



CADA DÍA EN  
VIDAECONOMICA.COM

MAYO | Nº 120  
2025

# vida económica

LA REVISTA EMPRESARIAL DE MÁLAGA

## MÁLAGA FRETE A LOS ARANCELES

COMERCIO EXTERIOR. MÁLAGA, CON SU VOCACIÓN  
EXPORTADORA, ENFRENTA EL RETO DE ADAPTARSE  
A UN ENTORNO COMERCIAL INCIERTO



### UN NEGOCIO NACIDO EN REDES

Con 36 locales en dos años, la malagueña Japanese Head Spa quiere relajar cabezas en los cinco continentes.

### PLÁSTICOS IMA CONQUISTA EL MUNDO

Desde Archidona, exporta buena parte de su producción a 38 mercados.



JOSÉ MANUEL MONTALVO DIRECTOR GENERAL DE GRUPO PREMIUM



# COVEI, CONCESIONARIO OFICIAL IVECO

Visítanos y descubre  
todos nuestros servicios.



## MÁLAGA

Pol. Ind. Guadalhorce,  
Ctra. Azucarera – Intelhorce nº 78  
29004 · Málaga  
952 176 633



## MAYO Nº 120



EDITA **PUBLICACIONES AVI S.L.**

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

REDACCIÓN **MARÍA J. SÁNCHEZ**  
**ADRIÁN RECIO**  
**JOSÉ CABELLO**  
redaccion@vidaeconomica.com

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

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

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

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

**vida económica**

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



## LAS QUE SERÁN

DAVID DELGADO. DIRECTOR  
ddelgado@vidaeconomica.com

**H**ace unos días tuvo lugar la entrega de premios a los jóvenes empresarios malagueños en la Diputación de Málaga. La gala, que cada año organiza AJE, es un encuentro de inspiración, fuerza e 'insultante' juventud.

El nombre de una de las empresas premiadas plasmaba toda una declaración de intenciones: **Comienzos**. Esta iniciativa es un espacio creado por la joven psicóloga Laura Bernal para jóvenes y adolescentes con la intención de construir habilidades para la vida y el emprendimiento profesional.

A pesar de que hay estudios que predicen que la mitad de los proyectos empresariales fracasan antes de alcanzar los cinco años de vida, el espíritu que se respira cada año en estos premios hace pensar lo contrario. Comienzos y los otros 13 proyectos que disputaban ser Iniciativa Emprendedora 2025 serán las que aspiren a competir en un futuro por el premio de la otra categoría, Trayectoria Empresarial, dejando testimonio de que son lo que alguna vez soñaron. Este fue el caso de la ganadora **Clave 3**, de la empresaria Manuela Aránega.

En las más de 100 informaciones que ilustran esta edición de mayo se habla de innovación, de comienzos y de crecimiento en sus distintas fases. En la entrevista central, el protagonista es José Manuel Montalvo, un emprendedor que cambió la ingeniería (y la banda de Mister España) por liderar, junto con sus dos socios, un grupo hotelero y de restauración en crecimiento.

La actualidad, sin embargo, nos hace mirar al exterior. En pleno debate arancelario, nos preguntamos cómo estas tensiones pueden impactar en las exportaciones de nuestras empresas. Decía un empresario malagueño que es en el exterior donde se ve si tu empresa es fuerte, y en esta edición lo probamos con dos casos de éxito que cruzaron fronteras: Plásticos IMA, cuya fábrica en Archidona abastece a 38 países, y Japanese Head Spa, un fenómeno nacido en TikTok que en menos de dos años relaja por medio mundo miles de cabezas... y las que serán.

## DATOS DE DISTRIBUCIÓN. Nº120

La edición nº120 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.

10

## ACTUALIDAD

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

22

## EN PORTADA MÁLAGA FRENTE A LOS ARANCELES

Aranceles al alza, mercados tensos e inestables. Las empresas malagueñas rediseñan su hoja de ruta para seguir vendiendo fuera.

