible se han impulsado mejoras en infraestructuras viarias y del transporte público, como la nueva vía que conecta la avenida de Santa Clara con la A-404, el desdoblamiento de la variante y la mejora de las conexiones metropolitanas con las líneas M-170 y M-135.

La llegada del metro a Alhaurín de la Torre continúa en la agenda institucional como prioridad. También se considera imprescindible el acceso norte al aeropuerto desde el enlace con Alhaurín de la Torre,

aprovechando la posición estratégica del municipio y la disponibilidad de suelo para usos metropolitanos y un posible gran aparcamiento disuasorio.

Pero la movilidad también afrontará una transformación en el centro urbano. La reurbanización y peatonalización de la avenida Isaac Peral incorporará un aparcamiento subterráneo de 133 plazas.

CIUDAD AEROPORTUARIA Y ÁREA METROPOLITANA

La Ciudad Aeroportuaria continúa siendo el proyecto más ambicioso de la actual legislatura. Se creará un gran espacio estratégico sobre casi cuatro millones de metros cuadrados, con

vocación empresarial y residencial y capacidad para atraer inversiones y generar empleo.

La iniciativa aprovecharía la ubicación del municipio para reforzar su papel dentro del área metropolitana. Su desarrollo está ligado a la mejora de las comunicaciones y a la generación de oportunidades económicas.

TRANSFORMACIÓN INTEGRAL DEL CENTRO URBANO

Junto a los grandes proyectos metropolitanos, Alhaurín de la Torre prepara una gran transformación urbana. El Plan de Actuación Integrado 'Alhaurín de la Torre. De Vuelta al Origen' movilizará más de 15 millones de euros, con una aportación europea FEDER de 10,54 millones, para revitalizar el centro histórico y mejorar espacios públicos y equipamientos.

Una de las actuaciones más destacadas será el aparcamiento subterráneo y la reurbanización de la avenida Isaac Peral. A ello se sumará la reurbanización y peatonalización de la calle Punto Industrial y de la plaza Alcalde Antonio Vega González. El objetivo es articular una gran 'Supermanzana Central' que conecte Isaac Peral, calle Ermita, avenida de España, Punto Industrial y la plaza del Ayuntamiento.

El programa contempla la reforma integral del Mercado Municipal, con mejoras de accesibilidad y eficiencia energética. También se rehabilitará y ampliará la Casa de la Juventud, donde estará la sede de un Polo Digital de innovación y apoyo a nuevos proyectos empresariales.

INFRAESTRUCTURAS, RECURSOS Y VIVIENDA

La gestión del agua y la protección frente a inundaciones constituyen otro de los grandes retos. El Ayuntamiento sigue mejorando la red de saneamiento desde Aquaforum y con proyectos de protección hidráulica. Se suma el futuro estanque de tormentas previsto el arroyo Blanquillo para



Joaquín Villanova,
alcalde de Alhaurín de la Torre.

reducir el riesgo de inundaciones y riadas.

La eficiencia energética y la modernización de las infraestructuras municipales completan esta línea de actuación. En paralelo, la vivienda se sitúa entre las prioridades de futuro, con el objetivo de incrementar el suelo disponible para vivienda pública y protegida.

La mejora de servicios y equipamientos sociales forma parte de esta estrategia. Destaca la futura

residencia pública para personas mayores en Huerta Alta que amplía la oferta de atención especializada en el municipio.

El objetivo último es seguir haciendo de Alhaurín de la Torre un municipio con capacidad para crecer sin perder calidad de vida: mejor conectado con Málaga y el aeropuerto, con nuevos espacios para el empleo y la innovación, un centro urbano más accesible y una red creciente de equipamientos culturales, sociales y deportivos.

CULTURA, TALENTO Y EMPRENDIMIENTO

La apuesta por el talento y la actividad económica se apoya en un ecosistema empresarial que cuenta con el vivero municipal de empresas. Tras una década funcionando ha conseguido impulsar a 190 emprendedores, con una supervivencia cercana al 80%. A esta red se suma la modernización del Centro de Formación y Empleo Jabalcuza I, así como el futuro Polo Digital, que ampliará la oferta de

apoyo a iniciativas vinculadas a la tecnología y la innovación.

La cultura contará también con un nuevo impulso gracias al Teatro Municipal. Este equipamiento permitirá ampliar la programación y atraer espectáculos de ámbito metropolitano y reforzará la actual programación cultural.

El crecimiento de la red de equipamientos se extiende al deporte. El municipio continuará

modernizando sus instalaciones con actuaciones como el Pabellón Polideportivo Alberto Díaz o la ampliación del complejo de pádel Francis Ceballos.





126 MILLONES Y 160.000 ASISTENTES

FYCMA afronta el último trimestre de 2026 con una treintena de eventos y una previsión superior a 160.000 asistentes, un 8% más que el año anterior. La programación generará un impacto económico estimado de 126 millones de euros en Málaga. Tecnología, salud, vivienda, empresa, sostenibilidad y talento protagonizarán una agenda que incluye grandes encuentros nacionales e internacionales.

MÁLAGA CELEBRA SU SEMANA DE LA ARQUITECTURA

El Colegio de Arquitectos de Málaga celebra un año más del 2 al 9 de octubre la XVII Semana de la Arquitectura. La programación incluye visitas guiadas a edificios, rutas y actividades gratuitas para acercar la arquitectura a la ciudadanía. Entre las propuestas figuran proyectos premiados, talleres familiares y recorridos patrimoniales.



VUELVE A MÁLAGA. San Diego Comic-Con Málaga regresó del 1 al 4 de octubre a Fycma con más de 300 horas de programación, grandes figuras internacionales y actividades de cine, series, cómic, anime y videojuegos.

El Puerto de Málaga licita su mayor ampliación logística, el Muelle 8



El Puerto de Málaga afronta su principal ampliación logística con la creación del muelle 8 y la prolongación del muelle 9. La actuación, licitada por

48,3 millones de euros, incorporará más de 70.000 m² de superficie operativa y permitirá atender simultáneamente dos grandes portacontenedores y

buques Panamax de hasta 80.000 toneladas. El proyecto, con 27 meses de ejecución, responde al crecimiento del tráfico de mercancías. Durante el primer semestre de 2026, el recinto movió 3,08 millones de toneladas, un 13% más. Los contenedores alcanzaron 2,24 millones de toneladas y las exportaciones crecieron un 226%, reforzando la necesidad de ganar capacidad en los próximos años.

AUTÓNOMOS BAJO PRESIÓN

Mantener abierto un pequeño negocio en Andalucía supone unos costes estructurales de 30.960 euros anuales, según un análisis de UPTA España. La cifra equivale a 2.580 euros mensuales y unos 108 euros por cada jornada de apertura, antes de que el autónomo obtenga ingresos para sí mismo. El alquiler del local es el mayor desembolso, con 1.100 euros mensuales. Junto con la cotización al RETA y la electricidad, estos tres conceptos concentran el 64% de los costes.



Sabor a Málaga acerca ocho empresas agro al mercado japonés

Ocho empresas malagueñas participaron en julio en una misión comercial en Tokio impulsada por Sabor a Málaga y la Cámara de Comercio. La delegación presentó vinos, aceites, aceitunas, encurtidos, frutos secos y carne caprina ante importadores y distribuidores japoneses. El programa incluyó reuniones comerciales, degustaciones y visitas a canales de distribución.



Representantes de Trafrut Cano, Bodega Carpe Diem, Bodega Kieninger, Agammasur, Aceites Málaga, Aceitunas y Encurtidos Bravo, Almondrea del Sur y Chivo de Canillas durante la misión comercial.

EL HOSPITAL PASCUAL ABRIRÁ SUS CONSULTAS EN NOVIEMBRE



El antiguo Hospital Pascual de Málaga comenzará a recibir pacientes en la segunda quincena de noviembre, tras una inversión de 6,5 millones de euros. La primera fase permitirá abrir 16 consultas externas y una Unidad de Continuidad Asistencial. La segunda fase está prevista para el primer trimestre de 2027. El centro contará con 259 profesionales y ampliará la atención a pacientes crónicos.



SE HA REALIZADO UNA INVERSIÓN DE 6,5 MILLONES DE EUROS

Marbella aprueba su PGOM cuarenta años después. El primero de la LISTA



Marbella ha aprobado definitivamente su nuevo PGOM, que eleva el suelo urbano de unos 40 a 53 millones de m² y sustituye la ordenación general vigente desde 1986. El plan reserva un 20% de edificabilidad para vivienda asequible en suelo urbano y prevé nuevas zonas

verdes, conexiones viarias y espacios para actividad económica. También reserva suelo para una futura conexión ferroviaria y establece un nuevo marco para avanzar en la ordenación de unas 18.000 viviendas afectadas por irregularidades urbanísticas.

Más de 3.000 profesionales en el 55º Congreso Sepes

Málaga ha acogido del 8 al 10 de octubre el 55º Congreso Internacional Odontológico SEPES en Fycma. La cita ha reunido a cerca de 3.000 profesionales de España y más de veinte países, doce años después de su última edición en la ciudad. El programa ha contado con más de 70 expertos y una exposición comercial con más de 60 empresas.



ALQUILAR CUESTA MÁS



Alquilar una habitación en Málaga cuesta ya 550 euros mensuales, tras subir un 10% interanual en el segundo trimestre de 2026. Es el mayor incremento entre las ciudades españolas analizadas por HousingAnywhere. Málaga supera ampliamente a Sevilla, con 390 euros, y se acerca a Madrid, con 600 euros.

LA HUELLA CONSULAR DE MÁLAGA



Málaga recoge en un libro casi cuatro siglos de historia consular, desde 1641 hasta 2026. La publicación, coordinada por Rafael Pérez Peña y editada por el Ayuntamiento, actualiza la evolución de la presencia diplomática en la provincia, que cuenta actualmente con 55 consulados acreditados.

La fotónica internacional, a debate en Málaga

Más de 60 directivos internacionales de fotónica y microelectrónica han conocido las infraestructuras y el



ecosistema empresarial de Málaga TechPark durante una visita vinculada al Optica Global Photonics Economic Forum 2026. La delegación conoció especialmente el futuro centro de I+D de semiconductores de imec, que dispondrá de 60 máquinas avanzadas para investigar y desarrollar prototipos de microchips. También se presentaron las capacidades del parque en fotónica, tecnología cuántica, IA y microelectrónica.

La Diputación destina 32 millones a los municipios

La Diputación de Málaga prepara un nuevo Plan de Asistencia Económica Municipal de 32 millones de euros. Del total, 17 millones se repartirán entre los 103 municipios y las dos entidades locales autónomas, con cantidades de entre 100.000 y 400.000 euros según población. Otros 15 millones procederán del Patronato de Recaudación y se distribuirán entre los municipios integrados en este organismo. En



2026, los ayuntamientos malagueños ya han recibido 93,7 millones de euros de la institución provincial.

15 AÑOS DE LA PASARELA LARIOS

Pasarela Larios Málaga Fashion Week celebró los días 25 y 26 de septiembre su decimoquinta edición. La calle Marqués de Larios reunió a diecisiete firmas y diseñadores procedentes de España, Emiratos Árabes Unidos y Marruecos. Uno de sus principales protagonistas fue a Ángel Schlessner, distinguido este año con el Alfiler de Oro, también se reconoció a La Gioconda Novias por sus veinte años de trayectoria y la profesionalidad de las modelos con el Galardón Kapyderm 2026. La programación continuó con actividades en otros espacios de Málaga y culminó el 7 de octubre con la Pasarela Contra el Cáncer de Mama.



AGOSTO DISPARA EL TRÁFICO AÉREO

El Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol cerró agosto con 3.050.841 pasajeros, un 6,6% más. El tráfico internacional impulsó este crecimiento, con 2,56 millones de viajeros y un avance del 7,9%. Entre enero y agosto, la terminal acumuló 19,3 millones de pasaje-

ros, también un 6,6% más. Reino Unido se mantuvo como principal mercado extranjero, seguido por Alemania, Italia, Francia y Países Bajos. Ha sido un mes de intensa actividad para la terminal malagueña.



10 millones de espectadores



La primera edición europea de Premios Juventud, celebrada en Starlite Marbella, alcanzó una audiencia conjunta de 10 millones de espectadores en Estados Unidos, México y España. La semana de PJ Fest sumó 673 millones de interacciones multiplataforma. Además, la programación llegó a más de 150 países.

¿POR QUÉ NO EXPORTAMOS MÁS?

Curro Rodríguez.

Fundador y Presidente de Ly Company Group / Autor de El Aprendedor



Llevo veinte años exportando desde Andalucía a más de cincuenta países: Arabia Saudí, Camerún, República Dominicana, USA, Turquía, UE, etc. Cuando lo cuento en Madrid o en Miami, la reacción suele ser la misma: sorpresa. Como si Andalucía solo supiera vender sol y playa. Ese es precisamente el problema: nos hemos instalado en la comodidad del turismo y hemos dejado de mirarnos como lo que también somos, una plataforma industrial y logística con vocación exportadora.

Los números no mienten. Andalucía tiene puertos estratégicos, mano de obra cualificada, un clima que permite producir todo el año y una posición geográfica que la convierte en la puerta natural de Europa hacia África y hacia el Atlántico. He construido operaciones en más de 10 países partiendo de Málaga, no a pesar de Málaga. Eso no es una anécdota personal, es una prueba de concepto que la región entera debería estar replicando a escala.

Y sin embargo, seguimos midiendo el éxito económico andaluz en pernoctaciones hoteleras. El turismo es una industria legítima y da de comer a cientos de miles de familias, pero es también una trampa cómoda: genera ingresos rápidos, visibles, fáciles de anunciar en rueda de prensa, y desincentiva la inversión paciente que requiere montar una planta, certificar un producto para exportación o abrir mercado en Oriente Medio. Exportar cuesta años. Un hotel llevo se nota en un trimestre.

La Junta ha hecho bien en apostar por la marca Andalucía puertas afuera, pero la ambición institucional tiene que ir más allá de las ferias de turismo y meterse de lleno en las ferias industriales, en las misiones comerciales a África subsahariana, en los acuerdos bilaterales que hoy se firman en Madrid pensando en Cataluña o el País Vasco y casi nunca en el sur. Andalucía tiene el octavo PIB regional de España y es más poblada que la mitad de los países del mundo, si fuera un país estaría en el puesto 105 de 195 y solo en Europa hay 28 países con menos población; y sigue estando infra-representada en los consejos donde se decide la política comercial exterior.

Exportando a 4 continentes aprendes que ningún mercado se abre solo. Se abre a base de aranceles negociados, de registros sanitarios tramitados con paciencia, de embajadas que responden al teléfono y de empresarios dispuestos a pasar más tiempo en un aeropuerto que en una terraza o jugando al pádel. Andalucía tiene el talento para hacerlo. Lo que le falta es que dejemos de conformarnos con ser el destino de vacaciones de Europa y empecemos a exigir ser también su despensa, su fábrica y su puerta a otros continentes.

El día que midamos el éxito andaluz en contenedores exportados con la misma pasión con la que lo medimos en turistas alojados, esta región dejará de pedir permiso para crecer.

Málaga muestra su apoyo a Ceuta. Miles de personas participaron el 2 de septiembre en una concentración en Málaga en apoyo a Ceuta. La Policía Nacional estimó 50.000 asistentes, mientras la Policía Local elevó la cifra hasta entre 120.000 y 140.000. El acto contó con representación institucional.



LA EMT SUMA 34 NUEVOS MEGABUSES HÍBRIDOS

La Empresa Malagueña de Transportes (EMT) incorpora 34 megabuses híbridos tras una inversión de 16,15 millones de euros. Los vehículos, con capacidad para 150 pasajeros, prestarán servicio en las líneas con mayor demanda. La renovación reduce la edad media de la flota a 8,5 años. Antes de finalizar 2026 está prevista la llegada de otros 16 autobuses.

PLAN DE PRIMERA OPORTUNIDAD

La Diputación de Málaga destina 1,7 millones de euros a una nueva edición del Programa Primera Oportunidad, que facilitará la contratación de cien jóvenes universitarios y titulados de FP. Desde 2016, la iniciativa ha generado 775 contratos y suma una inversión de 12,88 millones. La mitad de los participantes continúa trabajando en las empresas tras finalizar las ayudas públicas. Estas diez convocatorias han sido posibles gracias a la colaboración de UMA, CEM y UNED.

Tres alumnos de la UMA llevan su tecnología blockchain hasta Singapur



Estos tres estudiantes han sido seleccionados en Blockchain for Good, un hackathon en el que los participantes desarrollan soluciones tecnológicas para mejorar la transparencia y

trazabilidad de las donaciones de las ONG.

En el encuentro, celebrado el 24 y 25 de septiembre en el Edificio Green Ray, los equipos trabajaron en herramientas basadas

en blockchain capaces de registrar necesidades verificadas, la trazabilidad de las donaciones y acreditar la entrega de las ayudas, protegiendo los datos de los beneficiarios.

Los tres seleccionados, de un total de 140 solicitudes, representarán a la UMA en la final del Web3 Week Hackathon en Singapur. La iniciativa está vinculada a la Cátedra FinTech de la Universidad de Málaga.



Windup, el motor de IA que integra:

Marketing, Talento y Datos
para acelerar tu crecimiento



Tu partner en soluciones digitales.

¿Hablamos?

windup.es | +34 951 718 640 | Málaga

DE COMPETIDOR A CONSEJERO DELEGADO

ENRIQUE COLILLES COGE EL TIMÓN DE FRUTAS MONTOSA

 **MARÍA J. SÁNCHEZ / DAVID DELGADO**

La llegada de Enrique Colilles como consejero delegado abre un nuevo ciclo en la compañía fundada por José Luis Montosa. Con 700 empleados, unos 150 millones de facturación y Mercadona como socio comercial clave, la empresa quiere volver a crecer. El objetivo que se marca su nuevo CEO es ambicioso: superar los 350 millones de euros en cinco años.



Hay regresos que tienen algo de vuelta a casa. Después de 26 años vinculado a Trops y dos temporadas trabajando en Portugal, Enrique Colilles vuelve a la Axarquía. Lo hace, sin embargo, por una puerta distinta. El que durante buena parte de su trayectoria fue uno de los grandes competidores de Frutas Montosa ocupa ahora el despacho de consejero delegado de la compañía.

El movimiento abre una nueva etapa en una de las empresas agroalimentarias más importantes de Málaga. José Luis Montosa, fundador y alma de la compañía durante cuatro décadas, da un paso al lado en la gestión diaria y entrega buena parte del timón a alguien a quien conoce precisamente por haberlo tenido durante muchos años enfrente.

“Llevamos 26 años conociéndonos”, explica Colilles. Había buena relación entre ambos, aunque sus responsabilidades hacían imposible cualquier colaboración: “Yo

veía que esta era una buena empresa que siempre quería ir un paso por delante”. Desde dentro, dice, esa percepción no ha cambiado. Más bien al contrario. Lo que más le ha sorprendido ha sido el nivel del equipo que encuentra y la capacidad que, a su juicio, todavía puede desarrollar.

El diagnóstico de partida es singular. Montosa lleva aproximadamente cinco años sin crecer, pero tampoco ha retrocedido en un mercado que sí lo ha hecho con fuerza. La compañía ha mantenido operaciones, rentabilidad y posición competitiva. Para el directivo, esa resistencia revela que existe una estructura sobre la que construir. Y ahora toca crecer.

Montosa cuenta actualmente con alrededor de 700 empleados y unos 150 millones de euros de facturación. El nuevo CEO cree que 2026 podría terminar acercándose a los 170 o 180 millones. Donde sí coloca una referencia clara es a medio plazo: “A cinco años me gustaría estar por encima de los 350 millones”.



DEL FUNDADOR AL EQUIPO

No llega para desmontar el organigrama, sino para conseguir que una estructura ya profesionalizada gane autonomía. Durante décadas, muchas de las decisiones terminaban pasando por José Luis Montosa. El nuevo esquema pretende repartir ese peso entre los profesionales de la casa y articular un comité de dirección con capacidad real de decisión.

Es, en cierto modo, el paso de una empresa dirigida por su fundador a una empresa dirigida por una organización. “Mi rol debe ser el de facilitador”, explica. La propiedad seguirá estando claramente definida, pero la gestión cotidiana debe descansar totalmente en el equipo de profesionales.

PRODUCCIÓN

10.000

MILLONES DE KILOS DE GUACAMOLE AL AÑO
(50.000 millones de tarrinas)

FACTURACIÓN ACTUAL

150

MILLONES DE EUROS
(PREVISIÓN DE 350 EN CINCO AÑOS)

EMPLEADOS

700

TRABAJADORES

RED DE PRODUCTORES

1.000

AGRICULTORES
EN DIFERENTES PAÍSES



«En Trops se podían tener 5.000 socios. Aquí tenemos dos. Es mucho más fácil explicar algo a dos personas que a 5.000.»

El directivo conoce bien lo diferentes que pueden ser las estructuras empresariales. Ha pasado en pocos años por una cooperativa como Trops, por un proyecto participado por tres family offices y, ahora, una empresa familiar. Y resume parte de esas diferencias con una frase: **“La agricultura es agricultura. No puedes diseñarla en una hoja de cálculo a 30 años”**. En el campo, una desviación del 20% en producción puede entrar dentro de lo razonable; en determinadas industrias, una del 0,1% puede encender todas las alarmas.

Su nueva estructura de gobierno tiene, además, una diferencia evidente frente al modelo cooperativo: **“En Trops se podían tener 5.000 socios. Aquí tenemos dos.** Es mucho más fácil explicar las cosas a dos personas

que a 5.000”. Una decisión estratégica que en una cooperativa puede requerir meses o años, señala, aquí puede resolverse en días.

MERCADONA, MUCHO MÁS QUE UN CLIENTE

Hay una pieza que seguirá siendo central en el negocio y que el directivo vasco resume sin rodeos: **“Nuestro foco es Mercadona”**. La compañía lleva más de dos décadas vinculada a la cadena valenciana. Montosa aporta inversión y capacidad industrial; Mercadona, estabilidad y una planificación que permite ajustar producción y costes. “Si uno se vincula a Mercadona, tiene que hacerlo con todas las consecuencias”.

La relación se entiende bien a través del guacamole. Montosa lo

fabrica en exclusiva para Mercadona en España desde hace más de veinte años y el producto ha alcanzado tal penetración que Colilles lanza una afirmación rotunda: “En España, el sabor del guacamole es el sabor de Mercadona, que es el de Montosa”.

Pero Mercadona no ocupa todo el mapa. La compañía quiere acompañar “a tope” a la cadena y, paralelamente, ganar peso fuera de España. Francia es hoy su principal mercado exterior para el aguacate, aunque ve recorrido especialmente en el norte de Europa.

TODO AL AGUACATE

Montosa tampoco quiere llenar la cesta de productos. Al contrario: pretende ser cada vez más especialista en aguacate. Las cifras explican por qué. Europa ha pasado de consumir unos 180 millones de kilos a superar los 1.200 millones en veinte años. La empresa axárquica mueve alrededor de 40 millones entre fresco y guacamole.

Para mantener suministro durante todo el año trabaja con “los mejores orígenes en cada momento: España, Perú, Sudáfrica, Colombia, Chile, Israel o Kenia. Pero la procedencia no lo es todo: “Somos responsables con el consumidor y sabemos que el aguacate que compra está bueno”.

La calidad aparece así como la clave del crecimiento. Y también explica por qué Montosa está invirtiendo en tecnología para intentar conocer qué ocurre dentro de cada aguacate antes de que llegue al consumidor.

Más de 10 millones al año en tecnología

Una tarrina de guacamole esconde bastante más tecnología de la que parece. Una vez envasado, el producto se somete a presiones de hasta 6.000 bares, un proceso que permite reducir la carga microbiológica y alargar su conservación sin añadir conservantes. Es solo un ejemplo del peso que tiene la tecnología en Montosa. Según Enrique Colilles, la compañía cuenta con la mayor capacidad de alta presión de la industria alimentaria española y mantiene un ritmo de inversión superior a los 10 millones de euros anuales.



Ver el aguacate por dentro sin abrirlo

Saber si un aguacate está bueno antes de abrirlo sigue siendo uno de los grandes problemas del producto. Montosa trabaja ahora en una tecnología que pretende conocer el estado de la pulpa sin cortar ni dañar la fruta, detectar posibles defectos y anticipar cómo evolucionará.

La compañía está realizando una inversión millonaria en un sistema procedente de otros sectores y que ahora quiere aplicar al negocio agroalimentario. El objetivo no es cobrar más por el aguacate, sino eliminar uno de los principales motivos de frustración del consumidor: comprar una pieza aparentemente perfecta y descubrir al abrirla que no lo está.

Para Colilles, resolver esa incertidumbre tendría además un efecto directo sobre las ventas. Lo resume en una frase: "Si aseguras que tu aguacate está bueno, creces sí o sí".



Marta Sanjuan y Enrique Colilles.

DE 150 A 350 MILLONES

El salto que plantea Montosa se entiende mejor en cifras. Para superar los 350 millones en cinco años habrá que vender más, pero también estar preparados para producir más. La compañía destina más de diez millones de euros al año a instalaciones, tecnología y mejora de procesos y considera que su estructura tiene margen para asumir un volumen muy superior.

El cuello de botella, sostiene su nuevo responsable, puede estar más en vender ese volumen que en producirlo. La ecuación pasa por crecer junto a Mercadona, abrir más mercado en Europa y garantizar suministro durante los doce meses del año.

Y para eso primero hay que tener aguacates. Montosa cuenta con personal propio en los países de origen. "No se trata de visitar periódicamente a los proveedores: son personas que viven allí, siguen las cosechas y conocen en tiempo real qué está ocurriendo". Esa presencia permite reaccionar ante una mala campaña, un problema meteorológico o un cambio en la producción y buscar alternativas con rapidez. En palabras del directivo, permite "tener el pulso del origen".

Enrique Colilles, consejero delegado de Montosa, junto a Marta Sanjuan, directora general de la compañía.

«La agricultura es agricultura. No puedes diseñarla en una hoja de cálculo a 30 años»

«En España el sabor del guacamole es el sabor del de Mercadona, que es el de Montosa»



EL AGUA, LA OTRA COSECHA PENDIENTE

Pero hablar de aguacate en la Axarquía conduce inevitablemente al agua. Y aquí el discurso sale de las paredes de Montosa. El directivo considera que la comarca produce, en su momento óptimo, un aguacate de extraordinaria calidad y sabor, pero la falta de reservas hídricas ha provocado una fuerte merma de la producción y una pérdida de posición en el mercado. "Podríamos tener mucha más producción de aguacate aquí en la comarca sin que sufriera el resto de sectores económicos".

Después de décadas hablando de sequía, Colilles considera que el problema ya no puede atribuirse únicamente a que llueva más o menos. También es, sostiene, una cuestión de infraestructuras. Su planteamiento pasa por combinar agua desalada, regenerada y de lluvia para disponer de reservas suficientes durante los ciclos secos.

No habla solo desde la teoría. Participó en una propuesta de iniciativa privada para garantizar agua y electricidad a la zona que finalmente no salió adelante. Y no parece dispuesto a volver a intentarlo: "Esa batalla la he abandonado", reconoce.



Mercado inmobiliario

VIVIENDA EN MÁLAGA: ¿UN CICLO ATÍPICO?

El sector atraviesa una etapa compleja con indicativos contradictorios: mientras los precios marcan máximos históricos, las compraventas y la rentabilidad empiezan a flaquear. Promotores, economistas y arquitectos coinciden en el diagnóstico.  **MARÍA J. SÁNCHEZ**

Hace siete años, esta revista titulaba “El sector renace”, un reportaje sobre el mercado inmobiliario malagueño. Era octubre de 2019 y Málaga volvía a llenarse de grúas tras una crisis que había paralizado promociones y dejado por el camino buena parte del tejido empresarial nacido al calor del ciclo anterior.

El comprador internacional regresaba, los proyectos y los visados crecían. Pero ya entonces empezaban a apuntarse algunos de los factores que hoy definen el mercado: escasez de suelo, incremento de los costes de construcción y falta de mano de obra cualificada.

De aquella fotografía a la actual hay un salto notable. Málaga no solo se recuperó: se disparó. La provincia

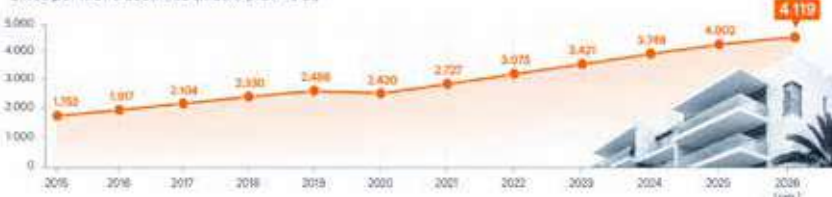
alcanza un precio medio de 4.119 euros por metro cuadrado y en la capital la vivienda acumula una revalorización del 135% desde los mínimos posteriores a la crisis.

Y, sin embargo, algo empieza a moverse en sentido contrario. Las compraventas pierden fuelle, la rentabilidad del alquiler cae y una parte creciente de la población contempla el mercado desde la barrera.

La falta de suelo finalista, los costes, los plazos administrativos y la financiación dificultan que la oferta pueda responder al ritmo de la demanda

El precio de la vivienda en Málaga

Euros por metro cuadrado (media provincial)



Fuente: Fotocasa



LOS PRECIOS NO CEDEN

El mercado empieza a dar síntomas de moderación, pero todavía no se evidencia en los precios. La escalada pierde intensidad -el crecimiento interanual ha pasado del 16,6% de enero al 7,5% de septiembre-, aunque la vivienda continúa encareciéndose.

Cristina Arias, directora del Servicio de Estudios de **Tinsa** by Accumin, sitúa detrás de esa resistencia una combinación conocida: fuerte crecimiento de la población y escasez de oferta residencial. Mientras la demanda siga encontrándose con un parque insuficiente de viviendas, la presión sobre los precios permanece incluso cuando las compraventas empiezan a desacelerarse.

El efecto se traslada directamente al bolsillo. A nivel nacional, los hogares destinan ya el 35% de su renta disponible al primer año de hipoteca. En polos de empleo y destinos turísticos como Málaga, ese esfuerzo supera en numerosos casos el 50% de la renta disponible de un hogar medio.

MENOS OPERACIONES, MISMO PROBLEMA

Que los precios sigan subiendo no significa que se venda más. Málaga cerró el primer semestre de 2026 con un 4,5% menos de compraventas que en el mismo periodo del año anterior. El contraste es significativo: en el primer semestre de 2025 las

operaciones habían aumentado un 11,5% respecto a 2024.

Juan Manuel Rosillo, presidente de la **Asociación Provincial de Constructores y Promotores de Málaga** (ACP), habla de “una normalización del mercado y no de un cambio de ciclo”. Entre las razones apunta también a unas entidades financieras que trabajan con “criterios mucho más prudentes” tras la “financiación descontrolada” de la década pasada.

Javier Font, secretario del **Colegio de Economistas de Málaga**, pone el foco en algo más sencillo: el precio está reduciendo por sí mismo el número de compradores capaces de acceder al mercado. “Está tan

disparado que es normal que cada vez sean menos las personas que puedan comprar vivienda. Hay muy poca oferta, por no decir prácticamente nula, y hay muchísima demanda", sentencia.

El problema vuelve así al punto de partida: la oferta. La ACP calcula que Málaga arrastra un déficit superior a las 70.000 viviendas. "Y esa cifra seguirá creciendo si no agilizamos el suelo", apunta Juan Manuel Rosillo.

COMPRADORES FUERA DE JUEGO

La escalada de precios está reduciendo el margen de elección de quienes quieren acceder a una vivienda. Cuando el presupuesto no alcanza para el inmueble deseado, una parte de la demanda se ve obligada a rebajar sus expectativas o queda directamente fuera del mercado.

La consecuencia va más allá de quién puede o no comprar una casa. Font pone como ejemplo a opositores o médicos recién especializados que terminan escogiendo destino no "donde quieren, sino donde pueden pagar".

Desde la ACP advierten de que la dificultad de acceso a la vivienda "acabará afectando a la competitividad económica, la atracción de talento y la cohesión social" si

persisten la incertidumbre regulatoria y la lentitud administrativa.

Se configura así un mercado capaz de mantener una demanda elevada, pero que al mismo tiempo deja fuera a una parte creciente de quienes quieren vivir y trabajar en Málaga.

CUANDO ALQUILAR TAMPOCO COMPENSA TANTO

Hay una última pieza a tener en cuante: el extraordinario incremento del precio de compra no está

suponiendo una mejora equivalente para quien adquiere una vivienda como inversión.

La rentabilidad bruta del alquiler se situó en Málaga en el 4,2% durante el segundo trimestre de 2026, la más baja de Andalucía. La media regional alcanza el 4,9% y la nacional, el 5,7%. Cinco años atrás Málaga ofrecía un 4,9%.

María Matos, directora de Estudios de **Fotocasa**, resume la causa: "El fuerte incremento del precio de compra y la desaceleración



▶ Una década en montaña rusa

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE COMPRAS EN LA PROVINCIA



Las compraventas ofrecen una fotografía muy diferente. Málaga pasó de 24.553 operaciones en 2015 al máximo de 41.631 en 2022. La pandemia provocó el gran paréntesis, con 23.265 operaciones en 2020, y después llegó un rebote extraordinario. Tras el máximo de 2022, el mercado retrocedió con fuerza en 2023 y ha recuperado parte del terreno: 2025 cerró con 36.806 compraventas.

de los arrendamientos han reducido progresivamente el rendimiento bruto de la inversión”.

El inversor necesita, por tanto, mucho más dinero para comprar un inmueble, mientras las rentas no aumentan al mismo ritmo. Esta ecuación estrecha los márgenes y resta atractivo especialmente al pequeño inversor.

Precio, compraventas y rentabilidad terminan así moviéndose en direcciones diferentes. Y detrás de las tres variables aparece una misma cuestión: Málaga necesita más vivienda. La dificultad está en cómo producirla, a qué ritmo y, sobre todo, a qué precio.

El precio disparado de la vivienda reduce la rentabilidad del alquiler: Málaga ya es la provincia andaluza menos rentable para invertir

EL PRECIO DE DIEZ AÑOS DE ESCALADA

La evolución de la última década permite medir la dimensión del cambio. El valor de tasación de la vivienda en la provincia de Málaga ha pasado de 1.246 euros por metro cuadrado en 2015 a 2.703 euros en 2026. Solo durante el último año el incremento alcanza el 15,05%. Traducido a una vivienda de 90 metros cuadrados, el valor medio se sitúa ya en torno a 243.000 euros.



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



CONSTRUIR MÁS... ¿PERO CÓMO?

Si hay una idea que atraviesa prácticamente todos los diagnósticos sobre el mercado inmobiliario malagueño es que faltan viviendas. Pero entre identificar el problema y resolverlo hay una distancia considerable. Construir más exige suelo disponible, trámites más ágiles, financiación, empresas capaces de ejecutar las promociones y unos costes que permitan que el producto final encuentre comprador.

La provincia arrastra, según la ACP, un déficit superior a las 70.000 viviendas. Y la respuesta de la oferta sigue lejos de cubrir esa necesidad, especialmente en el segmento de vivienda asequible.

El problema tampoco parece tener una solución inmediata. Las medidas destinadas a generar nuevo suelo necesitan años antes de traducirse en viviendas terminadas. Mientras tanto, el crecimiento de la población y la demanda continúan presionando sobre un parque residencial insuficiente.

La crisis de 2008 endureció el acceso a financiación para nuevas promociones inmobiliarias

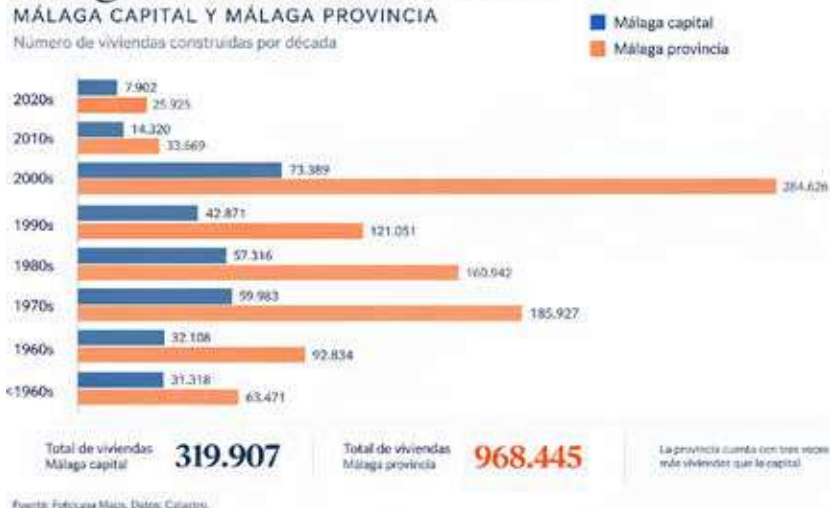
Savills puso números al desafío: Málaga capital debería duplicar su producción anual, desde unas 4.000 hasta 8.000 viviendas, para contener la presión sobre los precios. Su director en Andalucía, José Félix Pérez-Peña, lo resumió de forma rotunda: "El problema de la vivienda en la ciudad irá a más a corto plazo".

Pero construir el doble no depende de accionar una sola palanca. Hay al menos cinco piezas que explican por qué la oferta no consigue seguir el ritmo de la demanda.

Antigüedad de las viviendas

MÁLAGA CAPITAL Y MÁLAGA PROVINCIA

Número de viviendas construidas por década



1

Falta suelo listo para construir

El sector reclama más suelo, pero no basta con que exista sobre el plano. El verdadero cuello de botella está en disponer de terrenos urbanizados y preparados para levantar viviendas. Desde el Colegio de Arquitectos de Málaga reclaman activar los procedimientos administrativos y actualizar el planeamiento para conseguir que el suelo previsto termine convirtiéndose en suelo finalista. Los promotores comparten el diagnóstico. Para la ACP, agilizar la puesta en carga de nuevos suelos resulta imprescindible para empezar a reducir un déficit residencial que, de mantenerse el ritmo actual, continuará aumentando.



2 Construir es cada vez más caro

A la escasez de suelo se suma el encarecimiento de los materiales, los salarios y la propia construcción. Pero el coste de una vivienda empieza mucho antes de colocar el primer ladrillo. Desde el Colegio de Economistas añaden a la ecuación la carga fiscal y los costes que se acumulan durante las diferentes fases de una promoción, desde la adquisición y desarrollo del suelo hasta la entrega de las llaves.

Javier Font lo resume gráficamente: "Cada gestión, cada proceso y fase es un granito más que le vamos

metiendo al metro cuadrado". Al final, buena parte de ese sobrecoste termina trasladándose al precio que paga el comprador.



3 Los plazos también cuestan dinero

Planeamiento, licencias y coordinación entre administraciones aparecen de forma recurrente cuando el sector explica por qué la oferta no responde con suficiente rapidez a la demanda. Desde el Colegio de Arquitectos insisten especialmente en la necesidad de coordinación institucional. Su decana, Susana Gómez de Lara, advierte: "Por

muchas normativas o leyes que se tengan, si no hay colaboración entre las administraciones, no se puede llevar a cabo y no vamos a tener una dotación suficiente para atender a la demanda". Los promotores introducen además otro factor: el tiempo. Desde la ACP calculan que las medidas que se adopten ahora para generar suelo necesitarán entre dos y tres años para empezar a producir resultados.



4 Financiar una promoción tampoco es fácil



La prudencia bancaria posterior a la crisis ha reducido uno de los riesgos del anterior ciclo inmobiliario, pero también ha endurecido la financiación necesaria para poner en marcha nuevas promociones. Desde la ACP subrayan una diferencia fundamental respecto a 2008: hoy no existe la "financiación descontrolada" de entonces ni se están construyendo viviendas por encima de la demanda.

El Colegio Oficial de Economistas considera, sin embargo, que se ha pasado de un extremo al otro. Si antes la concesión de financiación se salía de lo corriente, ahora un crédito requiere mucha más exigencia.

La paradoja vuelve a aparecer: existe demanda para absorber más viviendas, pero financiar su construcción tampoco resulta sencillo.

5 El gran reto: vivienda que se pueda pagar



Construir más no resuelve por sí solo el problema. La otra gran cuestión es qué vivienda se construye y a qué precio llega al mercado. Los datos de visados muestran la distancia entre la recuperación de la actividad residencial y la producción de vivienda protegida. Desde el Colegio de Arquitectos, su decana llama la atención precisamente sobre ese desequilibrio: "Málaga ha recuperado el ritmo

a nivel residencial, pero ese crecimiento no se ve reflejado en lo que es vivienda a precio asequible, que es la que demandan los ciudadanos".

El reto, por tanto, no consiste únicamente en aumentar el número de grúas. Málaga necesita producir más vivienda, pero también conseguir que una parte suficiente de esa nueva oferta esté al alcance de quienes viven y trabajan en la provincia.

UN MERCADO, MUCHOS PERFILES

El comprador de vivienda en Málaga ya no responde a un único perfil. Conviven el residente que busca su primera casa, familias llegadas de otras provincias, compradores internacionales, pequeños inversores y grandes patrimonios. El resultado es un mercado en el que coinciden dos extremos: viviendas millonarias y compradores que reducen metros y dormitorios para poder seguir dentro.

CADA VEZ MENOS PARA LOS MALAGUEÑOS

El peso de la demanda exterior es una de las características que mejor explican el mercado malagueño. En el primer semestre de 2025, solo seis de cada diez viviendas vendidas fueron adquiridas por compradores que ya residían en la provincia.

El resto llegó de fuera: un 28% correspondió a compradores no residentes en España y otro 12% a españoles procedentes de otras provincias, con Madrid a la cabeza, seguida de Córdoba y Barcelona.

El fenómeno, tradicionalmente muy vinculado a la Costa del Sol occidental, se ha extendido también hacia Málaga capital. Y el comprador extranjero continúa ganando peso: representó el 32,8% de las

compraventas en 2025 y alcanzó el 37% en el segundo trimestre de 2026.

MENOS METROS PARA PODER COMPRAR

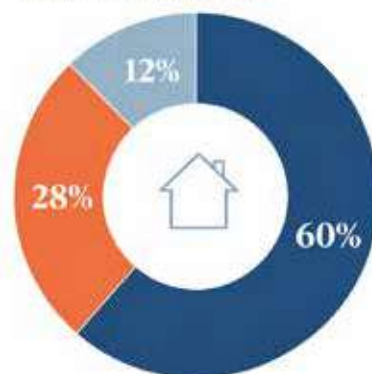
El tamaño de la vivienda se ha convertido en una de las variables de ajuste. Cuando el presupuesto no permite acceder al inmueble inicialmente deseado, una parte de la demanda continúa buscando, pero rebaja sus expectativas.