30

## ESTILO DIRECTO

De técnico del *Eurofighter* a referente del turismo malagueño, José Manuel Montalvo lidera, junto a sus dos socios, **Grupo Premium** con una fórmula clara: hospitalidad, innovación y pasión por su ciudad adoptiva.



34

## EMPRESAS

Lo más destacado de las empresas de la provincia.



40

## EN MÁLAGA DREES & SOMMER

La firma alemana consolida su crecimiento en España con más de 80 profesionales y apuesta por Málaga como centro de innovación en real estate.





## 46 EMPRENDER

### JAPANESE HEAD SPA

Desde Málaga al mundo. El proyecto de Aída García nació en diciembre de 2023 y ya lidera 36 centros de belleza y relajación con ADN malagueño.



## 50 EXTERIOR

### PLÁSTICOS IMA

Con el 34% de su producción exportada, Plásticos IMA fabrica desde Archidona tuberías sostenibles que abastecen proyectos en Europa y África.



Cada día, en  
**vidaeconomica.com**



## 52

## APUNTES

Opinión y el día a día de la UMA, en Vida Económica y [vidaeconomica.com](http://vidaeconomica.com)



### ANTONIO VEGA.

Director general de Garantía.

**LAS PYMES ANDALUZAS CONSOLIDAN SU RECUPERACIÓN FINANCIERA Y MIRAN AL FUTURO CON AMBICIÓN.**



### LEOPOLDO MARTÍNEZ.

Gerente Fiscal en Emede ETL GLOBAL.  
**PLANIFICACIÓN FISCAL EN LA SUCESIÓN DE EMPRESAS FAMILIARES.**

## 56

## VIVIR MÁS

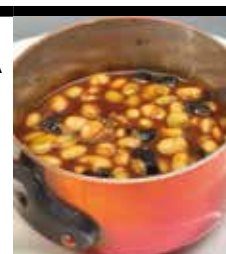
Tendencias, ocio y estilo de vida más allá de las empresas.



## 58

## GASTRONOMÍA

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



## 60

## GRAN ANGULAR

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



## 66

## ÚLTIMA

El Club de Marketing de Málaga cumple 18 años. Su presidente y fundador, **Álvaro Castro**, quiere llevarlo a lo más alto: ser el mejor de España.





## NOMBRES PROPIOS



### JOSÉ LUQUE

La Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos), en su Asamblea General Ordinaria celebrada a finales de abril, reeligió como presidente de la entidad a José Luque García por cuatro años más y con el respaldo unánime de los asociados.



### MARCELO ROSADO

El Consejo General de la ONCE nombró el 30 de abril a Marcelo Rosado, hasta ahora jefe de Servicios Sociales de la ONCE en Málaga, como nuevo director de la organización en la provincia, en sustitución de José Miguel Luque por jubilación.



### IGNACIO GÓMEZ

METT Marbella - Estepona, parte del portfolio de Sunset Hospitality Group, ha designado a Ignacio Gómez Escobar nuevo director general del resort con el objetivo de seguir impulsando su crecimiento y consolidación en el segmento lujo.



### RAMÓN SOLER

Ramón Soler Ciurana, director de operaciones en Prolongo-Faccsa, ha asumido la presidencia del grupo de carnes de la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España (ANICE). Su objetivo es que la industria cárnica sigue desarrollándose y ampliando su actividad productiva.



### FRANCISCO POZO

El especialista en Medicina de Familia y Comunitaria, que hasta mediados de abril había sido director médico del Área Sanitaria Norte de Málaga, asumió el pasado mes la gestión de los servicios 061 y Salud Responde, sustituyendo en el cargo a Fernando Ayuso.

## LA GRÁFICA



### + VENTAS



### El 70% de las empresas no integra su estrategia de ventas en sus CRM y su IA

Bain & Company ha publicado su informe "2025 Commercial Excellence and Revenue Growth Agenda", revelando que el 70% de las empresas no integra eficazmente su estrategia de ventas en tecnologías como CRM e IA, limitando su crecimiento. Aunque el 57% considera que la IA ha superado sus expectativas, muchas organizaciones carecen de datos adecuados y tecnología bien configurada. El informe señala que las empresas líderes invierten más en tecnología y formación para impulsar ingresos, eficiencia y ventajas competitivas en el mercado B2B.