La vivienda de tres dormitorios sigue siendo la tipología más buscada en el conjunto de España, pero pierde protagonismo en un mercado malagueño donde los formatos más pequeños tienen un peso especialmente elevado. Ferran Font, director de Estudios de pisos.com, lo resume en una frase: "No renuncia a comprar, renuncia a metros".

Solo seis de cada diez viviendas vendidas fueron adquiridas por residentes en Málaga; el comprador extranjero continúa ganando peso en el mercado

¿Quién compra vivienda en Málaga?

Compradores según lugar de residencia.



60%

Residentes en Málaga



28%

Extranjeros no residentes en España



12%

Espanoles de otras provincias

Fuente: Fotocasa

► ¿Hipoteca o efectivo?

El origen del comprador también se refleja en la forma de pagar. En Málaga, el 65,5% de las viviendas vendidas durante el último año necesitó financiación hipotecaria, frente al 71,6% de la media española.

Eso significa que aproximadamente una de cada tres operaciones se realiza sin hipoteca.

En concreto, 23.826 de las 36.351 compraventas analizadas recurrieron al crédito.

Germán Pérez Barrio, presidente de UVE Valoraciones, resume así la diferencia entre perfiles: "Los usuarios finales necesitan financiación; los inversores no la necesitan y eligen zonas turísticas para invertir"

Forma de pago de las viviendas compradas en Málaga.



Del ultralujo al piso de un dormitorio



Málaga concentra el 35% de la oferta española de viviendas de más de tres millones

Pocos datos explican mejor las dos caras del mercado. Málaga concentra alrededor del 20% de la oferta española de viviendas de más de un millón de euros, el mismo peso que Madrid y solo por detrás de Baleares. Si se eleva el listón hasta los tres millones, el protagonismo malagueño es todavía mayor: el 35% de la oferta nacional de ultralujo se encuentra en la provincia.

En el otro extremo, Málaga lidera en España las búsquedas de viviendas de un dormitorio, con un 10,9% del total, y ocupa el tercer puesto en las de dos dormitorios, con un 27,5%.

No son fenómenos contradictorios. Reflejan la convivencia de compradores con capacidades económicas muy diferentes dentro de un mismo mercado.



JUAN MANUEL ROSILLO,
presidente ACP

“Hoy estimamos que Málaga supera las 70.000 viviendas de déficit y, si no somos capaces de agilizar la generación de suelo y la construcción de nuevas promociones, esa cifra seguirá creciendo”

Indicador del riesgo de la Cuenta Corriente

1 / 6

Este número es indicativo del riesgo del producto, siendo 1 / 6 indicativo de menor riesgo y 6 / 6 de mayor riesgo.

La entidad se encuentra adherida al Fondo de Garantía de Depósitos de Entidades de Crédito Español. La cantidad máxima garantizada actualmente por el mencionado Fondo es de 100.000 euros por depositante.



HASTA
750*
€

Sí, has leído bien

Trae tu nómina y llévate hasta 750 eurazos

- ✓ Domicilia tu nómina por primera vez con nosotros.
- ✓ Recibe la bonificación* en tu cuenta.
- ✓ Hasta 31 de diciembre de 2026.



TODA LA INFORMACIÓN SOBRE LA PROMOCIÓN DE NÓMINAS

*Válido para clientes que domicilian por primera vez su nómina en las entidades del Grupo Cooperativo Cajamar. Bonificación de 300 € para nóminas de importes entre 1.200 € y 1.999,99 €, para importes entre 2.000 € y 3.999,99 € bonificación de 500 €, para importes superiores a 4.000 € bonificación de 750 €. Permanencia 36 meses. Solo se realizará una bonificación por cliente. Sujeta a tributación. Promoción válida hasta 31/12/2026.

ALQUILER EN MÁLAGA: ¿QUÉ ESTÁ PASANDO?

El buen ritmo económico que está experimentando la provincia, su orientación tecnológica y la calidad de vida ha provocado que haya cada vez más empresas que se trasladan a Málaga.

¿CUÁNTO CUESTA ALQUILAR EN MÁLAGA?

Arrendar una vivienda de 70 metros cuadrados en Málaga capital cuesta de media unos 1.155 euros mensuales, tomando como referencia los 16,5 euros por metro cuadrado registrados en agosto de 2026 por Idealista. Diez años antes, una vivienda de esas dimensiones rondaba los 511 euros. El alquiler se ha duplicado.

La escalada tampoco ha sido uniforme. Los distritos Este, Centro y Carretera de Cádiz se sitúan en la parte alta del mercado, mientras Ciudad Jardín, Puerto de la Torre y Churriana mantienen precios sensiblemente inferiores. Málaga es, también en este sentido, una ciudad a distintas velocidades.

EL PROBLEMA NO ES SOLO EL PRECIO:

¿CUÁNTA OFERTA HAY?

El precio es solo una parte del problema. La otra está en las viviendas disponibles. Según el Barómetro del Alquiler, el stock de la provincia lleva tres años prácticamente estancado en torno a 48.000 viviendas y se encuentra un 26% por debajo del nivel de 2021.

Mientras la oferta apenas cambia, la demanda se dispara. El número de personas que se interesan por cada vivienda durante sus primeros diez días en el mercado ha pasado de 12 en 2021 a 86 en 2026. Siete veces más aspirantes para prácticamente la misma oferta.

VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO: ¿PRESIÓN AÑADIDA?

Las viviendas turísticas no explican por sí solas la escasez del alquiler residencial, pero constituyen una variable más en un mercado tensionado. En mayo de 2026, el INE detectaba 8.288 viviendas turísticas anunciadas en plataformas en Málaga capital.

▶ Una oferta que no da abasto



48.441 viviendas y un déficit estimado de 70.000. Las dos cifras resumen buena parte del problema del alquiler malagueño. El stock disponible permanece prácticamente estancado desde 2023 y es un 26% inferior al de 2021. En sentido contrario, la presión de la demanda se ha multiplicado por siete en cinco años: de 12 interesados por vivienda en sus primeros diez días en el mercado a 86. El resultado es un mercado en el que encontrar piso se ha convertido casi en una competición.

Conviene precisar que esta cifra no equivale al total de VUT inscritas administrativamente. El Ayuntamiento ha endurecido entretanto las restricciones: primero limitó las nuevas altas en 43 barrios y posteriormente suspendió las nuevas licencias en todo el municipio.

ALQUILER FRENTE A COMPRA: ¿QUÉ RENTABILIDAD OBTIENE EL PROPIETARIO?

La última paradoja aparece del lado del inversor. Aunque las rentas están en máximos y existe una demanda extraordinaria, comprar para alquilar ofrece en Málaga una rentabilidad relativamente baja.

En julio de 2026 alcanzaba el 4,69%, frente al 8,02% de media nacional, según pisos.com. La explicación está en el elevado precio de adquisición. “El equilibrio entre precio de compra y alquiler es el que acaba determinando la rentabilidad”, resume Ferran Font, director de Estudios de pisos.com.



NAIZHOMES

MÁLAGA TÉRMICA BEACH | TEATINOS
CASARES GOLF | CHAPARRAL GOLF

951 23 04 05
Avda. Andalucía 11, Málaga



«Nuestro principal reto es seguir evolucionando sin renunciar a los valores que han definido a Guamar»

El sector de la construcción atraviesa un momento de transformación. La demanda de vivienda, la modernización de infraestructuras y el avance de la rehabilitación abren oportunidades, pero conviven con costes elevados, escasez de mano de obra cualificada y nuevas exigencias medioambientales. **Antolín Martín** afronta este escenario desde una compañía que en 2026 cumple cuatro décadas.

Guamar nació en 1986 en el barrio malagueño de La Malagueta como un proyecto familiar y hoy desarrolla su actividad en obra civil, edificación, infraestructuras, rehabilitación y promoción inmobiliaria. Cuarenta años después, Martín reivindica precisamente esa continuidad: «Nuestro principal objetivo continúa siendo el mismo que hace cuarenta años: hacer bien nuestro trabajo».

Sobre esa base, Guamar centra ahora su atención en la calidad de la ejecución, la sostenibilidad, la tecnología y la mejora de sus procesos, al tiempo que refuerza su actividad como promotora residencial.

PRUDENCIA Y OPTIMISMO

La compañía encara esta etapa «con prudencia, pero también con optimismo». Cuenta con una cartera de



Guamar cumple cuarenta años con cerca de 50 millones de facturación y una cartera que incluye algunas de las principales obras actualmente en marcha en Andalucía.

Antolín Martín Rubio, fundador y presidente de Guamar

proyectos estable y mantiene una filosofía que ha marcado su crecimiento: «priorizando la solidez financiera de la compañía frente a crecimientos acelerados».

El ejercicio 2025 volvió a poner sobre la mesa dos de los grandes problemas de la construcción: el coste de materiales, suministros y servicios y la dificultad para incorporar profesionales cualificados. Frente a ello, Martín destaca la experiencia acumulada y la estabilidad del equipo como elementos que han permitido mantener el ritmo de las obras y los compromisos adquiridos.

Guamar factura actualmente cerca de 50 millones de euros anuales y cuenta con unos 80 profesionales. Desde su sede central en Málaga y

sus delegaciones de Sevilla y Campo de Gibraltar, trabaja principalmente en Andalucía.

LA SIGUIENTE DÉCADA

El siguiente paso pasa por incorporar más innovación, digitalización y sostenibilidad y atraer talento joven. «La innovación ya no es una opción, sino una necesidad para seguir siendo competitivos», sostiene Martín.

La mirada está puesta en crecer sin romper con lo construido durante cuatro décadas. «Nuestro principal reto es seguir evolucionando sin renunciar a los valores que han definido a Guamar desde su fundación». Una filosofía con la que la constructora malagueña entra ahora en su quinta década.

DE CAIXAFORUM AL METRO DE SEVILLA

La cartera actual permite medir la dimensión que ha alcanzado Guamar. La constructora participa en CaixaForum Málaga y en Marítimo 26, el edificio de oficinas promovido por Merlin Properties y la familia Nieto. Fuera de Málaga interviene en la Línea 3 del Metro de Sevilla, la prolongación del Metropolitano de Granada, la remodelación del estadio de San Fernando, en Cádiz, y mantiene una destacada presencia con diversas obras en el Campo de Gibraltar. A esta actividad suma su faceta promotora, con Residencial La Pacaraima, en Torremolinos, y Coto Homes, en Mijas, dos proyectos residenciales en la Costa del Sol.

guamar

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



Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Granada
Premio Arquitectura Española 2015

guamar

40 Aniversario
1986 - 2026



Urbanización Puerto Seco Antequera
Proyecto de Interés Autonómico

Construyendo **futuro**

Mauricio Mesa: «España no es una operación puntual para Cordia, queremos crecer con visión a largo plazo»



La compañía consolida su apuesta por la Costa del Sol y prepara su crecimiento en Madrid tras completar la comercialización de su primer proyecto en España.

Mauricio Mesa,
presidente del Consejo en
España y Rumanía de Cordia

Cordia ha cerrado recientemente la comercialización de Jade Tower, su primer proyecto en España, y avanza en nuevos desarrollos en la Costa del Sol mientras prepara su crecimiento en otros mercados nacionales. Mauricio Mesa, presidente del consejo de Cordia en España y Rumanía, analiza el momento que atraviesa el sector residencial y explica las claves de la estrategia de la compañía en nuestro país.

¿Qué balance hacen de esta primera experiencia?

El balance es muy positivo. Jade Tower ha sido nuestra carta de presentación en España y nos ha permitido conocer en profundidad el mercado y al comprador de la Costa del Sol. La comercialización del 100% de sus 116 viviendas confirma que existe demanda para proyectos basados en calidad, sostenibilidad, tecnología y buenos servicios. Para nosotros ha sido también la confirmación de que España es un mercado en el que queremos seguir creciendo.

¿Cómo ve actualmente el mercado residencial español?

Existe una demanda sólida, pero la oferta no está creciendo al mismo ritmo. Más allá de factores coyunturales como los costes de construcción o la financiación, existe un problema estructural de falta de vivienda. Para corregirlo necesitamos generar más oferta, agilizar los procedimientos administrativos, aportar mayor seguridad jurídica y reforzar la colaboración público-privada.

La Costa del Sol concentra buena parte de los planes de Cordia. ¿Qué potencial sigue viendo en la zona?

Es un mercado con un enorme atractivo nacional e internacional gracias a su clima, conectividad, servicios y calidad de vida. Al mismo tiempo, el comprador es cada vez más exigente. Ya no basta

con una buena ubicación: busca diseño, eficiencia energética, tecnología, zonas comunes y una experiencia residencial completa. Creemos que todavía existe recorrido para proyectos realmente diferenciales.

¿Cuál es la hoja de ruta de Cordia en España?

Queremos construir una presencia sólida y a largo plazo. Tras Jade Tower, estamos desarrollando 360° by Cordia en Mijas y trabajando en nuevos proyectos en la Costa del Sol. Paralelamente, estamos analizando oportunidades en otros mercados como Madrid, donde ya hemos contratado una nueva oficina. Nuestra intención es crecer de manera selectiva, con disciplina inversora y apostando por proyectos que aporten valor real.

CORDIA

Avenida Carmen Sáenz de Tejada
s/n. Edificio S208. Oficina 3ª. Parque
Comercial Miramar. 29649, Mijas, Málaga
Tel. 951 554 400 - www.cordia.es

360°
by CORDIA

TODO
A TU
ALREDEDOR

¡HOGARES INSPIRADOS POR LA EXCELENCIA!

6

EDIFICIOS

71

VIVIENDAS

1-4

DORMITORIOS

10

ZONAS COMUNES
EXCLUSIVAS



📍 Cerrado del Águila, Mijas
+34 952 445 446 | www.360bycordia.com



Inteligencia de mercado y visión integral: la combinación clave en inmobiliario

En un mercado inmobiliario cada vez más complejo, Savills conecta datos, arquitectura, comercialización y gestión para anticipar necesidades y tomar mejores decisiones.

El mercado inmobiliario de Málaga evoluciona a gran velocidad. El crecimiento demográfico y empresarial, la llegada de inversión, la transformación urbana y los nuevas necesidades de personas y empresas están configurando un escenario cada vez más complejo para usuarios, propietarios, promotores e inversores.

La **inteligencia de mercado** se ha convertido en una herramienta estratégica para reducir incertidumbres y tomar decisiones inmobiliarias más precisas. El análisis de indicadores de todo tipo, relacionados tanto con demanda y oferta como con la eficiencia de un edificio o la comercialización de una promoción permite anticipar necesidades y definir estrategias que generen verdadero valor para todos los implicados en el ciclo de vida de un edificio de cualquier uso.

En Savills, esta visión conecta disciplinas que tradicionalmente se analizaban por separado. Desde la identificación de una oportunidad de inversión y el desarrollo del producto adecuado para la demanda hasta la gestión del activo ya en funcionamiento, el **dato** se convierte en un elemento común para desde el punto de vista de la comercialización, la sostenibilidad, la gestión patrimonial y técnica y el diseño de los espacios. El objetivo es que cada decisión responda a una estrategia coherente y orientada a maximizar valor a largo plazo.

Uno de los ámbitos donde esta aproximación tiene un impacto más visible es la **arquitectura**. Las metodologías digitales permiten evaluar escenarios, integrar información técnica y anticipar



Málaga se ha convertido en un mercado inmobiliario donde confluyen inversión, crecimiento demográfico y nuevas necesidades de empresas y particulares.

comportamientos futuros antes incluso de iniciar la construcción. Herramientas como BIM facilitan diseñar activos más eficientes, sostenibles y alineados con las necesidades reales del mercado, integrando variables técnicas, económicas y operativas en una misma plataforma de decisión.

La inteligencia de mercado también resulta determinante en la **comercialización**. Conocer quién será el comprador, qué demanda realmente y cómo evoluciona su comportamiento permite definir estrategias más eficaces. En este sentido, el modelo de Master Agent se ha consolidado como una herramienta especialmente relevante en mercados como Málaga y la Costa del Sol. Más allá de coordinar agencias colaboradoras, permite centralizar la estrategia comercial, monitorizar la respuesta del mercado y asegurar que las decisiones comerciales se apoyan en información actualizada y en los objetivos del promotor.

La visión integral continúa una vez que el activo entra en operación. La **gestión inmobiliaria** genera información constante sobre ocupación, comportamiento de usuarios, eficiencia de espacios y oportunidades de reposicionamiento. Para propietarios e inversores, esta información constituye una ventaja competitiva que permite adaptar los activos a las nuevas exigencias de los usuarios y preservar así su valor en el tiempo.

En definitiva, el inmobiliario actual exige conectar análisis, arquitectura, comercialización y gestión. Porque el valor se construye comprendiendo el mercado y las necesidades de la demanda, utilizando los datos para tomar decisiones más inteligentes en cada etapa del ciclo inmobiliario.



Delegación en Málaga:
C/Marqués de Larios 3. Málaga.
Tel. 952 062 782 - www.savills.es



¿En qué podemos ayudarte?

Ayudamos a **personas y empresas** a prosperar a través de lugares y espacios

Residencial & Living | Oficinas | Retail | Hoteles | Industrial y Logístico | Agribusiness

Inversión
Comercialización
Valoraciones y Tasaciones
Arquitectura
Property Management
Sostenibilidad
Consultoría

Más de 1.000 viviendas dibujan el mapa residencial de Grupo Insur en Andalucía Oriental

La compañía concentra más de 900 viviendas en la Costa del Sol, con proyectos en Marbella, Mijas y Estepona, además de su presencia en Mojácar.



al aeropuerto de Málaga refuerzan el atractivo residencial de esta ubicación.

ESTEPONA Y MOJÁCAR

En Estepona se encuentran **Birdie Hills**, con 68 viviendas, e **Eagle Hills**, con otras 111, ambas ubicadas en Estepona Golf; e **Insur Scala**, promoción de 121 viviendas junto al centro urbano, que se encuentra en la fase final de entregas.

Fuera de Málaga, la compañía mantiene su presencia en Mojácar con **Las Terrazas de Macenas**, integrado en Macenas Mediterranean Resort. El proyecto contempla 125 viviendas concebidas para integrarse en el paisaje y aprovechar las vistas al mar.

La suma de estos desarrollos dibuja una cartera amplia en número de viviendas, tipologías y ubicaciones, con el Mediterráneo como denominador común y Andalucía Oriental como uno de los territorios con mayor presencia residencial de Grupo Insur.

GruPO Insur ha convertido Andalucía Oriental en uno de los principales ejes de su actividad residencial. La compañía cuenta actualmente con más de 1.000 viviendas en comercialización, de las que más de 900 se encuentran en la Costa del Sol, repartidas entre Marbella, Mijas y Estepona, además de su presencia en Mojácar.

La actividad residencial forma parte de un modelo más amplio. Grupo Insur combina la promoción de viviendas con el desarrollo de oficinas y la gestión patrimonial, con presencia en mercados como Andalucía, Madrid y Valencia.

DE MARBELLA A MIJAS

En Marbella, la compañía desarrolla tres promociones. **Quintessence**, con 96 viviendas, tiene prevista la entrega de su segunda fase durante 2026; **Origin** suma otras 57 viviendas actualmente en construcción; y **Soleil**, 80 viviendas con amplias terrazas, vistas al

Mediterráneo y zonas comunes. A ellas se añadirá un nuevo proyecto en **Altos de Los Monteros** compuesto por 16 Boutique Residences.

Mijas concentra otro importante bloque de actividad. Allí, Grupo Insur desarrolla tres proyectos que superan conjuntamente las 350 viviendas: **Balance**, con 75 unidades en construcción; **Balance Nova**, con 142; y **Savia**, formado por 140 chalets adosados. La conectividad y la proximidad



VIVIENDAS PENSADAS PARA EL ENTORNO

La sostenibilidad, la innovación y la calidad marcan los nuevos desarrollos de Grupo Insur. Una oferta residencial que busca, además, integrarse en el entorno y responder a las nuevas necesidades de los usuarios.



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

Una propuesta residencial en los mejores enclaves del Mediterráneo

MARBELLA

ESTEPONA

MIJAS

MOJÁCAR



MYRAMAR

Grupo Myramar se consolida en Mijas Costa con la segunda fase de Myramar Costa



Tras la reciente entrega de las primeras 55 viviendas, la compañía inicia una nueva fase con otras 48 unidades y más de 4.500 metros cuadrados de zonas verdes.

Gruppo Myramar refuerza su compromiso con el desarrollo residencial de calidad en la Costa del Sol con el lanzamiento de la segunda fase de este exitoso proyecto en Mijas Costa.

El complejo residencial **Myramar Costa** destaca por sus amplias zonas comunes y más de **7.000 metros cuadrados de espacios ajardinados**, diseñados para ofrecer bienestar, ocio y calidad de vida a sus residentes. Entre sus instalaciones se encuentran gimnasio, pista de pádel, sala multiusos con espacio gourmet, áreas de descanso

apergoladas, hamacas, piscinas y zona infantil, creando un entorno pensado para disfrutar durante todo el año.

A las **55 viviendas ya entregadas en la primera fase** se suman ahora **48 nuevas viviendas de 2 y 3 dormitorios**, ubicadas en la parcela contigua. Las nuevas viviendas mantienen las señas de identidad que han definido el éxito del proyecto: amplias terrazas, distribuciones funcionales que optimizan cada espacio, cocinas amuebladas y completamente equipadas, abiertas al salón para favorecer la luminosidad y la convivencia.

La nueva promoción incorpora además una **calificación energética B**, reflejando el compromiso de Grupo Myramar con la eficiencia energética y la sostenibilidad. Asimismo, añade más de **4.500 metros cuadrados de nuevas zonas verdes con piscina**, complementando las ya existentes y enriqueciendo la oferta de espacios comunes del conjunto residencial.

Mijas Costa continúa consolidándose como una de las áreas residenciales más atractivas de la Costa del Sol. Su ubicación estratégica, perfectamente conectada con las principales vías de comunicación, permite disfrutar de todos los servicios, infraestructuras y opciones de ocio de ciudades como Fuengirola, Marbella, Mijas y Málaga. Esta excelente conexión, unida a la calidad del entorno, ha convertido la zona en un lugar de residencia permanente para familias de numerosas nacionalidades que valoran tanto su calidad de vida como su privilegiado clima.

Los interesados pueden visitar la oficina de ventas y piso piloto situado la Primera Fase de Myramar Costa, en Calle Aralia, donde el equipo comercial ofrece atención personalizada e información detallada sobre esta nueva fase residencial.

Así como visitar nuestra maqueta virtual en www.myramar.com



MIJAS COSTA, EJE RESIDENCIAL

Grupo Myramar continúa así ampliando su huella en Mijas Costa, desarrollando espacios residenciales que combinan diseño, funcionalidad, sostenibilidad y calidad de vida en uno de los destinos más demandados del sur de Europa.



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



MYRAMAR
COSTA
 — FASE 2 —
 SENTIR | VIVIR...®

**Un Residencial con
 espíritu de Resort.**

Viviendas de 2 y 3 dormitorios concebidas para disfrutar de la luz, la amplitud y una privilegiada orientación al sur.

Grandes terrazas abiertas al Mediterráneo, espectaculares áticos y plantas bajas con jardín privado, dentro de un residencial con más de 18.000 m² de zonas comunes donde piscinas, jardines, deporte, bienestar y espacios para compartir forman parte de tu día a día.



PISCINA



PISTA DE
 PÁDEL



ZONA
 INFANTIL



ÁREAS
 VERDES



SALA
 FITNESS



SOCIAL/
 GOURMET

A solo 700 metros del mar, en Mijas Costa.



Telf / WhatsApp: +34 687 309 923

Oficina de ventas

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



HCP estrena imagen para mirar a sus próximos 40 años

La firma malagueña celebra cuatro décadas de trayectoria con una nueva identidad que refleja su evolución, la suma de disciplinas y el relevo generacional.



Cuatro décadas después, aquella historia tiene continuidad en una estructura societaria que combina experiencia y nuevas generaciones. Alejandro Pérez permanece como socio fundador, junto a José Luis Moreno y Mario Romero, que desarrollaron buena parte de su trayectoria profesional dentro de HCP antes de incorporarse como socios, y Javier y Jacobo Higuera Mata, hijos del cofundador Javier Higuera Yela. Una composición que refleja también el relevo generacional de la firma.

Ese cambio tiene ahora una traducción gráfica. HCP estrena un sistema de marca común para sus tres grandes áreas: Architecture, Engineering y Urban Planning. La nueva identidad incorpora el símbolo +, una forma sencilla de representar la suma de disciplinas, profesionales y conocimiento de la compañía.

El aniversario sirvió también para mirar hacia quienes han acompañado a HCP durante parte del camino. La compañía reconoció a cinco clientes históricos -Grupo Cuevas, Prasa, Monthisa, Vimpyca y Kronos- por su relación con la firma en diferentes etapas y proyectos.

Cuatro décadas después, HCP cambia de imagen sin romper con su historia. El nuevo logotipo funciona casi como una frontera gráfica: resume el camino recorrido desde 1986 y dibuja el comienzo de una nueva etapa.

Hay pocas cosas que expliquen mejor cuánto ha cambiado la arquitectura en cuatro décadas que mirar una mesa de trabajo. Cuando HCP nació en Málaga, en 1986, los primeros proyectos se desarrollaban con herramientas de dibujo técnico. Hoy, la tecnología forma parte del día a día de una firma que ha evolucionado casi al mismo ritmo que su sector.

HCP acaba de celebrar sus 40 años de trayectoria con un encuentro en Candado Beach que reunió a clientes, colaboradores, empleados y profesionales vinculados a su historia. Una fecha redonda que la compañía ha aprovechado también para estrenar imagen y abrir una nueva etapa.

La firma nació de la mano de Alejandro Pérez y Javier Higuera y desde entonces ha ampliado tanto su ámbito geográfico como sus áreas de especialización. Arquitectura, ingeniería y urbanismo conviven hoy dentro de una misma estructura, con proyectos desarrollados en España y mercados internacionales y con Málaga como sede principal.

**Arquitectura,
ingeniería y
urbanismo conviven
hoy en una firma con
proyectos nacionales e
internacionales**

UN '+' PARA EXPLICAR LA NUEVA HCP

La renovación de HCP va más allá de un cambio de logotipo. La firma ha creado una identidad común para reunir bajo una misma marca sus tres áreas principales: Architecture, Engineering y Urban Planning. En el centro aparece el símbolo +, elegido para representar la integración de disciplinas, profesionales y conocimiento. La nueva imagen incorpora también un sistema cromático que diferencia cada especialidad y facilita su utilización en distintos formatos. El cambio coincide con el 40 aniversario y con el relevo generacional de una compañía que nació en Málaga en 1986 y afronta ahora una nueva etapa.



**Pº Marítimo Ciudad de
Melilla 11. Málaga.**

Tel. 952 227 707

www.hcparquitectos.com



HCP+

**Celebramos 40 años
de arquitectura.**

**Nueva imagen.
Misma esencia.
Más que arquitectura.**

**Desde 1986
Málaga**

hcparquitectos.com

PROINSERMANT



Equipo directivo de Proinsermant

Proinsermant, 45 años de ingeniería para una nueva forma de vivir

PROINSERMANT celebra este año **cuatro décadas y media de trayectoria**. Fundada en Marbella en 1981 por **Brígido Sepúlveda**, la compañía nació con una idea entonces poco habitual: integrar bajo una misma empresa las distintas instalaciones técnicas necesarias para responder a viviendas cada vez más exigentes. Desde entonces, su historia ha avanzado en paralelo a la transformación del residencial de alta calidad de la Costa del Sol.

Climatización, hidráulica, electricidad, domótica, seguridad, wellness, energía fotovoltaica y almacenamiento energético forman actualmente parte de una ingeniería que persigue un objetivo común: **hacer que la vivienda**

contribuya al bienestar de quienes la habitan. Una forma de entender el trabajo que PROINSERMANT resume bajo el concepto de ingeniería del confort.

Buena parte de esa ingeniería sucede lejos de la vista. Las **salas de máquinas** son uno de los mejores ejemplos. Auténticos centros técnicos de la vivienda, concentran y coordinan sistemas cada vez más complejos para conseguir que temperatura, agua, energía y otros servicios funcionen de manera eficiente y prácticamente imperceptible para el propietario. Una evolución que la compañía ha trasladado a su concepto de **Sala de Máquinas 3.0**, donde orden,

accesibilidad, eficiencia y control forman parte del diseño de la instalación.

La evolución tecnológica ha acompañado a PROINSERMANT desde sus primeros años, pero también una cultura empresarial estrechamente vinculada a su fundador. Coincidiendo con el aniversario, la historia personal y profesional de Brígido Sepúlveda ha quedado recogida por primera vez en el libro **Brígido Sepúlveda, Ingenio para la conquista del confort**, que recorre sus orígenes y el nacimiento y crecimiento de la compañía.

Hoy PROINSERMANT cuenta con más de **200 profesionales** y una antigüedad media de la plantilla cercana a los **20 años**, una estabilidad que ha permitido conservar y transmitir conocimiento técnico entre generaciones. La compañía aplica además medidas de conciliación como la **jornada intensiva de 8.00 a 16.00 horas**, teletrabajo, reducciones de jornada y programas de apoyo a las familias, como las becas ProTalento.



Sala de máquinas de PROINSERMANT en una villa de alta calidad

CUATRO DÉCADAS Y MEDIA

“Cumplir 45 años nos permite mirar atrás y comprobar cuánto han cambiado las viviendas, la tecnología y nuestra propia empresa, pero también qué cosas permanecen. Seguimos teniendo el mismo objetivo: poner la ingeniería al servicio de las personas y conseguir que toda esa complejidad técnica se traduzca en confort, eficiencia y tranquilidad en su día a día”, comenta Carlos Sepúlveda, consejero delegado de PROINSERMANT.



C. Pablo Casals, 16, 29602
Marbella, Málaga
Tel. 952 77 55 49
www.proinsermant.com

45

45 años de ingeniería aplicada al **confort.**

AGUA. ENERGÍA. SMART HOME.



SOLUCIONES
QUE DAN VIDA
A GRANDES ESPACIOS



DESDE 1981

AGROJARDÍN

Agrojardín, experiencia y capacidad técnica para proyectos cada vez más exigentes

La compañía cumple 40 años con más de 100 profesionales y una estructura especializada para la ejecución y el mantenimiento de jardines y zonas verdes.



Jardines del Hotel El Fuerte Marbella (diseño de paisajismo de Laura Pou, ejecutado por Agrojardín)

Agrojardín celebra su 40 aniversario con una estructura consolidada y un alto grado de especialización. Fundada en Estepona en 1986 como una empresa familiar vinculada a la producción, la venta de plantas y la creación de jardines, durante estas cuatro décadas ha profesionalizado su organización al mismo tiempo que cambiaban el sector y las exigencias de los proyectos.

Hoy cuenta con más de 100 profesionales, equipos y maquinaria especializada, medios técnicos propios y plataforma logística. Esta estructura le permite abordar trabajos de distinta escala y complejidad, apoyándose en la experiencia acumulada y en un profundo conocimiento del sector inmobiliario.

Arquitectos, paisajistas, promotoras, constructoras y Administraciones Públicas encuentran en Agrojardín un colaborador especializado para la ejecución y el mantenimiento de jardines y zonas verdes. La ejecución requiere trasladar al terreno los proyectos

desarrollados por paisajistas, coordinarse con el resto de profesionales y adaptarse a los plazos de construcción y a las necesidades que van surgiendo durante los trabajos.

También ha cambiado la forma de entender el jardín, especialmente en el ámbito residencial. Antonio Bazán, CEO de Agrojardín, habla de la “habitación verde” para referirse a un exterior que forma parte de la vivienda y de la manera de vivirla. El jardín adquiere así mayor importancia dentro del conjunto y exige tener en cuenta desde su ejecución cuestiones que determinarán cómo funcionará y evolucionará con el tiempo.



Equipo directivo de Agrojardín

Esta visión se extiende al mantenimiento, donde el cuidado diario convive con una planificación técnica a medio y largo plazo. Las características del terreno, las especies, el clima o la gestión del agua condicionan la evolución de cada jardín y requieren conocimiento y seguimiento.

La tecnología también forma parte de este trabajo. Agrojardín emplea sistemas de riego inteligente basados en inteligencia artificial, que ajustan el riego según las condiciones del suelo, el clima y la previsión meteorológica. A ello se suman técnicas de lucha biológica para controlar determinadas plagas, reducir la necesidad de tratamientos químicos y adaptarse a las normativas europeas.

A lo largo de estos 40 años, Agrojardín ha trabajado en más de 350 complejos residenciales, numerosas villas privadas y zonas verdes públicas, además de hoteles, resorts y centros comerciales. En conjunto, ha ejecutado más de cinco millones de metros cuadrados de jardines.

“El sector es cada vez más exigente y eso requiere profesionales especializados, planificación y capacidad de respuesta. Nuestra experiencia nos permite entender las necesidades de cada trabajo y ofrecer un servicio profesional”, explica Antonio Bazán.



**Ctra. Nacional 340, Km 164.
(salida Parque Antena)
29680 Estepona
Tel: 952 796 231
www.agrojardin.com**

CUMPLIMOS 40 AÑOS CONTRIBUYENDO
A MEJORAR EL PAISAJE DE
LA **COSTA DEL SOL**.



agrojardín^{40°}

ESPACIOS VERDES - MANTENIMIENTO - GARDEN CENTER

APLICACIONES

Tecnología malagueña en 118 países

La startup malagueña WeHop cuenta con una app que convierte el móvil en un sistema de comunicación tipo walkie-talkie. Nacida para responder a necesidades de la hostelería, la tecnología se dirige también a sectores como logística, construcción, industria y eventos. La compañía supera los 6.000 usuarios activos repartidos por 118 países.



Frutas y Verduras Eladio supera los 30 millones y prepara nuevos mercados

La distribuidora hortofructícola malagueña cerró 2024 con una facturación de 30,7 millones de euros, un 8,63% más. Frutas y Verduras Eladio sumó así 2,4 millones a sus ventas.

Con más de 35 años de trayectoria, la compañía maneja actualmente más de 1.100 referencias y realiza alrededor de 160.000 repartos anuales, principalmente para hoteles, restaurantes, empresas de catering y otros profesionales de la hostelería. El crecimiento ha llevado a la empresa a ampliar sus instalaciones en Mercamálaga para ganar capacidad

de almacenaje, preparación de pedidos y distribución.

La firma trabaja con proveedores nacionales e internacionales y mantiene su apuesta por el producto malagueño mediante Calma Eladio, división de la empresa creada en 2022 para trabajar directamente con agricultores de la provincia. La empresa busca ahora aumentar su presencia en la alta restauración y explorar nuevas oportunidades tanto en España como en mercados internacionales con la incorporación de Thomas Stork como director de Expansión.

UN NUEVO CINCO ESTRELLAS EN MÁLAGA

Eurostars celebró a mediados de septiembre la inauguración oficial de Áurea Palacio de la Tinta reuniendo a más de 200 invitados

El Áurea Palacio de la Tinta celebró a mediados de septiembre su inauguración oficial en Málaga reuniendo a representantes del ámbito empresarial, institucional, cultural y social de la ciudad.

El nuevo cinco estrellas de Eurostars Hotel Company está ubicado en el Paseo de Reding, en un edificio modernista construido en 1908 como sede administrativa de la antigua Compañía de

Ferrocarriles Andaluces.

La apertura refuerza la presencia de la cadena hotelera en Málaga, donde alcanza siete establecimientos, mientras que en Andalucía suma 49 hoteles, cinco de ellos de cinco estrellas. La oferta se completa con el restaurante Asador Contrapunto, un spa con circuito termal y diferentes espacios destinados a la celebración de eventos.





La Socimi Grupo Vega Capital da el salto al mercado bursátil

Gruppo Vega Capital SOCIMI, con sede central en Málaga, ha iniciado su cotización en bolsa con una capitalización de 237 millones de euros. La compañía debuta bajo el ticker VEGA y con un precio de referencia de 47,40 euros por acción. La Socimi llega al mercado bursátil con una cartera compuesta por 58 activos y 263 unidades. Málaga, Almería, Córdoba y Sevilla concentran buena parte de sus inversiones, aunque también dispone de activos industriales y logísticos en Madrid. La compañía centra su actividad en la adquisición, gestión y arrendamiento de activos inmobiliarios para obtener ingresos recurrentes. Armanext ha ejercido como asesor en su incorporación al mercado bursátil.



HM Hospitales presenta el proyecto del futuro hospital de Vélez-Málaga

HM Hospitales invertirá más de 40 millones de euros en su nuevo hospital de Vélez-Málaga, que prevé abrir el segundo trimestre de 2028. Las obras serán ejecutadas por Ferrovial Construcción y el complejo se levantará sobre una parcela de 55.000 m² y dispondrá inicialmente de unos 10.000 m² construidos. A pleno rendimiento, el hospital generará alrededor de 250 empleos. Las previsiones apuntan a una actividad anual de 250.000 consultas, 5.000 intervenciones quirúrgicas y 30.000 urgencias, reforzando la oferta sanitaria privada en la Axarquía y ampliando la presencia de HM Hospitales en la provincia de Málaga.

enbreve

ENDESA INVIERTE 10 MILLONES EN LA RED ELÉCTRICA MALAGUEÑA

Endesa destinará cerca de 10 millones de euros durante 2026 a reforzar la red eléctrica de Málaga, un 40% más que el año anterior. El plan beneficiará a más de 315.000 puntos de suministro y ya se encuentra ejecutado al 45%. Del presupuesto, 5,7 millones se dedicarán a mejorar la calidad del suministro, con casi 15 kilómetros de nuevas líneas y la renovación de 50 centros de transformación. Otros 2,7 millones permitirán aumentar la capacidad de la red, mientras que más de 1,5 millones se destinarán a su digitalización.

UNICAJA GANA 361 MILLONES Y ELEVA UN 28% SU DIVIDENDO

Unicaja cerró el primer semestre de 2026 con un beneficio neto de 361 millones de euros, un 7,1% más. La entidad también aprobó un dividendo a cuenta de 8,44 céntimos por acción, un 28% superior al del ejercicio anterior. La entidad concedió 6.412 millones de euros en nuevos préstamos, un 5,6% más, mientras que el dinero y productos de ahorro de sus clientes alcanzaron los 97.866 millones. Los préstamos a empresas aumentaron un 6,6% y los destinados al consumo, un 8,3%.

AIRZONE PREMIARÁ EL TALENTO UNIVERSITARIO Y PROFESIONAL

Airzone abre la IV edición de sus premios con una nueva categoría dirigida a estudios de arquitectura e ingeniería de España. El certamen mantiene además sus galardones para estudiantes que hayan presentado su TFG o TFM durante 2026. Repartirá 8.600 euros entre los proyectos universitarios ganadores. La categoría profesional reconocerá proyectos centrados en eficiencia energética, tecnologías de control y calidad del aire interior, optando a viajes valorados en 2.500 euros y videoreportajes de sus proyectos. Las inscripciones para estos premios permanecerán abiertas hasta el 16 de octubre, mientras la gala de entrega se celebrará en marzo de 2027.

MANUEL ALFONSO ROSAS
DIRECTOR GENERAL DE HIDROINGENIA

Hidroingenia: medio siglo dando forma al agua desde Málaga

La empresa familiar malagueña ha realizado más de 15.000 instalaciones acuáticas en Europa, África y América. Piscinas, spas, parques acuáticos, lagos o playas artificiales forman parte de un negocio que factura más de 25 millones de euros y emplea directamente a cerca de 400 personas.



El agua no admite el “copiar y pegar”. Al menos, no cuando hay que hacerla funcionar en un resort del Caribe, una playa artificial en Benahavís o un complejo hotelero en Zanzíbar.

“La física del agua es la misma”, reconoce Manuel Alfonso Rosas. Pero a partir de ahí, casi todo cambia. El clima, la salinidad, los materiales, la normativa o la logística obligan a adaptar cada instalación al lugar.

Hidroingenia lleva más de 50 años resolviendo ese puzzle. Y cada vez con piezas más grandes. La compañía malagueña ha superado las 15.000 instalaciones acuáticas y hoy diseña y construye todo tipo de soluciones vinculadas al agua en muchos de los grandes destinos turísticos internacionales.

“En nuestro sector la confianza se construye durante años y se puede perder en un solo proyecto”

Alfonso lleva tres décadas en la empresa que fundó su padre a principios de los años 70 y aproximadamente veinte al frente. Por entonces, la Costa del Sol crecía al ritmo de hoteles y urbanizaciones y la piscina empezaba a convertirse en un *must have*, aunque con poco margen para la imaginación.

EL SALTO A AGUAS INTERNACIONALES

El primer chapuzón internacional llegó en Marruecos en 2008. Después apareció Chile. Pero el negocio cambió realmente con la entrada en México en 2013 y República Dominicana en 2017.

Allí Hidroingenia comenzó a participar en grandes desarrollos hoteleros y macroproyectos de resorts, algunos con decenas de instalaciones acuáticas dentro de un mismo complejo. Después llegaron Jamaica y, más recientemente, Zanzíbar.

Y la piscina convencional se les quedó pequeña. Hidroingenia trabaja en piscinas de resorts y deportivas, spas y circuitos de hidroterapia, parques acuáticos, zonas infantiles, lagos, playas artificiales e instalaciones de olas. En Benahavís, por ejemplo, ha

participado en la ejecución de la gran playa artificial asociada al lago del Real de La Quinta Lake Club.

“Más que crecer simplemente haciendo más piscinas, hemos intentado crecer haciendo proyectos cada vez más complejos, incorporando ingeniería, tecnología y conocimiento”, señala Alfonso.

El hospitality es hoy su principal motor. La compañía ha trabajado en proyectos vinculados a Marriott, Hyatt, Hilton o Four Seasons, entre otras muchas: “Un gran cliente hotelero no necesita únicamente que construyas bien una piscina. Necesita seguridad. Que cumplas los plazos, que controles los costes, que seas capaz de trabajar con arquitectos, ingenierías, project managers y constructoras de distintos países y, sobre todo, que respondas cuando aparece un problema”.

El Caribe sigue siendo una de las regiones más dinámicas para Hidroingenia. República Dominicana gana peso por el volumen de inversión hotelera y la dimensión de los proyectos, mientras México mantiene su carácter estratégico por el tamaño de su industria turística. La compañía comienza además a pensar su

expansión no tanto país a país como por grandes regiones y corredores hoteleros.

EQUIPOS PROPIOS PARA CRECER FUERA

Hidroingenia cuenta con aproximadamente 170 trabajadores en España y otros 240 entre México, República Dominicana y Zanzibar. Una plantilla directa cercana a los 400 profesionales.

Pero su impacto laboral va más allá. Cada obra moviliza empresas especializadas, instaladores, fabricantes y colaboradores locales, hasta el punto de que, dependiendo del número y tamaño de los proyectos en ejecución, el volumen de profesionales implicados puede ser considerablemente superior.