## MÁLAGA LLENA ROMA DE ESPERANZA

**E**l 17 de mayo Roma acogió un evento histórico con la Gran Procesión del Jubileo de las Cofradías, reuniendo a más de 100.000 fieles y representantes de hermandades de más de cien países. Entre las grandes protagonistas destacó la imagen de María Santísima de la Esperanza, de Málaga, que recorrió durante más de seis horas un itinerario de 3,75 kilómetros por las calles de la ciudad eterna. Estuvo acompañada por otras imágenes icónicas como el Santísimo Cristo de la Expiración de Sevilla, el

Nazareno de León o la Virgen de los Dolores de Enna (Italia). La procesión culminó en la Basílica de San Pedro del Vaticano, donde las imágenes fueron expuestas al culto, reafirmando el carácter universal del mensaje cofrade. Instituciones como el Ayuntamiento de Málaga, la Diputación Provincial y la Junta de Andalucía respaldaron la participación, destacando el acto como una oportunidad de hermanamiento con las distintas cofradías y como punto clave para reforzar la imagen de Málaga como destino turístico.



**Jubileo de las Cofradías. Ntra. Sra de la Esperanza procesionó junto al Santísimo Cristo de la Expiración de Sevilla, el Nazareno de León o la Virgen de los Dolores de Enna (Italia).**

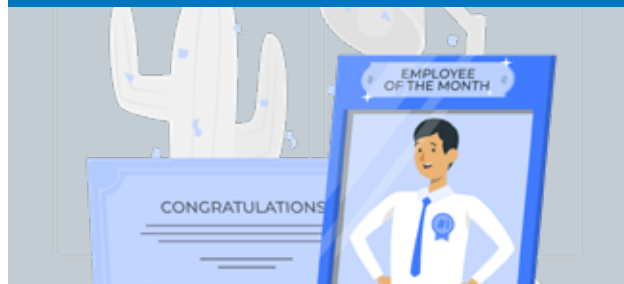
### + EXPORTACIONES



#### El 80% de las empresas online españolas explorarán nuevos mercados en 2025

El informe “Ecommerce Delivery Benchmark Report 2025” de Packlink revela que el 80% de las empresas online españolas planean expandirse internacionalmente en 2025, destacando regiones como el Sudeste Asiático, América Latina y Oriente Medio. El 72% considera que los mercados internacionales ofrecen mejores perspectivas que el nacional. Esta expansión se perfila como estrategia clave de resiliencia y crecimiento ante la inestabilidad global. Factores como avances tecnológicos, cambios en hábitos de consumo y alianzas logísticas impulsan esta tendencia.

### + RRHH



#### 6 de cada 10 empleados andaluces se sienten valorados en su empresa

El informe “Retos y Tendencias en Recursos Humanos 2025” de Pluxee revela que el 60,4% de los empleados andaluces se sienten valorados y motivados, ligeramente por debajo del 62% nacional. Sin embargo, un 60% expresa insatisfacción con las políticas de conciliación laboral, muy por encima del 45% nacional. Esta brecha sugiere la necesidad de medidas más flexibles en la región. A nivel nacional, el 97% de las empresas tuvo dificultades para captar talento en 2024, y el salario sigue siendo clave en la rotación laboral. El 72% de los empleados prefiere una retribución que combine sueldo fijo y beneficios sociales.



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

01 Empresas malagueñas se forman en Inteligencia ...

02 Fycma congregará en mayo a 3.000 profesionales sanitarios...

03 Málaga se exhibe en la Noche en Blanco 2025

04 Unicaja aumenta un 43% su beneficio en el primer trimestre...

## ÍNDICES

123

2,143%

Es el índice Euribor del pasado mes de abril de 2025.

2,2%

Es el Indicador de Precios al Consumo (IPC) de abril 2025.

5,6%

Aumentó el gasto de turistas internacionales en España en marzo.