Internacionalizar una constructora es bastante más complicado que exportar un producto. Hay que trasladar conocimiento, personas,



“La piscina del futuro no será solamente más bonita. Tendrá que ser también mucho más inteligente y eficiente”

procedimientos, logística y estándares de calidad. Sin embargo, la compañía no ha alejado el centro de decisión. Desde Málaga se mantienen la ingeniería, los estándares técnicos, las compras estratégicas y el control de calidad. En los principales mercados internacionales se crean equipos propios cuando existe volumen suficiente.

“Nunca hemos querido abrir puntos en un mapa simplemente para decir que estamos presentes en muchos países”, asegura Manuel Alfonso.

La facturación se mueve entre 25 y 30 millones de euros y para 2026 la compañía espera crecer alrededor de un 10%. Y con los grandes clientes se repite una regla sencilla. Cuando se le pregunta cómo se fideliza a multinacionales hoteleras de ese tamaño, el empresario responde con una sola palabra: “Cumpliendo. En nuestro sector la confianza se construye durante años y se puede perder en un solo proyecto”.

MÁS EFICIENCIA, MENOS CONSUMO

La sostenibilidad plantea una aparente contradicción para una compañía que construye grandes instalaciones acuáticas. El CEO de Hidroingenia introduce un matiz: una piscina, un parque acuático o una laguna no están consumiendo continuamente toda el agua que contienen.

Las instalaciones funcionan mayoritariamente mediante recirculación. El agua se filtra, se trata y vuelve al circuito. El reto está en que se escape la menor posible: reducir evaporación, lavados de filtros, fugas, renovaciones innecesarias o una mala gestión de los vasos.

“La sostenibilidad no significa renunciar al agua. Significa utilizarla inteligentemente”

Y el tamaño tampoco lo dice todo. El diseño, la superficie expuesta, la profundidad o el sistema hidráulico pueden hacer que una gran instalación no implique necesariamente un consumo proporcionalmente mayor.

A esto, la tecnología ayuda: sistemas de filtración más eficientes, bombas de velocidad variable, automatización y control remoto permiten reducir consumos. La monitorización, los datos y la inteligencia artificial abren además la puerta a detectar anomalías y anticipar el mantenimiento.

En paralelo, Hidroingenia ya desarrolla el concepto Water Master Planning, con el que busca participar desde la concepción de los resorts y pensar todas sus instalaciones acuáticas como un conjunto: su

relación con la arquitectura y el paisaje, la experiencia que generan y también su consumo y mantenimiento.

Después de tres décadas en la empresa, Rosas sigue encontrando algo diferente detrás de cada proyecto. “Un día estás estudiando una piscina infinity en un hotel de lujo, otro una

playa artificial, un spa o un parque acuático en el Caribe”.

Y no parece que Hidroingenia haya agotado todavía las posibilidades del agua. Después de más de 15.000 instalaciones y medio siglo de actividad, parece que a Manuel Alfonso le quedan todavía muchas piscinas a las que lanzarse.





ALIANZA HASTA 2030

Unicaja seguirá como Banco Oficial del Real Madrid hasta 2030 tras renovar el acuerdo iniciado en 2020. La alianza abarca fútbol masculino, femenino y baloncesto. El banco mantendrá la financiación sin intereses de los abonos y ampliará productos, promociones y experiencias para socios y aficionados del club.

LA CREATIVIDAD TAMBIÉN SE ENTRENA

Málaga suma una nueva iniciativa vinculada al desarrollo del talento con el nacimiento de Look Here®, una escuela de alto rendimiento creativo impulsada por El Cuartel y RK People Group. El objetivo es entrenar la creatividad para que sea aplicable a cualquier profesión y trabajar capacidades vinculadas a la generación de ideas y a la resolución de retos.



Naiz Homes elige Málaga para dirigir su expansión por Andalucía

La promotora abre su delegación andaluza con más de 900 viviendas en desarrollo y La Térmica como principal proyecto residencial

Naiz Homes inauguró a mediados de septiembre en Málaga su nueva delegación de Andalucía, situada en la avenida de Andalucía. La promotora cuenta con más de 900 viviendas en desarrollo en la provincia, donde concentra buena parte de su crecimiento.

Su principal proyecto es La Térmica, desarrollado junto a Azora, con cerca de 600 viviendas en primera línea de playa. La inversión en los suelos supera los 150 millones de euros y Naiz estima una facturación

superior a 600 millones. La compañía, presente también en País Vasco y Madrid, no descarta nuevos anuncios en la comunidad andaluza a corto plazo.



La compañía malagueña amplía plantilla y capacidad logística

DBR AUTOMATION CRECE EN IBERIA COMO NUEVO SOCIO ESTRATÉGICO DE EMERSON

DBR Automation asumirá el liderazgo del negocio de Fluid & Motion Control de Emerson en la Península Ibérica tras convertirse en partner estratégico de la multinacional. El acuerdo refuerza el papel de la compañía, con sede central en Málaga, como proveedor tecnológico para la industria. La operación permitirá a DBR Automation ampliar su capacidad técnica y logística. La empresa ha incrementado su plantilla un 10% con la incorporación de profesionales procedentes de Emerson, una medida destinada a mantener el conocimiento técnico y la continuidad del servicio.

La compañía dispondrá además de un stock de proximidad superior a 5.000 referencias de marcas como

Asco, Tescom, TopWorx, Aventics y Afag. Su estructura permitirá realizar entregas en 24 horas de determinados componentes críticos. Desde Málaga y sus delegaciones en Madrid, Bilbao, Valencia y Barcelona, DBR Automation dará cobertura al mercado nacional y prestará apoyo durante las distintas fases de los proyectos industriales.



ANINVER Y ARGON UNEN FUERZAS PARA CRECER EN EUROPA



La consultora malagueña Aninver Development Partners y Argon Consultores han firmado una alianza para ampliar su actividad en España, Europa y otros mercados internacionales.

Las dos firmas suman más de 400 proyectos y experiencia en cerca de 80 países. La colaboración abarcará infraestructuras, financiación y alianzas público-privadas, desde estudios de viabilidad hasta la búsqueda de financiación. Ambas consultoras mantendrán sus marcas y equipos, aunque aumentarán progresivamente su coordinación comercial y técnica.



DILS LUCAS FOX ABRE NUEVA OFICINA EN MÁLAGA

Dils Lucas Fox ha inaugurado a mediados de septiembre su nueva oficina en Málaga, situada en el Paseo Marítimo Pablo Ruiz Picasso, con la que amplía su actividad inmobiliaria en la capital y su entorno. Esta nueva sede se suma a las oficinas que la compañía ya mantiene en la Costa del Sol y permitirá reforzar el asesoramiento y la comercialización de viviendas en Málaga. La inauguración reunió a representantes empresariales, institucionales y de empresas inmobiliarias, además de clientes y colaboradores de la firma.

RÍNDETE DONDE LOS
NEGOCIOS INSPIRAN

SURRENDER TO THE
**ANDALUSIAN
CRASH**

Andalucía



andalucia.org



MÁLAGA OPEN FOR BUSINESS

Bunzl: crecer, adquirir y generar valor desde Málaga

Bunzl está detrás de muchos productos que utilizan a diario hoteles, hospitales, industrias y empresas: desde higiene profesional y equipos de protección hasta packaging, menaje o equipamiento hostelero. Con más de 500 millones de euros de facturación en España, la multinacional británica tiene en Málaga uno de sus principales centros logísticos.



Daniel Tovar, Managing Director South Europe de Bunzl

Entrevista completa:



Desde un centro logístico en el polígono Santa Bárbara, Bunzl abastece a buena parte del sur peninsular. Es uno de los tres grandes hubs que la multinacional británica tiene en la Península Ibérica, y su función, según **Daniel Tovar**, Managing Director South Europe de la compañía, es reforzar la "capacidad operativa" y acercar el servicio al cliente.

Detrás de esas instalaciones hay un grupo con más de 150 años de trayectoria, presencia en 33 países y una facturación superior a los 13.800 millones de euros. Su negocio es la distribución de soluciones non-food

para empresas: higiene y limpieza profesional, equipos de protección, vestuario laboral, packaging, menaje, equipamiento para hostelería y soluciones para Healthcare.

En España, donde desembarcó hace casi dos décadas, supera los 500 millones de euros de facturación, con 20.000 clientes y 1.000 empleados, detalla Tovar a Vida Económica desde su responsabilidad sobre España, Portugal e Italia. Las cuentas le están saliendo en la Península Ibérica, a tenor de los datos que comparten sobre Bunzl Distribution Spain (BDS): "Es la sociedad dentro del grupo con mayor facturación en el país y cerró 2025 con 185 millones de euros".

ADQUIRIR PARA ESPECIALIZARSE

La estrategia de crecimiento combina dos vías. Tovar señala que han confiado tanto "en el desarrollo orgánico" como en "adquisiciones selectivas". La península ha sido escenario de alrededor de una veintena de operaciones en el tiempo que Bunzl lleva aquí, un tercio de ellas en los últimos tres años. La lógica tras ese dato es una estrategia que ha ido ganando peso en la compañía: no solo ganar volumen, sino sumar "compañías bien gestionadas, rentables y con posición relevante en sus mercados", refiere Tovar.

En Andalucía, Dimasa, Cermerón o Quindesur han ampliado la presencia de Bunzl manteniendo el conocimiento local. Por su parte, Azero y Proin Sur han aportado nuevas capacidades en maquinaria y equipamiento para Horeca, protección laboral, vestuario técnico o detección de gases.

A futuro, la firma "seguirá analizando oportunidades que aporten especialización y valor a largo plazo", especifica Daniel Tovar, mientras el hub de Málaga refleja su apuesta por invertir en capacidad propia para acompañar el crecimiento.

El potencial de la provincia conecta además con dos áreas estratégicas para 2026. Por un lado el "Healthcare, impulsada por el envejecimiento de la población", y, por otro, el canal Horeca, "clave en una economía tan ligada al turismo".





CRECER Y DEVOLVER VALOR

La dimensión económica es solo una parte del relato de Bunzl, que plantea el crecimiento desde una perspectiva más amplia: generar oportunidades para las personas y mejorar su entorno. Esa filosofía se concreta en iniciativas de empleabilidad, inclusión y colaboración con entidades locales.

Málaga es una muestra evidente de ello. En la capital han puesto en marcha varias iniciativas. Una de ellas junto a Fundación "la Caixa", a través de su programa Incorpora, y Asociación Arrabal-AID. Bunzl ha desarrollado OperActiva, una formación en logística dirigida a personas en situación de vulnerabilidad, con posterior incorporación de participantes a sus equipos.

«El crecimiento de la compañía está estrechamente ligado a la generación de valor en los territorios en los que estamos presentes»

A través del programa Gabernet, colabora además con el IES Miguel Romero Esteo en la campaña "Llenemos el neceser", que facilita productos de higiene y primera necesidad a familias vulnerables. A ello se suman Aspandem, Fundación El Pimpi y su vínculo con el Málaga CF.

Tras la incorporación de Cermerón, Bunzl ha duplicado su equipo en Málaga y ya supera los 160 empleados en Andalucía. La provincia se integra así en una estrategia que trasciende el almacén: su posición logística, el dinamismo del turismo y la hostelería y la evolución de su tejido empresarial la convierten en una pieza relevante de la red del grupo.

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.

UNICAJA Y GARANTÍA DESTINAN 160 MILLONES A PYMES Y AUTÓNOMOS ANDALUCES



Unicaja y Garantía han renovado por octavo año consecutivo su acuerdo para facilitar financiación a pymes y autónomos de Andalucía, con una línea de hasta 160 millones de euros en préstamos avalados. El dinero podrá destinarse a inversiones, nuevos proyectos o necesidades de liquidez mediante préstamos, leasing y cuentas de crédito. Garantía cuenta actualmente con una cartera de avales superior a 1.100 millones de euros y más de 28.500 socios. La sociedad dispone además de diez oficinas en Andalucía.

LA UNIVERSIDAD EUROPEA ALCANZA 1.200 ALUMNOS EN SU SEGUNDO CURSO EN MÁLAGA



La Universidad Europea de Andalucía inicia su segundo curso académico en Málaga con casi 1.200 estudiantes, frente a los 500 del año anterior. Su campus cuenta con 27.000 m² y es el segundo más grande de la red Universidad Europea. Entre las titulaciones más demandadas destacan el Grado en Odontología, y el Máster Universitario en Psicología General Sanitaria. La institución mantiene además acuerdos con empresas y organizaciones para facilitar prácticas y proyectos vinculados al mercado laboral.



Fermento abre en Murcia

La malagueña Fermento ha abierto su primera tienda en Murcia, elevando a 34 sus establecimientos en España. La compañía prepara además otras dos aperturas en la zona norte de la ciudad durante los próximos meses. La cadena, vinculada a una familia con tres generaciones de tradición panadera, está presente en Andalucía, Asturias, Madrid, Santander y Valencia.



Makyre celebra dos décadas

Makyre Eventos cumple 20 años con más de 100 clientes y una facturación de 760.000 euros. Fundada en Málaga en 2006 por Macarena Regueira, la compañía ha desarrollado más de 60 grandes proyectos. Su actividad ha generado alrededor de 300 empleos indirectos y actualmente trabaja en distintos puntos de España.



MiColchón estrena nueva campaña

Nessen y MiColchón han elegido a Esther Arroyo como imagen de su nueva campaña sobre descanso y bienestar. La iniciativa estará presente durante un año en las 16 tiendas de MiColchón en Málaga y Granada, además de televisión, metro, autobuses, vallas publicitarias y diferentes canales digitales en Andalucía Oriental.

Fuerte Group Hotels da el salto internacional

Fuerte Group Hotels inicia una nueva etapa con su expansión internacional. La compañía marbellí abrirá el 31 de octubre Amàre Cancún, su primer hotel fuera de España operado

con marca propia, mediante una alianza con Hilton. El resort mexicano contará con 429 habitaciones y formará parte de Curio Collection by Hilton. La expansión continuará en

España con Daia La Herradura, un cinco estrellas en Granada que supondrá más de 14 millones de inversión y abrirá en 2028. Con ambos proyectos, Forte Group Hotels alcanzará diez hoteles en propiedad y dos complejos de apartamentos, con 2.864 habitaciones entre España y México, reforzando especialmente su presencia en los segmentos de lujo y alta gama.



DOS STARTUPS BUSCAN SU SALTO A SILICON VALLEY



BIC Euronova va a seleccionar dos startups para optar al programa internacional Berkeley SkyDeck, impulsado por la Universidad de Berkeley, en California. Las elegidas podrán acceder a una inversión inicial de 200.000 dólares, una red de más de 900 asesores y mentores y apoyo especializado para impulsar el crecimiento de su empresa. El programa ofrece además la posibilidad de presentar sus proyectos ante más de 750 inversores. Las malagueñas Aliqindoi y Examai ya participaron en anteriores convocatorias tras ser seleccionadas por BIC Euronova, con sede en Málaga TechPark.

UN PALACETE BARROCO RENACE COMO HOTEL EN MÁLAGA



Un palacete barroco de finales del siglo XVIII, situado en la calle Álamos de Málaga, abrirá a finales de 2026 convertido en el Zanja

Palace Hotel. Stay Unique asumirá la gestión del establecimiento, actualmente en la fase final de su remodelación. El inmueble conservará sus principales elementos arquitectónicos, entre ellos su patio interior. Stay Unique, con presencia en Barcelona, Málaga, Sevilla y Atenas, gestiona más de 2.000 camas y activos valorados en más de 200 millones de euros.



DCOOP ACELERA SU APUESTA POR EL CULTIVO DEL PISTACHO

Dcoop refuerza el pistacho como una de sus líneas de diversificación. El grupo con sede en Antequera prevé alcanzar las 1.000 toneladas en 2026, frente a las 630 del pasado año, un aumento cercano al 59%. Para acompañar este crecimiento ha invertido 3,97 millones de euros en dos nuevos centros de recepción en Ciudad Real y Toledo, que elevan a seis sus instalaciones vinculadas a este fruto. El avance del pistacho se enmarca en la diversificación de Dcoop, que cerró el último ejercicio con una facturación consolidada de 1.421 millones de euros.

ALFA MEDIA PARTNERS COMPRA COONIC Y SITÚA LA IA EN EL CENTRO DE SU CRECIMIENTO



Alfa Media Partners ha adquirido el 100% de Coonic, consultora de comunicación y marketing con oficina en Málaga y cerca de 80 profesionales entre sus sedes de Málaga, Madrid y Bilbao. La operación abre una nueva etapa con un plan estratégico que sitúa la IA entre sus principales líneas de crecimiento. La compañía trabaja en metodologías y herramientas

propias para aplicar esta tecnología a los procesos de comunicación y marketing. Jesús Alloza asume la presidencia ejecutiva y Agustín González, la dirección general, mientras Marisa Unzué e Ignacio Luque ejercerán como socios directores. Coonic mantendrá además su especialización en sectores como salud, energía, tecnología, turismo y agroalimentación.

HM Hospitales,
una gran Red Asistencial
para tu Salud en la
provincia de Málaga



Más información



Pide tu cita

952 14 11 33



hm hospitales
Somos tu Salud

**RAMÓN SOLER.
PRESIDENTE DE FACCSA-PROLONGO**

"Ganar más vendiendo lo mismo demuestra que la empresa está fuerte"

De una receta lombarda que llegó a Málaga en 1820 a los puertos de Shanghái y Tokio. Ramón Soler, que sigue al pie del cañón al frente de Faccsa-Prolongo, repasa 85 años de historia familiar y explica cómo el grupo aspira a liderar el mercado cárnico global sin dejar de sentirse malagueño.



Faccsa-Prolongo invertirá 250 millones de euros en la próxima década para levantar en Cártama un complejo de 52 hectáreas, con la mirada puesta en Asia y el ibérico de Jabugo. El proyecto prevé generar 5.600 empleos directos entre la planta y su cadena ganadera. Detrás de estos planes hay más de dos siglos de historia: Prolongo nació en Málaga en 1820 y desde 1937 está vinculada a la familia Soler, hoy con Ramón Soler al frente.

¿CÓMO SE VIVIÓ LA UNIÓN ENTRE PROLONGO Y FACCSA?

Fue un acierto total. Prolongo ponía la historia, el sabor de toda la vida y el cariño de Málaga. Nosotros, desde FACCSA, pusimos la fuerza industrial, la inversión económica y la capacidad para vender a lo grande. No queríamos cambiar lo que hacía

única a la marca, sino darle el empujón necesario para competir en un mercado cada vez más duro.

¿CUÁNDO SINTIERON QUE YA ERAN UNA EMPRESA GLOBAL?

No hubo un día exacto en el que dijéramos «¡ya somos internacionales!», sino que fue un proceso. Cuando ves que pasas auditorías tan estrictas de países como Japón, Corea o Canadá, te das cuenta de que estás compitiendo en el máximo nivel. Si tuviera que elegir un momento clave, diría que fue establecernos en Asia: ver que la carne de Cártama entra en puertos como Shanghái o Tokio te llena de orgullo. Aun así, nunca hemos dejado de sentirnos una empresa de Málaga.

¿CÓMO HAN LOGRADO CRECER EN RENTABILIDAD SIN HACERLO EN FACTURACIÓN?

La lectura es muy sencilla: nos hemos apretado el cinturón y hemos aprendido a trabajar mejor. Nos hemos centrado en ahorrar energía, modernizar la fábrica, digitalizar, implementar procesos con Inteligencia Artificial y controlar cada euro de gasto. De nada sirve vender más por vender si no le sacas partido; lo importante es sacarle más valor a cada kilo de carne y hacer cada proceso más eficiente.

¿QUÉ SUPONDRÁ EL GRAN PROYECTO DE CÁRTAMA?

Los proyectos de gran magnitud como este llevan su tiempo. Esto no es solo levantar cuatro paredes: vamos a crear un gran complejo industrial que le va a dar un vuelco a la economía de la provincia y va a traer cientos de puestos de trabajo directos.

"Queremos ser una gran empresa industrial global, pero con el dinamismo, la agilidad y los valores de una gran familia"

EN 2025 HAN REDUCIDO LA SUBCONTRATACIÓN Y SUMADO MÁS DE 270 EMPLEOS. ¿POR QUÉ DECIDIERON INTERNALIZAR?

Para nosotros tener todo bajo control es importante. Decidir contratar directamente a la gente y dejar de subcontratar lo hicimos por dos motivos sencillos: para ofrecer un trabajo más estable y para trabajar

YA NO BASTA CON VENDER BUENA CARNE

Hace diez años la conversación se centraba casi exclusivamente en el precio, el volumen y el corte. Hoy, el argumento comercial empieza por la seguridad alimentaria, los certificados de bienestar animal y los datos de trazabilidad digital. Vender carne en Asia o Canadá implica ofrecer información transparente en tiempo real: qué ha comido el animal, qué huella hídrica tiene la planta o cómo se garantiza la cadena de frío mediante sensorización. La carne española no solo vende calidad organoléptica, vende la confianza del sistema sanitario y de producción europeo.



mejor. Al tener al personal en plantilla, todos se implican al 100% con nuestra forma de hacer las cosas, la seguridad alimentaria y el cuidado de los animales.

¿QUÉ BUSCAN CON LA ENTRADA EN EL IBÉRICO A TRAVÉS DE DOMPAL?

La incorporación de Dompal y nuestra implantación en Jabugo fue un movimiento estratégico natural. Nosotros tenemos el músculo industrial y la fuerza logística, pero necesitábamos posicionarnos de forma contundente en la cima de la pirámide de valor de la charcutería: el ibérico de alta gama. Queremos potenciar la presencia de Dompal apoyándonos en nuestra capacidad de distribución y profesionalización comercial.

“Lo importante es sacarle más valor a cada kilo de carne y hacer cada proceso más eficiente”

¿QUÉ APORTA CONTROLAR TAMBIÉN EL ORIGEN DEL ANIMAL?