2,6%

Es la tasa anual del IPRIX en marzo de 2025.

## OJO AL DATO



350 MILLONES

Son los Fondos Europeos obtenidos para la capital desde 1989



El Ayuntamiento de Málaga ha obtenido desde el año 1989 más de 350 millones de euros de fondos europeos canalizados a través de más de 150 proyectos que, unidos a la aportación municipal, suponen una inversión de más de 530 millones de euros para la

ciudad. El período 2021-2025 alcanzó cifras récord con más de 260 millones movilizados a través de 54 proyectos. La rehabilitación urbana, el desarrollo sostenible y la digitalización avanzada, han sido claves para el crecimiento de la ciudad.

## PROTAGONISTAS



## FCO. DE LA TORRE

El veterano dirigente del PP, Francisco de la Torre, cumplió el pasado 4 de mayo 25 años al frente del Ayuntamiento de Málaga. Cuenta con cinco mandatos consecutivos que han transformado la ciudad.



## JANE GOODALL

La investigadora y activista medioambiental Jane Goodall ha elegido Málaga, y concretamente el Cine Albéniz, para realizar una de sus conferencias dentro de su ciclo mundial 'Esperanza en acción'.



## MAITE MÉNDEZ

La catedrática de Historia del Arte de la UMA, Maite Méndez, acaba de ser elegida nueva directora de la Real Academia de España en Roma, una de las instituciones más prestigiosas del mundo del arte.



## CURRO RODRÍGUEZ

El fundador de Ly Company Group, Curro Rodríguez, ha sido distinguido como uno de los líderes más inspiradores de Europa y Latinoamérica en 2025 en el VI Foro Iberoamericano de Turismo SOSTenible



## ANTONIO BANDERAS

El malagueño Antonio Banderas ha sido galardonado en la tercera edición de los Premios Talía, organizados por la Academia de las Artes Escénicas de España, con el premio de honor a la trayectoria profesional.



**05** Torremolinos acoge la presentación del Círculo de Empresarios...

**06** Gilmar inaugura nueva oficina en Benalmádena y refuerza...

**07** Cajamar celebra su Asamblea General de Delegados y completa...

**08** HM Hospitales invierte 3 millones en la reforma integral...

**09** Así fue la celebración de Málaga Tech Games 2025.

## VIDA ECONÓMICA EN DATOS

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



### FORMACIÓN

#### EL 54% DE LOS ESTUDIANTES EN ESPAÑA CONTEMPLA OPCIONES DE APRENDIZAJE FLEXIBLE

El informe "La situación de la educación superior en España 2025" revela que el 50% de los estudiantes españoles optaría por aprendizaje flexible, pero el 79% de los cursos aún se imparten presencialmente y solo el 3% son online. La falta de familiaridad con microcredenciales y cursos cortos entre estudiantes y docentes frena su adopción, pese a una clara demanda de mayor flexibilidad y conciliación.



### BRECHAS DE SEGURIDAD

Según datos de ENISA e IBM, la brecha de seguridad puede costarle a una pyme europea entre 120.000 y 200.000 euros.



**Casi 34 millones de personas consumen contenido audiovisual a través de Internet para TV en España.** Según un estudio realizado por IAB Spain, las series y el cine son los contenidos más consumidos, casi siempre por la noche y en compañía.

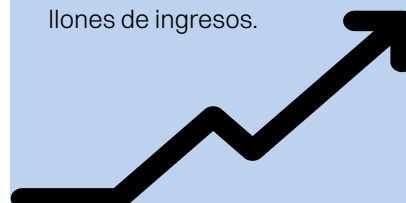
## LO QUE SUBE

### 01 EL GASTO EN OCIO NOCTURNO

Según un informe de Dojo y Mastercard sobre pagos digitales en el sector HORECA, publicado en enero de 2025, el gasto en bares y vida nocturna ha crecido a una tasa anual del 15% entre 2022 y 2024.

### 02 FACTURACIÓN DEL SECTOR SEGUROS

La facturación del seguro crece un 6,8% en el primer trimestre del año 2025, alcanzando los 22.685 millones de ingresos.



## DE FUTURO

123

# 170 MILL.

EMPLEOS

Para 2030 la IA desplazará 92 millones de trabajos, pero generará 170 millones de nuevos empleos en el mundo.

## DESPOBLACIÓN

La 'España vaciada' pierde hasta el 20% de su población afectando directamente en la estructura del mercado laboral y en el tejido económico de estas zonas afectadas.



## POSICIONAMIENTO NACIONAL



Turismo Costa del Sol ha participado en la convención del 25 aniversario del Grupo Airmet, celebrada en Cádiz, ante 500 agentes de viajes. La entidad presentó su oferta turística, reforzó su posicionamiento nacional y estrechó lazos comerciales, destacando la diversidad del destino y sus oportunidades.

## MARBELLA JUEGA LA DAVIS



El 14 de mayo se presentaba oficialmente en Marbella la eliminatoria de la Copa Davis que enfrentará en el Club de Tenis Puente Romano, del 13 al 14 de septiembre, a España y Dinamarca ante cerca de 5.000 espectadores diarios. Es la quinta vez que Marbella es elegida como sede de la competición.

## Málaga suma 2.300 viviendas nuevas sin VPO ni rehabilitación



Málaga ha registrado 2.337 nuevas viviendas en el primer trimestre de 2025, un 12,7% más que en 2024, según el Colegio de Arquitectos de Málaga. Sin embargo, no se ha visado ninguna vivienda de protección oficial, y la rehabilitación urbana es residual, con solo dos reformas integrales visadas. Málaga, Marbella y Mijas lideran el desarrollo de viviendas unifamiliares y plurifamiliares. En cuanto a viviendas terminadas se ha producido un descenso del 19% con respecto a 2024, con un total de 1.223 unidades terminadas.

## Comienzos y Clave3 ganan los Premios AJE 2025



Estas empresas malagueñas han sido galardonadas en los Premios AJE Málaga 2025, reconociendo su impacto en el emprendimiento local. Comienzos ha recibido el premio a la Mejor Iniciativa Emprendedora por su labor en salud mental juvenil, mientras que Clave3 ha sido

distinguida por su Trayectoria Empresarial en gestión de subvenciones. El evento, celebrado en el Auditorio Edgar Neville, reunió a más de 200 asistentes y reivindicó el papel clave del joven empresario en el desarrollo económico de la provincia.

## MÁLAGA ACOGERÁ LA GALA DE LA GUÍA MICHELÍN 2026

El 25 de noviembre Fycma será sede de la gala de presentación de la Guía Michelin 2026. El evento reunirá a 700 invitados y marcará un hito para la proyección gastronómica y turística de la provincia. Será la primera vez que Málaga acoja esta ceremonia, y esto ha sido posible gracias al impulso conjunto de la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de Málaga y la Diputación Provincial, que han destinado un millón de euros para hacerla realidad. Los chefs Benito Gómez y el equipo de Skina liderarán esta cena de gala.





# CEM prevé que Málaga crecerá un 2,8% en 2025

**SU INFORME SOCIOECONÓMICO 2024-2025 PREVE UN CRECIMIENTO ROBUSTO, PERO ADVIERTE SOBRE SUELO, VIVIENDA, INFRAESTRUCTURAS Y SOSTENIBILIDAD FUTURA**



**L**a Confederación de Empresarios de Málaga prevé que el PIB provincial crezca un 2,8 % en 2025, según su Informe Socioeconómico 2024-2025. Aunque más moderada que

la expansión del 3,7 % registrada en 2024, la previsión supera la media nacional y europea. Se destaca la solidez del tejido empresarial, el auge del sector tecnológico y el buen comportamiento de las exportaciones,

impulsadas por productos agroalimentarios y bienes tecnológicos. No obstante, se alerta de varios desafíos que podrían limitar el crecimiento: escasez de suelo productivo, déficit de infraestructuras, falta de vivienda asequible y escasa planificación para una gestión hídrica sostenible. El estudio, elaborado con apoyo de Unicaja, recoge 135 propuestas centradas en fiscalidad, digitalización, energías renovables, conciliación laboral y formación alineada con las necesidades empresariales. En 2024, Málaga generó 743.100 empleos y fue la tercera provincia más emprendedora de España. Con estos datos, la CEM reafirma a Málaga como ejemplo de dinamismo económico, aunque requiere medidas estratégicas para garantizar un crecimiento sostenido.