Gana lo más valioso que existe hoy en la industria agroalimentaria: la garantía total de origen, la homogeneidad de la materia prima y la bioseguridad.

La alianza a través de Pig and Meat nos permite decidir desde la genética, la nutrición y el bienestar de la cabaña ganadera hasta la conformación final de la canal.

¿QUÉ LE PEDIRÍAN A LA PRÓXIMA GENERACIÓN?

Le pediría dos cosas aparentemente opuestas, pero que son el equilibrio de esta casa: prudencia en los valores y audacia en la visión. Le pediría que nunca pierda la humildad, el respeto por el trabajador, la seriedad con los proveedores y el compromiso con el territorio. Y al mismo tiempo, que no tenga miedo a la innovación ni a los cambios que demande el mercado global.

¿CÓMO IMAGINAN FACCSA-PROLONGO EN LOS PRÓXIMOS AÑOS?

Si tuviera que resumirlo en un solo concepto, sería equilibrio cualitativo. Crecer por crecer no es nuestra meta. Lo que nos define para los próximos años es consolidar una estructura de máximo valor añadido: liderar el mercado internacional desde la excelencia operativa y la sostenibilidad de la nueva planta, coronar nuestra gama de producto con el prestigio del ibérico a través de Dompal y garantizar el futuro de la compañía sobre los pilares de la integración vertical y el arraigo familiar.



Entrevista completa:



Zabala Innovation ha abierto una nueva sede en Málaga, ubicada en The Green Ray, para reforzar su actividad en Andalucía. Especializada en innovación, inversión y financiación pública, supera los 670 profesionales. Málaga y Granada representan ya alrededor del 30% de su negocio andaluz. La nueva oficina estará dirigida por Daniel García y atenderá especialmente al eje Málaga-Granada.

De izq. a dcha: Erik Zabala, Daniel García, Francisco de la Torre, F. Javier López Muñoz y Clara Galvez, durante la inauguración de la nueva sede de Zabala.



QUANTEXA ESTRENA LA ACTIVIDAD DEL NODE I EN PTA



Quantexa se convierte en la primera empresa instalada en Node I, el edificio de Kadans en Málaga TechPark. La tecnológica traslada allí su oficina malagueña, desde la que desarrolla proyectos para Europa. El inmueble dispone de 12.000 m² y capacidad para unos 800 profesionales, con espacios destinados a compañías de IA, microelectrónica, semiconductores y ciberseguridad.



EL EDIFICIO TIENE
CAPACIDAD PARA 800
PROFESIONALES

ACIA y Caja Rural del Sur facilitan financiación a empresas de Antequera



ACIA y Caja Rural del Sur han firmado un convenio para ofrecer ventajas financieras a empresas y autónomos asociados de Antequera. El acuerdo incluye financiación en condiciones preferentes, una cuenta sin comisiones durante el primer año para

nuevos clientes y bonificaciones de hasta 500 euros por domiciliar el Seguro Social y activar Bizum. También establece condiciones específicas para TPV y líneas de financiación mediante cuentas de crédito. El convenio estará vigente hasta julio de 2027.

Howden elige calle Larios para crecer desde Málaga

Howden Iberia ha abierto una oficina en el número 4 de calle Marqués de Larios para ampliar su actividad en Málaga y Andalucía. La nueva sede, operativa desde septiembre, atenderá a empresas e instituciones. El bróker internacional está especializado en seguros, reaseguros y gestión de riesgos y trabaja con sectores como construcción, energía, inmobiliario, turismo, transporte, logística y servicios financieros.





El nuevo centro reúne atención a particulares, empresas y banca privada, además de la dirección territorial que gestiona Andalucía y Canarias.

Abanca estrena en Málaga su nuevo centro financiero

Abanca ha inaugurado Espacio Málaga, un nuevo centro financiero en el número 6 de Alameda de Colón, con el que refuerza su actividad en el sur de España. Las instalaciones reúnen servicios para familias, autónomos, pymes e instituciones, además de una oficina de empresas, banca privada y dependencias de la Dirección Territorial

Sur, responsable de Andalucía y Canarias. El centro dispone de más de 500 m² distribuidos en dos plantas que albergan la oficina comercial, oficina de empresas, de banca privada y áreas corporativas. El espacio incorpora cinco salas de reuniones, sistemas de videoconferencia, y zonas de trabajo colaborativo. La apertura refuerza la estructura

de Abanca en Málaga, donde cuenta con cinco oficinas, tres en la capital, una en Torre del Mar y otra en Marbella. Su Territorial Sur, creada a principios de 2026, gestiona una treintena de oficinas, incluidas ocho especializadas en empresas. La inauguración reunió a más de 70 invitados, entre representantes empresariales e institucionales.

GRUPO ABU SUPERA LOS 750 MILLONES EN PROYECTOS RESIDENCIALES EN MÁLAGA

Grupo ABU acelera su actividad en Málaga con más de 1.000 viviendas en desarrollo y gestión y un volumen de negocio previsto superior a 750 millones de euros. Entre sus principales proyectos figura Magna by ABU, en Torremolinos, con más de 250 millones de inversión y 353 viviendas. La promotora desarrolla además Organic, 25 viviendas en El Higuero con 21 millones de inversión, y prepara su desembarco en Málaga capital con Residencial Las Esclavas. Este último proyecto

contará con 18 viviendas en una parcela de 9.523 m² del distrito Este. La compañía dispone de más de 150.000 m² edificables en la Costa del Sol.



AZZAYT LLEVA EL ACEITE MALAGUEÑO HASTA AUSTRALIA

La olivarera malagueña Azzayt avanza en su expansión internacional con su participación en Fine Food Melbourne. La empresa familiar, fundada en Villanueva de Algaidas, busca introducir sus aceites en un mercado valorado en unos 78.325 millones de euros y con interés por productos mediterráneos.

Alfonso Bartel, uno de los tres socios que conforman la dirección de Muscle Cult.

Muscle Cult saca músculo y acelera su expansión desde Málaga

La cadena malagueña de suplementación alimentaria factura alrededor de cuatro millones de euros al año y tiene claro cómo ganar músculo: va a abrir fábricas propias y potenciará la comercialización de sus productos fuera de España

Cuando el lector tenga esta revista entre sus manos ya estará funcionando a pleno rendimiento la primera fábrica propia de Muscle Cult, empresa malagueña especializada en suplementación deportiva y complementos alimenticios. Las instalaciones -400 metros cuadrados- están en el polígono Guadalhorce y con esta factoría la compañía avanza en su estrategia de negocio para hacer crecer su facturación: llegar al sueño del autoabastecimiento.

En proyecto ya una segunda planta que sumará 1.500 metros cuadrados y con el que se materializará otro de los objetivos de la sociedad: vender producto propio de Muscle Fit, su marca original, a terceros. Así lo adelanta Francisco Conde, uno de los accionistas

mayoritarios de la enseña. Él y su hermano Salvador ostentan el 70%, con Alfonso Bartel como el tercer titular de un concepto que vio la luz hace 20 años.

Muscle Cult estrena fábrica en el Guadalhorce y prepara una segunda planta para vender a terceros

Todo empezó con dos primeras tiendas de suplementos dietéticos y de nutrición que abrieron sus puertas en Vélez-Málaga y en el barrio de la Luz, en Málaga capital. Ambos siguen operativos y desde este último se dirige el crecimiento y expansión de la empresa, tal y como explica Alfonso Bartel a Vida Económica.

Él, junto a Francisco y Salvador, se asociaron tras la pandemia y en equipo han sabido fortalecer la estructura de la cadena ejercitando tres áreas clave. El primer pilar son las tiendas a pie de calle, que han alimentado mediante el sistema de franquicia -cuentan ya con 20 establecimientos repartidos por la provincia, con locales también en Motril y Algeciras. Han permitido que la marca gane músculo con la venta online, apoyándose en plataformas como Temu, Miravía y Amazon. Y a futuro una de las claves está en apostar con más fuerza por sus productos de marca propia, Muscle Fit.



COMERCIO DE PROXIMIDAD

Muscle Cult mantiene en el corazón de su estrategia empresarial los establecimientos físicos. Con dos tiendas propias -la de Vélez-Málaga y la situada en la avenida de la Luz-cuenta en total con una veintena de franquicias repartidas por toda la provincia, a excepción de las que funcionan en Cádiz y Almería.

Prevén abrir franquicias en Sevilla, Granada, Córdoba y Barcelona en 2027

El planteamiento es seguir sumando comercios físicos, ofreciendo a los clientes un asesoramiento personalizado en relación al tipo de productos que pueden necesitar y fidelizando así a los usuarios. Y esto mediante el sistema de franquicia, como han hecho hasta ahora, por lo cual siguen abiertos a propuestas de emprendedores y empresarios que quieran incorporarse al sector.

Francisco Conde adelanta que de cara a 2027 tienen ya interesados en llevar el concepto a ciudades como Sevilla, Granada, Córdoba e incluso Barcelona. Son tiendas que



requieren de una inversión de en torno a 70.000 euros. "Se requiere de un espacio mínimo de 50-70 metros cuadrados. Pagan un canon de entrada y ha de acondicionarse el local a la imagen de la red. Parte de esa cantidad va para la adquisición de stock", especifica.

VOLUMEN Y CALIDAD: HACIENDO FUERTE MUSCLE FIT

La idea de llegar a más usuarios finales pasa tanto por tener más puntos de venta a pie de calle como por seguir creciendo en la venta online, que ya supone un 30% del total de

La empresa de suplementos deportivos crece con franquicias, venta online y apuesta por su marca propia

facturación. Y en esta estrategia desde Muscle Cult consideran imprescindible que la calidad siga siendo seña de identidad de sus productos, que se vendan "al precio justo".

De ahí esa intención de que a la actual fábrica -donde fabrican, entre otras partidas, alrededor de 10.000 botes de creatina mensuales- le siga una segunda en la que ya están trabajando que superaría con creces las expectativas de producción de la primera. Serían casi 2.000 metros cuadrados para dar salida a referencias propias.

A día de hoy compran a granel, contando con el asesoramiento de profesionales y laboratorios expertos en la industria, y todo eso se incorporará al músculo de la compañía. "Ya vendemos fuera de España pero queremos que ese dato vaya a más. Además de las plataformas, estamos mejorando nuestra propia tienda online", sentencia Alfonso Bartel.



EN CIFRAS



20
Tiendas

Con presencia en Málaga, Vélez-Málaga, Motril, Algeciras.



30%

De la facturación canal online (Ternu, Miravia, Amazon)



10.000

Botes de creatina al mes
En la fábrica actual (400 m²).



1.500 m²

Segunda planta en marcha
Casi cuatro veces mayor.



70.000 €

De inversión por tienda franquiciada
Con un local de 50 a 70 m².

UN GIRASOL SOLAR LLEGA MÁLAGA TECHPARK

Sus paneles siguen el movimiento diario del sol y se cierran de noche



Kadans ha instalado frente a Node I, en Málaga TechPark, un SmartFlower, sistema fotovoltaico cuyos paneles siguen la trayectoria del sol para generar electricidad para el propio edificio.



La Gioconda cumple veinte años

La Gioconda Novias y Fiesta celebra dos décadas de trayectoria en Málaga. Dirigida por Silvia Melero, la firma cuenta con más de diez profesionales y clientes en toda España. Desde su establecimiento de calle Compañía ofrece moda nupcial y de fiesta, asesoramiento personalizado y taller propio, además de participar en destacadas pasarelas malagueñas.

Doña Francisquita regresa a sus orígenes con Trazo

Doña Francisquita celebra su 35 aniversario con la apertura de Trazo, su nuevo restaurante en el Colegio Oficial de Arquitectos de Málaga. La empresa recupera así sus orígenes en restauración, tras desarrollar una trayectoria ligada principalmente al catering y los eventos.



Entrevista completa:



Al frente del centro de Málaga, **José Teles**, con Gema Marín como directora de Foundever en España. Ambos revelan qué ha llevado a contar con la Costa del Sol como uno de sus ejes estratégicos.

Oficinas espaciosas donde hasta 100 operadores atienden de manera instantánea a personas de todo el mundo. En estas dependencias se resuelven contratiempos y dudas de clientes o se realizan labores comerciales en alemán, italiano, francés, portugués, neerlandés y español. Son los seis idiomas que, de momento, dominan de manera nativa los profesionales que forman la división de Foundever en Málaga.

La compañía, con una importante trayectoria internacional en el área de experiencia de cliente, lleva poco más de un año en la capital, desde donde prestan servicios que van de la atención al consumidor a la gestión de cobros, ventas y fidelización y soporte técnico, entre otros. Y todo ello



Foundever elige Málaga para su gran hub multilingüe en Europa

La compañía, referente en experiencia de cliente, ha conseguido en apenas 12 meses levantar un equipo de alrededor de 100 personas en la capital, profesionales que le permiten operar hasta en seis idiomas.

desde las instalaciones que tienen en el centro de coworking y oficinas de Monday en Compositor Lehmberg Ruiz.

En este tiempo José Teles, al frente de la división malacitana, se ha reafirmado en la decisión que tomaron como grupo de apostar por Málaga como la cuarta base de la firma en España, tras Madrid, Barcelona y Sevilla, una localización que reúne los "imprescindibles" que la dirección considera para asentarse. "Valoramos tres ejes: talento, infraestructura y calidad de vida. Málaga los satisface todo de forma simultánea", afirma Gema Marín, VP Operations & Country Leader de la multinacional.

TALENTO QUE HABLA SEIS IDIOMAS

Teles asiente en relación a esos factores y va a más en relación a la principal fuerza que mueve Foundever, las personas, sus profesionales: "Málaga atrae por sí misma a gente de distintos países que llegan primero por la ciudad y después buscan trabajo, encontrando una importante oferta laboral". Y es que, pese al avance de las tecnologías y a la fuerza de la innovación, al empuje de la IA

y de la mecanización de procesos, en la empresa tienen claro que su principal motor son y seguirán siendo las personas.

Es así que buscar talento en la ciudad y el entorno, o incluso reclutar profesionales extranjeros que se vean atraídos por el destino y la propuesta, es una de las llaves maestras de Foundever para dar "calidad a los clientes que nos eligen". "Seleccionamos perfiles muy específicos, capaces de atender con matices culturales a clientes de distintos países, algo que nos resulta difícil de replicar en otros mercados", sentencia José Teles.

CLIENTES PARA QUEDARSE

Cita el caso de una de las compañías que lleva operando con Foundever en Málaga desde el comienzo: una importante cadena hotelera delegó en el grupo un área de atención al cliente muy específica, la de sus huéspedes premium. Como este, otros casos de partners con los que trabajan y que les está permitiendo ir por la línea estratégica trazada para la base malagueña: "No se trata de acumular clientes de corto plazo o para campañas estacionales, sino de mantener relaciones sostenidas en el tiempo que justifiquen la inversión en capacidades y formación que realizamos".

Las instalaciones de la compañía en Málaga se han consolidado así dentro del grupo. Foundever está presente en 45 países de todo el mundo, con un equipo de 130.000 empleados y presta servicio a más de 800 marcas en 60 idiomas diferentes. Mirando a futuro, tanto José Teles como Gema Marín confían en que este hub se consolide como referencia de la empresa en el sur de Europa, sumando clientes internacionales que, como sus empleados, decidan quedarse en la ciudad a largo plazo.

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.

Vithas Xanit cumple 20 años apostando por la calidad y la seguridad del paciente



José Antonio Ródenas: “Queremos ser un hospital accesible para todos, con más tecnología”

José Antonio Ródenas, director gerente de Vithas Xanit Internacional, repasa dos décadas de crecimiento, acreditaciones internacionales y una ampliación de 16 millones de euros. El hospital afronta su futuro apostando por la inteligencia artificial y la cirugía robótica.

¿CÓMO DESCRIBIRÁ EL PAPEL QUE HA DESEMPEÑADO VITHAS XANIT EN LA EVOLUCIÓN DEL MODELO SANITARIO PRIVADO?

Vithas Xanit ha tenido un papel muy relevante en la evolución de la sanidad privada en la Costa del Sol. Desde nuestros inicios apostamos claramente por la calidad asistencial, la seguridad del paciente y la innovación, incluso cuando no era todavía lo habitual.

En estos 20 años hemos demostrado que se puede ofrecer una sanidad privada moderna, altamente especializada y con estándares internacionales. Es así que somos hospital de referencia para residentes y visitantes.

¿CUÁLES FUERON LOS MAYORES RETOS QUE ENFRENTARON EN LOS PRIMEROS AÑOS?

Nuestro principal desafío fue consolidar un equipo médico altamente cualificado y posicionar el hospital como referente en tecnología sanitaria en la región. Incorporamos equipamiento pionero, como el primer TAC de 64 cortes y un acelerador lineal de última generación, lo que exigió una gran inversión y formación especializada.

¿CUÁL FUE EL PRIMER SERVICIO MÉDICO QUE OFRECIÓ XANIT CUANDO ABRIÓ SUS PUERTAS?

Desde su apertura en diciembre de 2005, Xanit ofreció un servicio

integral que incluía urgencias, cuidados intensivos, radiología avanzada, quirófanos y múltiples especialidades médicas y quirúrgicas. Destacamos por incorporar tecnología, como el TAC de 64 cortes y el acelerador lineal.

EN ESTAS DOS DÉCADAS, ¿CUÁL CONSIDERA QUE HA SIDO EL MAYOR LOGRO DEL HOSPITAL EN TÉRMINOS DE ATENCIÓN AL PACIENTE?

Sin duda, el consolidar un modelo de atención al paciente avalado por los estándares internacionales más exigentes en calidad y seguridad como los de la Joint Commission International (JCI). Este es uno de los

reconocimientos más prestigiosos a nivel mundial en el ámbito sanitario y evalúa los resultados clínicos y los procesos asistenciales, la gestión del riesgo, la mejora continua y la atención centrada en la persona.

¿Y QUÉ SUPUSO LA INCORPORACIÓN DE XANIT AL GRUPO VITHAS?

Tuvo lugar en 2013 y nos permitió reforzar nuestra capacidad asistencial, acceder a una red nacional de hospitales y centros médicos, y compartir protocolos y estándares de calidad con uno de los grupos líderes en sanidad privada en España. Así hemos impulsado nuevas inversiones en tecnología, ampliando nuestra cartera de servicios y garantizado una mejor atención al paciente.

¿CUÁNTOS PROFESIONALES TRABAJAN ACTUALMENTE EN VITHAS XANIT?

Nuestra plantilla supera los 1000 trabajadores, de los cuales más de 400 son médicos. Este crecimiento refleja nuestra evolución hacia un hospital de alta complejidad, capaz de ofrecer más de 40 especialidades médicas.

¿CÓMO LE GUSTARÍA QUE FUESE EL FUTURO DEL HOSPITAL?

Queremos seguir liderando la atención médica en Andalucía, ofrecer una atención cada vez más personalizada, apoyada en inteligencia artificial y cirugía robótica, sin perder nuestra excelencia asistencial y seguir siendo un hospital accesible para todos.

¿QUÉ MENSAJE LE GUSTARÍA TRANSMITIR A LOS CIUDADANOS QUE HAN CONFIADO EN VITHAS XANIT DURANTE ESTAS DOS DÉCADAS?

Quiero trasladarles nuestro agradecimiento sincero. Gracias por confiar en nosotros y por permitirnos cuidar de su salud y la de sus familias.



“Apostamos por la calidad asistencial y la innovación cuando no era lo habitual”

“Queremos brindar una atención más personalizada, apoyada en la IA y cirugía robótica”

TRES HITOS PARA EXPLICAR 20 AÑOS

Dos décadas de trayectoria pueden resumirse en tres momentos clave. El primero, la obtención y mantenimiento de la acreditación internacional JCI, que reforzó una cultura centrada en la seguridad del paciente y la mejora continua. El segundo llegó en 2022: una inversión de 16 millones de euros permitió duplicar la superficie del hospital hasta los 25.000 metros cuadrados, ampliar consultas, quirófanos, habitaciones y UCI. El tercero ha sido construir un modelo asistencial especialmente internacional, con equipos multilingües y circuitos adaptados para atender al paciente en su propio idioma y convertir a Xanit en referente sanitario de la Costa del Sol.



VOLOTEA ALCANZA TRECE DESTINOS DESDE EL AEROPUERTO DE MÁLAGA



Volotea ampliará su red desde Málaga a 13 destinos con la recuperación de la ruta a La Coruña el 6 de noviembre. La aerolínea operará cinco conexiones nacionales y ocho internacionales. La nueva ruta contará con dos vuelos semanales en invierno y tres en verano, con cerca de 37.500 asientos el primer año. En 2026, la compañía prevé ofertar más de 650.000 plazas desde el aeropuerto malagueño.

NUEVA ETAPA PARA JOSÉ CARLOS GARCÍA

El chef malagueño José Carlos García abrió el 28 de septiembre su nuevo restaurante en La Malagueta. Junto a Lourdes Luque, inicia una etapa más íntima y personal, con una propuesta centrada en producto, cocina mediterránea y atención cercana.



ALFIL PATRIMONIAL CIERRA UN AÑO RÉCORD

La compañía marbellí Alfil Patrimonial Socimi incrementó su beneficio más de un 21% y elevó un 37% el dividendo. Además, redujo su deuda un 5%, situando el apalancamiento en el 14%, y prepara nuevas inversiones inmobiliarias en Madrid y una nueva línea de negocio de residencias para profesionales.



SALLÉS HOTEL MÁLAGA CENTRO CUMPLE 25 AÑOS

El establecimiento, abierto en 2001, ha acompañado a Málaga mientras experimentaba una profunda transformación como destino urbano, cultural y turístico.