## La Semana Santa malagueña genera casi 40 millones de euros anuales

La Semana Santa de Málaga genera un impacto económico de 39,7 millones de euros anuales, según un estudio realizado por la UMA a través de su Cátedra de Estudios Cofrades. El informe, presentado por Teodomiro López, rector de la UMA, y Benjamín del Álcazar, director de la cátedra, junto al alcalde, Francisco de la Torre, y Antonio Banderas, revela el impacto económico, social y cultural de la Semana Santa, consolidándola como motor clave de desarrollo local. La actividad cofrade ha crecido un 65 % desde 2017 y genera el equivalente a 328 empleos a tiempo completo. Uno de los datos más relevantes del informe es que los efectos directos de la actividad cofrade superan los ocho millones de euros anuales, un 23% más que en 2017. Además, la renta disponible asociada asciende a

13,85 millones de euros. Las cofradías se financian en un 80 % con recursos propios y gestionan un presupuesto de 9,2 millones. El gasto principal se dirige a patrimonio (27%), conservación (26%), procesiones (18 %) y obra social (12 %). La UMA reafirmó con este informe su compromiso con la sociedad, mientras que Banderas elogió el rigor del estudio y su reflejo de la Semana Santa.



## Citi cierra oficina en Málaga y se reorganiza

El banco de inversión Citi ha cerrado su oficina en Málaga tras tres años de actividad, en el marco de una reorganización europea. Parte de la plantilla ha sido trasladada a las oficinas de la entidad en Londres y París, dentro de una estrategia global de simplificación y refuerzo de sus centros clave. La entidad ha reiterado su compromiso con el mercado español, manteniendo su sede principal en Madrid, donde emplea a más de 220 personas. La oficina malagueña de Citi fue creada en 2022 para captar talento joven, pero los planes estratégicos del banco han motivado este cambio.



## enbreve



### MÁLAGA RETOMA LA CONEXIÓN A NEW YORK

Desde el 2 de mayo y hasta el 24 de septiembre, Málaga vuelve a contar con vuelos directos diarios a Nueva York gracias a United Airlines. Es la tercera vez consecutiva que la compañía aérea norteamericana activa esta ruta, consolidándola como una opción estratégica para el turismo internacional de la Costa del Sol.



### 607 MILLONES PARA EL NUEVO HOSPITAL DE MÁLAGA

La Junta de Andalucía ha sacado a licitación las obras del nuevo hospital de Málaga, con una inversión de 607,5 millones de euros y un plazo de ejecución de 75 meses. El complejo contará con 815 habitaciones, 48 quirófanos y una UCI con 80 camas. Las empresas interesadas podrán presentar sus ofertas hasta el próximo 22 de julio.

## 7,1 MILLONES DE PASAJEROS HASTA ABRIL

El Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol ha superado los 7,1 millones de pasajeros entre enero y abril de 2025, lo que representa un aumento del 7,4% respecto a 2024. Además, se registraron 51.412 vuelos, consolidando al aeropuerto como uno de los más activos del sur de Europa. El tráfico internacional ha sido protagonista, con casi seis millones de viajeros foráneos, un 9,2% más. Reino Unido lidera el ranking con más de 1,5 millones de pasajeros,



seguido por Alemania, Países Bajos e Italia. Abril marcó un récord mensual con 2,3 millones de pasajeros (+10,4%), impulsado principalmente por vuelos internacionales. Este crecimiento refleja la recuperación del turismo europeo y consolida

a Málaga como hub turístico y económico de Andalucía. Las perspectivas para la temporada alta son muy optimistas, con previsiones de nuevas rutas y un cierre de año que podría alcanzar cifras históricas en pasajeros y operaciones.

## Málaga capta inversión extranjera que representa el 16% de su PIB

Málaga se consolida como polo de atracción para la inversión extranjera. Según el balance de la Oficina del Inversor 'Málaga Open for Business', la ciudad acoge 453 empresas foráneas que aportan más de 1.700 millones de euros al PIB local, lo que supone el 16,5 % del total. Estas compañías generan casi 40.000 empleos en la ciudad y cerca

de 80.000 en el total de la provincia. En 2024, el Ayuntamiento facilitó la instalación de 21 nuevas empresas internacionales, entre ellas Hilton, Mercedes-Benz y Snowdrop, con una previsión de 1.200 nuevos puestos de trabajo. El sector tecnológico lidera el impacto económico (27%), seguido del comercio mayorista y la fabricación de productos informáticos. La Oficina del Inversor también destaca por iniciativas como MalagaWorkBay, para atraer y retener talento, y su labor como ventanilla única, para empresas interesadas en instalarse en la ciudad.



Las empresas extranjeras producen un volumen de facturación de 7.464 millones de euros, de los cuales 3.525 millones se originan directamente en Málaga



## INMOBILIARIO



### Letonia y España, unidas a través de GIPE

Una delegación de la Asociación Inmobiliaria Nacional de Letonia visitó en abril la sede de GIPE en Málaga para estrechar lazos con el sector inmobiliario español. Uno de los focos del encuentro fue el creciente interés de ciudadanos letones por establecerse o invertir en el sur de Europa. GIPE impulsó actividades de networking y visitas a propiedades, promoviendo la colaboración internacional.



## El sector agro, punta de lanza en las exportaciones nacionales

El informe 2024 de Cajamar confirma el liderazgo del agro español, cuyas exportaciones crecieron un 5,9 %. Destacaron incrementos en las exportaciones de frutas, hortalizas y especialmente el aceite de oliva (+46 %) con EE. UU. como líder del crecimiento extracomunitario. El estudio resalta la fortaleza del sector, su modernización y expansión internacional, aunque advierte desafíos como la concentración de productos, costes y riesgos climáticos. Andalucía, Cataluña y Valencia lideran las exportaciones por comunidades.



## CÁMARA MÁLAGA

### MISIÓN COMERCIAL A COLOMBIA

Empresas de Sabor a Málaga han mostrado su potencial en Bogotá en una misión comercial organizada junto a la Cámara de Comercio de Málaga. Las empresas presentaron sus productos a más de 100 importadores colombianos durante un showroom celebrado del 4 al 7 de mayo.



### ÉXITO DE LA FERIA DE FP 'HOLA DUAL'

Esta feria, organizada por el Ayuntamiento y la Cámara de Comercio, reunió el 30 de abril en los jardines de Tabacalera a más de 40 centros de FP y 85 empresas para impulsar la FP Dual como vía de empleabilidad juvenil. Se promovieron encuentros entre estudiantes, docentes y empresas.

### LA CÁMARA ACOGE JORNADA DEL PROYECTO RED CCF

La Red de Cruceros Costeros y Fluviales culminó su fase piloto en Sotogrande, Benalmádena y Málaga, consolidando un modelo turístico sostenible e innovador. El encuentro reunió en la Cámara de Málaga a unas 50 personas del sector marítimo consolidando a Málaga como referente del turismo náutico.



## MÁLAGA ACOGE LA CONVENCIÓN EUROPEA DE CERRAJERÍA Y SEGURIDAD

Del 8 al 10 de mayo, Torremolinos fue sede de la ELF Convention 2025, organizada por la European Locksmith Federation (ELF) y APECS. El evento reunió a cientos de profesionales del sector de la cerrajería y seguridad, destacando avances tecnológicos, digitalización y formación.



**72%**

de los participantes indicaron mejoras en formación y networking de este evento

## FUENGIROLA CRECE EN NUEVOS NEGOCIOS

Fuengirola ha registrado un crecimiento del 30% en la apertura de negocios en el primer trimestre de 2025, con 185 nuevas solicitudes. La alcaldesa Ana Mula destaca el dinamismo económico y el descenso del paro, situando a la ciudad como uno de los motores laborales de Málaga.