Sallés Hotel Málaga Centro celebra su 25 aniversario tras un cuarto de siglo ligado a la evolución turística de la capital. El establecimiento, que abrió sus puertas en 2001, ha aumentado durante este periodo su capacidad desde las 113 hasta las 147 habitaciones. El hotel conmemoró la efeméride con un encuentro en su Terraza Áurea que reunió a clientes, empleados, colaboradores y representantes del

sector turístico. Entre las iniciativas vinculadas a su trayectoria figuran el Festival de Málaga, La Noche en Blanco, diferentes congresos y propuestas musicales como Live The Roof. La gerente de Sallés Hotels, Yolanda Sallés Oriol, y el director del establecimiento, Enrique Ruiz, participaron en la celebración y reconocieron la labor de los profesionales que han formado parte del hotel durante estos años.

LA CREATIVIDAD SUCEDE. AUNQUE NO QUIERAS. EN LAS GRANDES IDEAS. Y EN LAS PEQUEÑAS. ESTÁ PRESENTE EN CADA DISCIPLINA. ARTÍSTICA O NO. ES VALIOSA. Y DA VALOR. SE ENTRENA. SE ENCIENDE. Y TE LLEVA A LO MÁS ALTO. SI SABES CÓMO.

FORMACIÓN A EMPRESAS

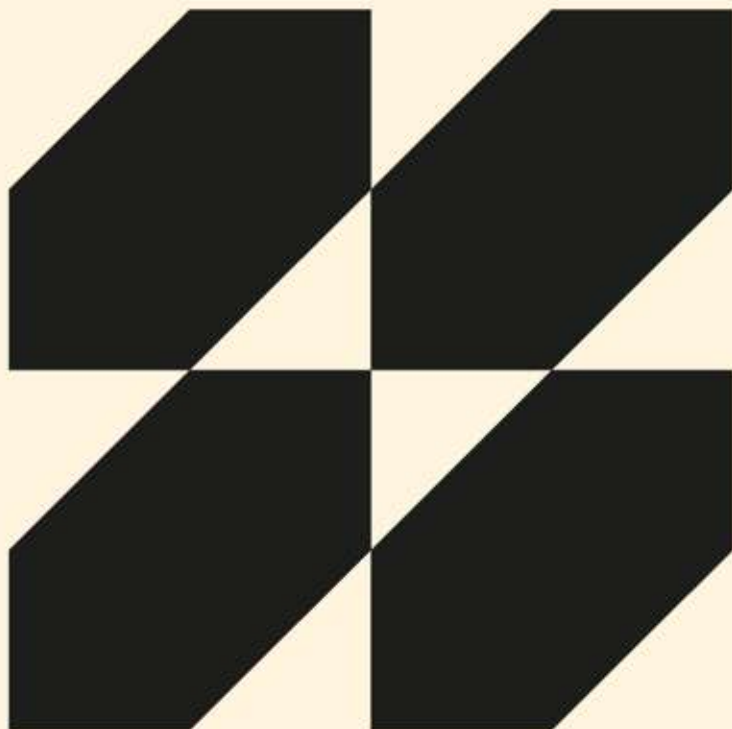
ESTRATEGIA

HACKATONES

IA

CREATIVIDAD

MASTERCLASSES



BY **elcuartel** AND **RK People** Group

LookHere®



Javier Ulecia y Miguel del Cañizo

Bioherent y AGPhotonics son las dos empresas malagueñas de Bullnet Capital, la gestora que invierte únicamente en proyectos de 'deep tech' en España desde 2001 y que prepara un tercer proyecto de semiconductores para traer a la Costa del Sol e impulsar desde esta ubicación.

25 años y 32 startups después, Bullnet Capital encuentra en Málaga sus casos "ejemplares"

"**M**i gran frustración es que Bullnet no haya invertido nunca en una empresa del Parque Tecnológico". Javier Ulecia y Miguel del Cañizo recuerdan esas palabras de Felipe Romera cuando su gestora de capital riesgo comenzaba a sonar fuerte por la actividad que lleva a cabo: invertir única y exclusivamente en 'deep tech' en España.

A punto de cumplirse 25 años de la primera operación que firmaron, Ulecia, Del Cañizo y su equipo -con Bruno Entrecanales como el primero en creer en su idea- ya atesoran experiencia, aprendizajes y cifras de vértigo. Se estrenaron a lo grande con Netspira, **una startup que Ericsson adquirió por 30 millones** y que fue una de las primeras compañías en las que han invertido hasta ahora.

Les impulsa una creencia clara: "Hay mucho talento tecnológico en nuestro país, aunque no lo sepamos

o no nos lo creamos. Lo que se necesita es apoyo para impulsar las innovaciones tecnológicas que van tomando forma".

TALENTO MALAGUEÑO EN CARTERA

De las 32 firmas por las que han apostado, dos de ellas tienen DNI malagueño, cumpliendo el deseo del actual director de Málaga TechPark: **Bioherent**, reconocida por sus diagnósticos in vitro de alergias a fármacos, y **AGPhotonics**, especializada en chips fotónicos. Ulecia las considera casos "ejemplares" que, como otras, mueven a la gestora a recorrer España para captar recursos.

A medio plazo se sumará un tercer proyecto vinculado a los "semiconductores" y "muy relacionado con la actividad de AGPhotonics". Está en un estadio inicial y nació en "un país muy lejano", pero su ideólogo tiene claro que lo traerá a la Costa del Sol, y ahí volverá a entrar en juego Bullnet

"La gestora ha movido 265 millones en 25 años, impulsando startups como Bioherent y AGPhotonics"

Capital. "En unos meses esperamos confirmar detalles de la operación", añade Del Cañizo.

IMPRESINDIBLES PARA BULLNET CAPITAL

La ejemplaridad de Bioherent y AGPhotonics radica en reunir las características que la gestora considera imprescindibles. La primera es que se trate de 'deep tech', "alta tecnología o tecnología profunda": soluciones basadas en descubrimientos científicos o ingeniería avanzada. Además, "solo

"Hay mucho talento tecnológico en nuestro país aunque no lo sepamos o no nos lo creamos."

Miguel del Cañizo



"No somos solo inversores financieros, sino que nos consideramos unos socios casi fundadores."

Javier Ulecia



invertimos en compañías que no venden producto al usuario final, sino a otras empresas".

La segunda, que la iniciativa se desarrolle en España. Se consideran "inversores de proximidad" porque su papel no es el de meros socios capitalistas: acompañan al equipo "en todos los procesos que sean necesarios. No somos solo inversores financieros, sino que nos consideramos unos socios casi fundadores", especifica Ulecia.

La tercera, el foco en "profesionales con muchos años de experiencia": "Invertimos en sitios donde la tecnología es el motor del modelo de negocio y esa tecnología no se consigue recién salido de la universidad".

La cuarta, que haya un mercado potencial lo bastante atractivo. Para devolver a los inversores múltiplos de lo aportado hay que vender las compañías por decenas de millones, "y eso requiere que haya músculo en ese sector".

El último factor clave es la conexión con la dirección del proyecto, porque debe "haber confianza mutua. Al equipo fundador hay que hacerlo crecer".

CÓMO LLENAR LA HUCHA

Bullnet Capital necesita cifras millonarias para lanzar las iniciativas que cumplen esos requisitos. Como sociedad de inversión colectiva, "levantamos vehículos que son fondos con capital". El primero reunió 20 millones de euros, invertidos en cinco empresas. Desde entonces han configurado hasta cinco de estos vehículos, y el último, que está terminando de cerrarse, aspira a los 90 millones.

Con él, el capital movido por la gestora en sus 25 años ascenderá a 265 millones de euros: 20 del primer fondo, 30 del segundo, 45 del tercero, 80 del cuarto y 90 del quinto.

En la imagen superior, parte del equipo de AGPhotonics. Debajo, sede de Bioherent en Málaga TechPark.



DESARROLLO DE NEGOCIO Y OPERACIÓN FINAL

Con los recursos ya en cartera llega el desarrollo de los negocios, que suele dilatarse un mínimo de 10 años y puede alcanzar los 20. "No nos rendimos pronto, ¿eh?", afirma Ulecia. Una vez alcanzados los objetivos marcados al inicio, llega la hora de la verdad: salir de las participadas.

Es la parte más compleja, porque hay que cerrar generando a los inversores la rentabilidad prevista. No existe una fórmula mágica, aunque sí indicativos que van marcando el camino. Ulecia resume así lo que define el éxito de una operación: "Siempre decimos que no vendemos startups, nos las compran". De momento, el saldo es muy positivo, con ventas a multinacionales del nivel de Ericsson, Samsung o Activision, entre otras.

LO QUE ESTÁ POR VENIR

Ulecia y Del Cañizo tienen claro que la estrategia seguirá siendo la de siempre, la misma desde que arrancaron el 1 de octubre de 2001: dar con emprendimientos prometedores, encontrar fuentes de financiación para darles alas y verlos crecer. Que se hagan mayores y dejarlos volar. Como anhelo, "encontrar algún family office o empresas malagueñas que se animen a apostar por el 'deep tech' y

seguir así ayudando a crear empleo de calidad y a llevar a cabo innovaciones que mejoren el mundo".

Bullnet Capital va a intervenir en un tercer proyecto de semi-conductores en Málaga

QUE SERÁN NOTICIA

SNACKS ESPACIALES

KURO&KAI

¿Qué tienen en común un hueso de aceituna, la comida de astronautas y un gato? Kuro&Kai. Esta startup malagueña, con **Celia Emily Casey** y **Mesut Akçin** al frente, ofrece arena de huesos de oliva y snacks liofilizados (la técnica usada para los astronautas) dirigidas a mascotas que conservan hasta el 98% de los nutrientes. Ya negocia con grandes cadenas de distribución y prepara su salto a Europa.



TURISMO A PEDALES

TECO MOBILITY

Pone la movilidad sostenible en la puerta del hotel. TECO Mobility, fundada en Málaga por **Miguel Ángel Del Pino** y **David Marcelino**, ofrece bicicletas eléctricas que se alquilan con pago contactless, sin app ni registro. Reconocida en la Call for Startups de Greencities y premiada en Alhambra Venture, prepara su expansión por Europa y, más adelante, Latinoamérica.



APARCACOCES VIRTUAL

DOOBL

Se invierten entre 10 y 15 minutos al día en encontrar aparcamiento. Con ese cálculo sobre la mesa, la startup malagueña Doobl, con **Jaume García** al frente, puso en marcha una idea que ya es realidad: lanzar una app para encontrar estacionamiento con IA. Suman ya 5.500 usuarios entre Málaga y Palma de Mallorca, ciudades donde está disponible, y buscan inversores para crecer.



TRANSPARENCIA SEGURA

AnonimizIA

Anonimizar bien no es tapar con un rectángulo negro los datos clave del DNI. Eso defiende oGov, que con este desarrollo usa IA para detectar información personal, entender el contexto y ocultarlos antes de publicar. Esta tecnológica malagueña, con **Ana Gloria Gómez** al frente, trabaja con casi 200 administraciones y ha ganado su primera licitación con la Gerencia de Urbanismo de Sevilla.



EN BUENAS MANOS

HARMONY ACADEMY

Formar a los profesionales quiromasajistas que les costaba encontrar. Con esa idea, **Noelia Castillo** y **Emilio Andrés**, matrimonio al frente de Harmony Sanctuary, han creado Harmony Academy. Su 'Curso de Quiromasaje Superior' suma 300 horas, grupos reducidos y prácticas con clientes reales en sus centros de la Costa del Sol. La escuela, en pleno centro de Málaga, abre en octubre.



VENTANAS DE OPORTUNIDAD

AGTECH

La agricultura consume cada vez más tecnología. Sensores, IA, automatización y gestión inteligente del agua abren oportunidades para nuevas soluciones y servicios.



CIBERSEGURIDAD

La digitalización multiplica los puntos vulnerables. Protección de datos, sistemas industriales y pymes generan una demanda creciente de especialistas y soluciones accesibles.



SALUD MAMARIA DIGITAL

CUIMA

¿Pueden salir las cuentas cuando el objetivo es ayudar? **Rocío Fernández** trabaja para que así sea. Al frente de Cuima, plataforma malagueña que ofrece información y recursos sobre el cáncer de mama, diagnosticado a tres personas al día en Málaga. Como fuente de ingresos, las videoconsultas y una tienda avalada por profesionales. Ha empezado ya a recibir visitas de Madrid y Barcelona.



ARITMO DE IA

ALL MUSIC WORKS

¿Cuánto cuesta producir un videoclip? All Music Works calcula que 150.000 euros y conlleva seis meses de producción; con IA, 10.000-50.000 euros y en 4 semanas estaría listo con la solución de esta startup malagueña.

Carlos Zehr está al frente, apostando por IA generativa para toda la cadena musical: canciones, vídeo, lanzamiento... En julio triunfó en el Keiretsu Forum Andalucía y busca financiación para desarrollar el proyecto.



IA AL HABLA

DIGA

Agente de voz, automatizaciones y telefonía en un mismo sitio. Esta es la herramienta que **Javier Montes, Gabriel del Corral** y **Antonio Mancera** echaban en falta cuando construían agentes de IA para empresas. Esta spin-off de la UMA ya ofrece soporte en 90 idiomas y se conecta con más de 600 herramientas. En mayo captó 300.000 euros de inversores del sector de las telecomunicaciones.



NUEVAS RESPUESTAS

Movilidad, alimentación/ pet tech, Govtech, salud, IA/software B2B, industria musical y formación especializada

Entre diez y quince minutos al día buscando aparcamiento. Tres diagnósticos de cáncer de mama cada día en Málaga. Expedientes de miles de páginas que todavía hay que revisar a mano. Un videoclip que puede tardar meses en producirse y costar una fortuna. La dificultad para encontrar profesionales especializados. Detrás de cada dato hay un reto, una oportunidad de negocio y, detrás de cada desafío, una startup malagueña que busca una forma diferente de resolverlo: con IA, liofilización, movilidad sostenible, formación especializada o ingenio circular.

Movilidad, salud, administración, mascotas, software, música y formación. Siete sectores, siete retos y un mismo escenario: Málaga. Proyectos que ya tienen usuarios, clientes, primeras ventas o inversión y que ahora afrontan el siguiente paso: convencer a inversores, conquistar nuevos mercados, cerrar acuerdos y crecer desde aquí. Estos son los emprendedores que serán noticia.

LONGEVIDAD

Más población mayor y la prolongación de la esperanza de vida impulsan nuevos servicios de cuidados, tecnología asistencial, vivienda adaptada y soluciones para la autonomía personal.



DEFENSA TECNOLÓGICA

Europa está elevando su inversión en defensa y tecnología. Drones, sensores, comunicaciones, ciberseguridad y electrónica abren nuevos mercados industriales.





S.Lab, la tecnología que sobrevivió a una guerra y ahora fabrica desde Málaga los envases del futuro

Julia Bialetska y Eugene Tomilin (derecha).

«Otro producto verde» no era suficiente. Julia Bialetska y Eugene Tomilin querían sustituir de verdad al poliestireno y para ello han unido micelio, residuos agrícolas y una tecnología pensada para la escala industrial que ya utilizan multinacionales de la talla de L'Oréal y Nespresso.

Antes de convertirse en una compañía de tecnología industrial, S.Lab fue una pregunta. ¿Cómo podían una bioquímica y un ingeniero usar sus conocimientos para responder a uno de los problemas más visibles del modelo de consumo? La respuesta empezó a tomar forma en una playa de Indonesia, donde Julia Bialetska y Eugene Tomilin encontraron plástico acumulado en las aguas turquesas de un lugar paradisíaco.

Aquella experiencia evidenció “la contradicción entre disfrutar de un entorno natural y comprobar el impacto de los hábitos de consumo”, explica Julia, y marcó el inicio de una investigación que buscaba algo más que “otro producto verde”: una alternativa capaz de sustituir materiales convencionales, como el poliestireno, en aplicaciones reales. De esa búsqueda nació una tecnología basada en micelio y residuos agrícolas que hoy S.Lab

En la actualidad están colaborando con inversores españoles para cerrar una ronda de financiación de 2,5 millones

desarrolla desde Málaga y que permite poner en el mercado envases sostenibles que ya han aplicado grandes marcas como L'Oréal y Nespresso.

DEL RESIDUO AGRÍCOLA AL PRODUCTO

El micelio fue así de sus primeros hallazgos: actúa como un aglutinante natural. “Crece alrededor de residuos agrícolas, los conecta y genera una estructura ligera, resistente y aislante”, apuntan Julia y Eugene. Junto a él, el cáñamo, aunque pueden trabajar con distintos residuos según su disponibilidad.

El reto pasó entonces de encontrar más materiales a convertir “un proceso biológico variable en una plataforma industrial estable, repetible y escalable”, refiere Julia Bialetska. Para ello, S.Lab ha desarrollado tecnología propia para la esterilización continua, el crecimiento en cámaras cerradas y el conformado automatizado.

Otro producto verde no era suficiente": así crearon en Málaga una alternativa real al poliestireno

DE LA INVESTIGACIÓN A LA INDUSTRIA

Esta propuesta se ha validado gracias a multinacionales como las citadas y hoy suministra productos a cuatro sectores diferentes: cosmética, electrónica y tecnología, moda y decoración y hogar. "La base tecnológica es la misma, pero el producto final nunca es exactamente igual", explican. Cada ámbito requiere "ajustes en composición, densidad, geometría, grosor o acabado": en electrónica prima la absorción de impactos; en cosmética, la estética.

S.Lab ha desarrollado además un conformado robotizado sin moldes que permite modificar diseños con rapidez y facilita las series iniciales pequeñas. A eso se añade que sus minifábricas modulares adecuan su capacidad conforme crece la demanda: cada módulo produce en torno a 20.000 piezas al mes y puede situarse cerca de los clientes o de las fuentes locales de residuos.

El camino hasta esta estructura industrial actual ha sido progresivo: de las muestras y los procesos manuales a una producción cuyo aprendizaje vuelve al laboratorio, y de un núcleo reducido de profesionales a hasta veinte personas en momentos concretos de picos de trabajo.

MÁLAGA COMO PLATAFORMA DE CRECIMIENTO

Julia y Eugene cuentan su historia desde Coín, a miles de kilómetros de su Ucrania natal. Tuvieron que abandonar su país por la guerra y en Málaga hallaron un entorno donde reconstruir el proyecto. Startup Wise Guys fue uno de los primeros apoyos y Alhambra Venture abrió la puerta a la Junta de Andalucía, Andalucía Empeñe y el CADE de Coín, donde instalaron el laboratorio y la producción piloto. Bialetska valora tener cerca "fuentes locales de recursos agrícolas".

Impulsado al principio por business angels, el proyecto sumó financiación no dilutiva y programas europeos de I+D y validación industrial. Después llegó una inversión de 250.000 libras de Inclusive & Sustainable Ventures, en un programa vinculado a Morgan Stanley. Ahora trabaja con dos inversores españoles para cerrar una ronda seed de 2,5 millones de euros.



MÁLAGA COMO PUNTO DE PARTIDA

El 24 de febrero de 2022 cambió de forma abrupta el rumbo de S.Lab. Julia Bialetska y Eugene Tomilin tuvieron que abandonar Ucrania con sus hijos cuando la empresa estaba a las puertas de entrar en su fase industrial. Dejaron atrás casa, equipos y años de trabajo, pero no el proyecto. Tras pasar por Hungría e Italia, España apareció como una opción para reconstruir la compañía. Málaga terminó convirtiéndose en su nueva base gracias, entre otros apoyos, a Startup Wise Guys y al ecosistema emprendedor andaluz. El paso por el CADE de Coín permitió recuperar laboratorio y producción piloto. Hoy, más de cuatro años después de aquella salida, S.Lab trabaja desde Andalucía con clientes y socios internacionales, un equipo multidisciplinar y una estrategia centrada en escalar su tecnología. Lo que comenzó como una huida para ponerse a salvo se ha convertido en una nueva etapa empresarial con Málaga como punto de partida.

El objetivo es escalar una plataforma tecnológica y un modelo industrial replicable, con producción directa y, a futuro, socios y licencias en otros mercados. Lo que empezó como una pregunta frente al plástico se enfrenta hoy a otra, mucho más empresarial: cómo llevar una solución validada hasta una escala capaz de competir en mercados globales.



La UMA abre una nueva etapa en la formación permanente con más de 135 títulos

El nuevo Centro de Formación Permanente afronta su primer curso de pleno funcionamiento con másteres, diplomas, enseñanzas de extensión y 50 microcredenciales orientadas a la actualización profesional.



Permanente, **20 Diplomas de Especialización** y Experto Universitario, **30 Enseñanzas Propias** de Extensión Universitaria y **50 Microcredenciales** Universitarias. Una oferta que, además, seguirá incorporando nuevos títulos a lo largo del curso.

DE LA ODONTOLOGÍA A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

El abanico de materias refleja hasta qué punto la formación permanente busca acercarse a necesidades profesionales muy concretas. Entre las novedades aparece un itinerario de alta especialización en odontología compuesto por tres másteres centrados en implantología y cirugía bucal, ortodoncia y ortopedia dentofacial y ortodoncia clínica avanzada.

El área sanitaria suma también programas relacionados con el pie diabético y de riesgo o la microbiota vaginal y endometrial humana. Fuera de este campo aparecen propuestas sobre educación para el bienestar y la felicidad en la era de la inteligencia artificial, liderazgo y pensamiento estratégico aplicado a la oratoria y el debate o dirección de despachos de administración de fincas.

La oferta alcanza igualmente ámbitos como la gestión e innovación de museos, cambio climático y salud humana, ventilación mecánica, soporte respiratorio avanzado o ingeniería aplicada al modelado y la fabricación digital.

La formación universitaria ya no termina necesariamente con un grado o un máster. En un mercado laboral que cambia con extrema rapidez, actualizar conocimientos y adquirir nuevas competencias se ha convertido en una necesidad transversal para profesionales de prácticamente cualquier sector. La Universidad de Málaga quiere ganar terreno en este ámbito y estrena durante el curso 2026/2027 su Centro de Formación Permanente (CFP-UMA), que reúne una oferta de más de 135 títulos propios.

La programación combina formatos, duración y modalidades diferentes para facilitar su compatibilidad con la actividad profesional diaria. En concreto, el portfolio incluye **34 Másteres** de Formación

La oferta reúne 34 másteres, 20 diplomas de especialización y experto, 30 enseñanzas de extensión universitaria y 50 microcredenciales, con nuevos títulos que se incorporarán durante el curso.

FORMACIÓN EN PEQUEÑAS DOSIS

Uno de los formatos que gana peso son las microcredenciales universitarias. La UMA ofrece 50 este curso, concebidas como enseñanzas de corta duración que permiten adquirir competencias específicas o actualizar conocimientos sin afrontar necesariamente programas académicos de larga duración.

Su flexibilidad permite además integrarlas en itinerarios formativos más amplios. Parte de estas enseñanzas cuenta con bonificaciones en la matrícula gracias a la colaboración de entidades como Fundación Unicaja y Banco Santander.

MÁS CERCA DE LA EMPRESA

La conexión con el mercado laboral constituye otra de las piezas de este modelo. Los títulos se desarrollan en colaboración con empresas, entidades públicas y organizaciones del tercer sector, una relación que acerca los contenidos a la realidad profesional y facilita la realización de prácticas.

El curso 2026/2027 será, además, el primero de pleno funcionamiento del CFP-UMA. Por primera vez, la Universidad cuenta con una estructura académica específica para planificar, coordinar, gestionar y evaluar de forma integral sus enseñanzas propias de formación permanente.

El nuevo centro acerca la formación a las necesidades profesionales mediante programas flexibles y la colaboración con empresas y entidades públicas.

La puesta en marcha del centro coincide con la entrada en vigor de un nuevo Reglamento de Enseñanzas Propias, que introduce una regulación más flexible y simplifica procedimientos administrativos. Un nuevo marco para un escenario en el que regresar periódicamente a las aulas empieza a formar parte de la vida profesional tanto en el sector público como en el privado.

UNA ESTRUCTURA PROPIA PARA MIRAR AL MERCADO LABORAL

El Centro de Formación Permanente supone algo más que agrupar la oferta de títulos propios de la UMA. El CFP-UMA nace como una estructura académica específica encargada de ordenar estas enseñanzas y desarrollar nuevos programas ligados a las necesidades sociales y profesionales. Entre sus funciones estarán también promover iniciativas nacionales e internacionales, desarrollar convocatorias de becas y ayudas y abrir nuevas vías de colaboración con entidades públicas y privadas. El objetivo es disponer de una estructura

capaz de adaptar con mayor agilidad la formación universitaria a profesionales que necesitan actualizar conocimientos y adquirir nuevas competencias a lo largo de su carrera.







ENSEÑANZAS PROPIAS

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- MÁSTERES DE FORMACIÓN PERMANENTE
- DIPLOMAS DE ESPECIALIZACIÓN
- DIPLOMAS DE EXPERTO

- MICROCREDENCIALES UNIVERSITARIAS
- EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

> <https://www.uma.es/ensenanzas-propias/>



Restaurante Matiz, muy malagueño y detallista

¿CÓMO ES?

Situado en pleno centro de Málaga, Matiz es el restaurante del hotel Catalonia Molina Lario. Dispone de diferentes ambientes pensados para cada ocasión, desde un picoteo informal en la terraza o en el elegante bar, hasta un cuidado menú degustación a cargo de Pablo Molina, solven- te chef del restaurante, que cambia según la temporada y el mercado.

La cocina de Matiz, que tiene como eje fundamental la calidad del producto, es muy detallista, creativa y llena de matices, el nombre del restaurante no es casualidad. Pero también, es una cocina sensata, sin extravagancias y, sobre todo, muy malagueña, con numerosas referen- cias a nuestra gastronomía.

NOS GUSTÓ POR...

La carta es muy apetecible, en la zona del bar ofrece platos perfectos para compartir, como las croquetas cremosas de jamón con velo de ibérico, la tabla de lomo ibérico Dehesa de los Monteros, la ensaladilla rusa con ventresca, con una sabrosa ma- yonesa de arbequina y picual o incluso un lomo de simmental madurado, con excelentes patatas fritas.

En el restaurante, hay un reco- mendable menú degustación, pero también una carta con propues- tas más atrevidas que las del bar. Muchas de ellas de inequívoco sabor malagueño como la "porra de zana- horia morada de Cuevas Bajas con berberechos" o el "canelón de chivo malagueño con portobello y su jugo trufado".



MATIZ

Precio · 50€

Dirección · Calle Bolsa, 14,
29015 Málaga

Tel · 952 57 96 73

Entre los platos más creativos, destaca el "pez limón en jugo cítrico". Es una maravilla en cuanto a combi- nación de sabores, un plato brillante, con personalidad, pero de inteligente equilibrio... Al igual que la tartaleta de Boquerón Victoriano con encurtidos y toque cítrico, que me sirvieron de aperitivo, una delicia. La ventresca de atún rojo con manzana Granny Smith, magnífica combinación, es otro gran plato. Y el steak tartar sobre tuétano asado hará las delicias de los más carnívoros. Los postres mantienen el nivel, y de nuevo gui- ño a Málaga con el fresco y sabroso "sorbete de mango de la Axarquía y Tajín, sopa de mango, coco y lima".

La carta de vino, bien planteada, incluye numerosas referencias ma- lagueñas. El servicio es excelente, profesional y muy atento y los pre- cios más que razonables. Sin duda, Matiz es uno de esos restau- rantes que siempre hay que tener en cuenta.



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



80 Grados abre su primer restaurante en Málaga

El restaurante 80 Grados con una propuesta basada en la cocina creativa servida en formato de mini platos pensados para compartir y, con varios locales en Madrid y otro en Bilbao, ha inaugurado su primer restaurante en Málaga en la zona del Soho.

El concepto del restaurante parte de una cocina tradicional contemporánea con un enfoque innovador. Su nombre hace referencia a una de sus señas de identidad:

siempre que la elaboración lo permite, los alimentos se cocinan a “fuego lento”, a menos de 80 grados, para preservar e integrar sabores y propiedades.

La carta incluye croquetas, huevo trufado, hamburguesa cantonesa, raviolis de chili crab, falso risotto... Y con motivo de la apertura en Málaga, han creado una interpretación del gazpachuelo, elaborada con un caldo preparado con los ingredientes tradicionales del plato

y acompañada de tartar de gambón, lima, pan de gambas y aire de mantequilla tostada. Y solo estará disponible en unidades limitadas durante el periodo de inauguración.

80 GRADOS

Precio · 25€

Dirección · Alameda de Colón, 17, 29001 Málaga

Tel · 686 56 41 82



CLOS LOJEN, UN GRAN VINO A EXCELENTE PRECIO

Clos Lojen es uno de los vinos más conocidos de Bodegas Ponce, y del que todo el mundo habla, elaborado con 100% Bobal de viñedos de entre 40 y 60 años en la D.O. Manchuela. Tras una crianza de siete meses en grandes cubas de roble francés, busca expresar el carácter de la variedad y del terruño. Aromas de cereza, mora y hierbas de monte. En boca es fresco, jugoso, con taninos suaves y un final limpio y persistente

Precio · 8,50 €



ACILIA, EXCELENTE ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA DE ANTEQUERA

Acilia es un aceite de oliva virgen extra de la Vega de Antequera de recolección temprana, elaborado exclusivamente con aceituna hojiblanca cultivada en el Cortijo de Pozoancho, con Paco García al frente.

Aromas de hierba recién cortada, almendra... Limpio, equilibrado, amargor suave y picante progresivo. Una delicia.

Precio · 14,5 €



Las Dunas de Artola: empieza el otoño en la playa

Dentro del incomparable marco de playas arenosas y aguas cristalinas, en Cabopino, al límite del

municipio con Mijas, se esconde una de las bellezas naturales de Marbella, las Dunas de Artola. En estas dunas se encuentra también la famosa

Torre de los Ladrones (Bien de Interés Cultural), y que según se apunta es originaria de la época romana.

Estas dunas nacieron gracias al viento proveniente del noreste y las corrientes litorales que aportaron la arena hasta formar el cordón de dunas que se hacen patente en una veintena de kilómetros.

Se pueden distinguir tres tipos de dunas, las conocidas como las de playa, con un cierto movimiento; las dunas móviles inactivas que se encuentran cubiertas de vegetación; y con menos incidencia las conocidas como dunas fósiles inmóviles, que se encuentran dentro de un extenso pinar.

Las Dunas de Artola ofrecen al visitante un espectáculo poco habitual de belleza natural, encontrándose ajenas al urbanismo costero. ¿Te animas a disfrutar del principio de otoño viendo una puesta de sol desde aquí? Nosotros te lo recomendamos al 100%.



El aliado de la movilidad familiar

Se acabó el alquiler de coches para solo un momento. Si estas de vacaciones familiares y necesitas ir puntualmente en coche a algún lugar Cafiby te ofrece una categoría especial para viajar con los más peques. Concretamente el vehículo incluye un Sistema de Retención Infantil (SRI) homologado para que tú y los tuyos podáis disfrutar al máximo.

Un empresario y la evolución de un sector

Hay empresas cuya historia acaba confundida con la del territorio en el que nacieron. **'Brígido Sepúlveda. Ingenio para la conquista del confort'**, es el libro con el que Proinsermant conmemora su 45 aniversario y que recoge por primera vez la trayectoria personal y empresarial de su fundador.

Esta obra, escrita por la periodista **Carmen Durán**,



reconstruye el camino de quien convirtió una pequeña empresa familiar en una referencia nacional de la ingeniería

aplicada al confort residencial. Además, retrata la transformación de Marbella desde finales de los setenta y el crecimiento de un mercado residencial que hoy figura entre los más relevantes de Europa. La publicación tiene un carácter solidario ya que destinará íntegramente su recaudación a la Asociación de Familiares de Enfermos de Alzheimer de Marbella.



Naturaleza Viva llenó el verano en Plaza Mayor

El verano llegó con una nueva propuesta de ocio en Málaga, concretamente en Plaza Mayor. El centro comercial, gestionado por Sonae Sierra, estrenó el pasado 17 de julio 'Naturaleza Viva', un espectáculo inmersivo que transformó sus instalaciones en un escenario donde la música, la danza, las acrobacias y el teatro invitaron al público a vivir una experiencia diferente inspirada en la naturaleza.

La iniciativa, que combinaba creatividad, cultura y diversión, se desarrolló durante tres fines de semana consecutivos, del 17 de julio al 1 de agosto, con representaciones los viernes y sábados. Cada jornada comenzaba con un desfile por las principales calles del centro comercial y culminaba en la plaza principal con este espectáculo.

UN VIAJE AL BOSQUE DORADO

La propuesta giraba en torno al Bosque Dorado, un universo fantástico en el que la Madre Naturaleza ha perdido su voz y necesita la ayuda de quienes la visitan para recuperarla. A través de personajes inspirados en el mundo natural, coreografías, música, acrobacias y efectos visuales, el

espectáculo proponía una experiencia participativa que combinaba entretenimiento con un mensaje de respeto y cuidado del medio ambiente.

Más que una representación convencional, 'Naturaleza Viva' buscaba que cada visitante se convirtiese en parte activa del relato, integrándose en una puesta en escena diseñada para sorprender.

Plaza Mayor reforzaba así su apuesta de convertirse cada verano en un espacio de encuentro y ocio para toda la familia, haciendo de la visita una experiencia que va más allá de las compras y permite disfrutar de propuestas que fomentan el tiempo compartido en familia y el entretenimiento.

TALENTO MALAGUEÑO EN EL ESPECTÁCULO

La producción llevó el sello de Producciones Merlín, empresa malagueña especializada en entretenimiento cultural con más de dos décadas de trayectoria. El espectáculo fue concebido y producido íntegramente en Málaga, desde el diseño del vestuario hasta la dirección artística y las coreografías, poniendo en valor el talento creativo de la provincia.

Inspirado en los grandes espectáculos de circo contemporáneo, el montaje apostó por una cuidada escenografía y una propuesta artística en la que convergían distintas disciplinas escénicas para ofrecer una experiencia inmersiva.




[VER MÁS](#)

AMUPEMA ENTREGA SU XIV GALARDÓN VICTORIA

La Asociación de Mujeres Profesionales y Empresarias de Málaga (Amupema) reunió en La Pérgola del Mediterráneo a un centenar de empresarias de toda Andalucía para celebrar la entrega de sus reconocimientos.


[VER MÁS](#)

SE INAUGURA OFICIALMENTE ÁUREA PALACIO DE LA TINTA

El Áurea Palacio de la Tinta celebró el pasado 10 de septiembre su inauguración oficial con cerca de 200 invitados del mundo empresarial, institucional y social de Málaga.





VER MÁS

ABANCA INAUGURA NUEVA OFICINA EN MÁLAGA

La entidad financiera inauguró un nuevo centro en el número 6 de Alameda de Colón. Este reúne una oficina comercial, servicios especializados para empresas y banca privada y dependencias de la Dirección Territorial Sur.



VER MÁS

NUEVA ETAPA PARA DILS LUCAS FOX

Dils Lucas Fox ha inaugurado a mediados de septiembre su nueva oficina en Málaga, situada en el Paseo Marítimo Pablo Ruiz Picasso. La compañía reunió a representantes del tejido institucional, empresarial e inmobiliario, además de clientes y colaboradores.





VER MÁS

ONDA CERO ENTREGA SUS PREMIOS MÁLAGA AVANZA 2026

Dekra, Fuerte Group Hotels, Pinturas Andalucía, Pan Piña y Mi Colchón son los galardonados en esta edición 2026 de los premios promovidos por Onda Cero que se entregaron el pasado 24 de septiembre.



VER MÁS

TRAZO BY DOÑA FRANCISQUITA ABRE SUS PUERTAS

El nuevo restaurante, ubicado en el Colegio Oficial de Arquitectos de Málaga, supone el regreso de Doña Francisquita a sus orígenes como restaurante coincidiendo con el 35 aniversario de la compañía.





MÁLAGA ELIGE A SUS REFERENTES 2026
El Teatro Cervantes acogió el 17 de septiembre estos premios, que distinguieron a ocho referentes de la ciudad. Gran Hotel Miramar, Safamotor, Aganova, Funes, Carlos Álvarez, Teléfono de la Esperanza, 'Pantallas Saludables' y Aula del Mar.



HCP ARQUITECTOS CUMPLE 40 AÑOS
La firma malagueña de arquitectura e ingeniería celebró a principios de septiembre su aniversario en Málaga junto a clientes, empleados y colaboradores y presentó su nueva identidad de marca.





VER MÁS

MELIÁ PRESENTA HACIENDA DEL MAR MELIÁ COLLECTION

El hotel, situado junto a la playa de El Padrón, en Estepona, se inauguró en julio con un acto que reunió a representantes institucionales, empresarios y personalidades del mundo social.



VER MÁS

SALLÉS HOTEL MÁLAGA CENTRO CELEBRA 25 AÑOS

El hotel celebró a mediados de septiembre su aniversario repasando su trayectoria en estos 25 años. Celebraron un encuentro que reunió a clientes, empleados, colaboradores y representantes del sector turístico.



VER MÁS

MÁLAGA CUENTA CON NUEVA CÓNsul

La nueva cónsul honoraria de Noruega en Málaga, Sandra García Torres, fue presentada oficialmente el pasado 21 de septiembre durante una recepción celebrada en los Jardines del Museo Picasso.





La solidaridad malaguista también juega su partido fuera del césped

La Fundación Málaga CF recogió durante septiembre un centenar de kilos de ropa para ayudar a colectivos en situación de vulnerabilidad de Málaga.

La solidaridad también encontró su espacio en La Rosaleda durante el mes de septiembre. La Fundación Málaga CF puso en marcha la campaña 'Sácale partido a tu ropa', una iniciativa que consiguió recoger 100 kilos de prendas gracias a la colaboración de los aficionados malaguistas.

La iniciativa trasladó la acción social del club a las gradas aprovechando dos jornadas de partido. Los seguidores pudieron depositar sus prendas en los puntos de recogida instalados en la tienda oficial y en las puertas 14 y 16 de La Rosaleda durante los encuentros disputados frente al Levante y el Villarreal.

Toda la ropa recogida tuvo además un destino cercano. Las prendas fueron destinadas a AFESOL y La Casa de la Buena Vida, dos entidades que trabajan en Málaga



con colectivos en situación de vulnerabilidad.

La campaña permaneció activa hasta finales de septiembre y habilitó un último punto de entrega en la tienda Rosaleda para quienes quisieran sumarse. Un gesto tan cotidiano como revisar el armario y entregar aquello que ya no se utiliza permitió reunir un centenar de kilos de ropa y convertir la participación de la afición en ayuda directa. Una acción sencilla con la que la Fundación volvió a llevar el escudo del Málaga CF más allá del terreno de juego.



"Sácale partido a tu ropa" convirtió dos jornadas en La Rosaleda en una oportunidad para ayudar a quienes más lo necesitan.

Sebastián Fernández, 'Basti' (bajo estas líneas) es embajador y coordinador del área social de la Fundación Málaga CF.



EN VIDA ECONOMICA.COM



PRINCESA SÁNCHEZ

Presidenta de AJE Málaga

«HACER EMPRESAS MÁS GRANDES». Primera mujer al frente de AJE Málaga, quiere reforzar la asociación como red de apoyo y ayudar a crecer a las empresas con menos trabas administrativas.



VERÓNICA NÚÑEZ

Fundadora de Alfar Tierra Cocida

DEL BARRO AL MUNDO. De un pequeño taller en los Montes de Málaga a fabricar 125.000 piezas al año. Alfar Tierra Cocida lleva hoy su cerámica artesanal a 35 países



JUAN MANUEL ROSILLO

Presidente de ACP Málaga

FALTAN 70.000 VIVIENDAS. Málaga acumula un déficit de más de 70.000 viviendas. Rosillo analiza las causas de la escalada de precios y descarta un cambio de ciclo inmobiliario.



FUERA DE CASA

Empresas malagueñas por el mundo

MÁLAGA COMPITE LEJOS DE CASA. Tecnología, alimentación, moda, industria o salud: empresas nacidas en la provincia han encontrado fuera de nuestras fronteras oportunidades de crecimiento.

PROTAGONISTAS EN ESTA EDICIÓN...



80 GRADOS, 89
 ABANCA, 71
 ACIA, 70
 AGROJARDÍN, 56
 AIRZONE, 59
 ALFIL PATRIMONIAL SOCIMI, 78
 ALL MUSIC WORKS, 83
 ANDALUCÍA TRADE, 17
 ANINVER, 63.
 ANONIMIZIA, 82
 ÁUREA PALACIO DE LA TINTA, 58
 AYTO. DE ALHAURÍN DE LA TORRE, 20
 AZZYAT, 71
 BIC EURONOVA, 66
 BULLNET CAPITAL, 80
 BUNZL, 64
 CAJA RURAL DEL SUR, 70
 COONIC, 67
 CORDIA, 44
 CUIIMA, 83
 DBR AUTOMATION, 62
 DCOOP, 67
 DIGA, 83
 DILS LUCAS FOX, 63
 DOÑA FRANCISQUITA, 74
 DOOBL, 82
 EL CUARTEL, 62
 EL PUERTO DE MÁLAGA, 22
 ENDESA, 59
 FACCSA-PROLONGO, 68
 FERMENTO, 66
 FRUTAS MONTOSA, 28
 FRUTAS Y VERDURAS ELADIO, 11 Y 58
 FUERTE HOTELES, 66
 GARANTIA, 65
 GRUPO ABU, 71
 GRUPO INSUR, 48
 GRUPO VEGA, 59
 GUAMAR, 42
 HARMONY ACADEMY, 82
 HCP ARQUITECTOS, 52
 HIDROINGENIA, 60
 HM HOSPITALES, 59
 HOWDEN, 70
 JOSÉ CARLOS GARCÍA, 78
 KADANS, 74
 KURO&KAI, 82
 LA GIOCONDA, 74
 LY COMPANY, 25
 MAKYRE, 66
 MICOLCHÓN, 66
 MUSCLE CULT, 72
 MYRAMAR, 50
 NAIZ HOMES, 62
 PROINSERMANT, 54
 QUANTEXA, 70
 RESTAURANTE MATIZ, 88
 S. LAB, 84
 SALLÉS HOTEL, 78
 SAVILLS, 46
 SIMED, 19
 STARLITE OCCIDENT, 10
 TECO MOBILITY, 82
 UNICAJA, 59, 62 Y 65
 UNIVERSIDAD DE MÁLAGA, 86
 UNIV. EUROPEA DE ANDALUCÍA, 65
 VITHAS XANIT, 76
 VOLOTEA, 78
 WEHOP, 58
 ZABALA INNOVATION, 70



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.



Programa de Aceleración de Empresas Turísticas

Formación y consultoría avanzada



Mentoring estratégico



Red de contactos



Visibilidad



Búsqueda de apoyo en la financiación



costadelsolmalaga.org/tourismhub