## LA UMA CONTARÁ CON 8 NUEVAS TITULACIONES

La Junta de Andalucía ha autorizado a la UMA a iniciar el proceso de verificación de 3 nuevas titulaciones propias y su participación en cinco títulos interuniversitarios. Entre las novedades destaca el Grado en Inteligencia y Analítica de Mercados, para formar profesionales en la toma de decisiones a partir del análisis de datos. Además, se incorporan el Máster en Investigación e Innovación en Educación Física, y el Máster Interuniversitario en



Diseño, Arte y Nuevas Tecnologías (MUDANT), coordinado por la UMA. También participará en títulos conjuntos con universidades andaluzas como Cádiz y la UNIA, en áreas como derecho del vino, marketing e innovación tecnológica.

## Se presenta el Círculo de Empresarios de la Costa del Sol

Torremolinos acogió el pasado 8 de mayo la presentación oficial del Círculo de Empresarios de la Costa del Sol, una iniciativa que busca fortalecer el tejido empresarial de Málaga y promover sinergias para el desarrollo económico provincial. Con más de un centenar de asistentes, el evento contó con la presencia de autoridades locales, empresarios y líderes del ecosistema emprendedor como Felipe Romera. El Círculo ya opera en Málaga, Mijas, Fuengirola y Benalmádena, y en breve sumará delegaciones en Marbella, Estepona, Rincón de la Victoria, Nerja y Vélez-Málaga. Este proyecto nace con el propósito de crear una red cohesionada, abierta y estratégica bajo el lema "Juntos somos más fuertes". Su presidente, Adolfo Trigueros, subrayó la importancia de representar al sector empresarial ante las instituciones.







## LA ASOCIACIÓN DE LA PRENSA, GALARDONADA

La Asociación de la Prensa de Málaga recibió el 8 de mayo la Medalla de la Ciudad por su 120 aniversario. El Ayuntamiento reconoce así su labor histórica en defensa del periodismo local. Esta distinción contó con todo el respaldo institucional del consistorio.

## Más de 213.000 personas llenan Málaga de arte y poesía

*La Noche en Blanco 2025 homenajeó a Rafael Pérez Estrada con gran éxito ciudadano*

**L**a Noche en Blanco 2025 reunió a más de 213.000 personas en una edición dedicada al poeta malagueño Rafael Pérez Estrada. Las calles, museos y escenarios al aire libre se llenaron de arte, música y experiencias culturales para todos los públicos. La categoría de 'Arte en la Calle' dentro de esta Noche en Blanco volvió a ser la más concurrida, con una afluencia de más de 74.000 asistentes. También destacó la alta participación en redes sociales, superando las 320.000 impresiones. El evento

consolidó el talento local y compañías malagueñas estuvieron presente desde en las instalaciones interactivas hasta en los espectáculos en vivo.



**JOVEN**   
CAJA RURAL DEL SUR

**100 EUROS  
POR CADA  
SOBRESALIENTE  
HASTA 300 €\***

### BECA SOBRESALIENTE

100 € por cada sobresaliente con un máximo de 300 € para estudiantes de 2º de Bachillerato o 2º de grado medio de F.P.

Toda la información en [cajaruraldelsur.es/es/joven-in-crsur/beca-sobresaliente](https://cajaruraldelsur.es/es/joven-in-crsur/beca-sobresaliente)

\*Para recibir 100€ por cada sobresaliente, el estudiante debe ser menor de 30 años y ser titular de una cuenta en Caja Rural del Sur. La ayuda de 100 € por cada sobresaliente obtenido por el/la estudiante es en las notas finales del curso 2024/2025, quedando excluidas otras evaluaciones trimestrales, parciales, etc. El/la estudiante debe haber superado sin suspensos el nivel académico cursado. Promoción válida hasta el 30/09/2025. Todas las condiciones en tu oficina.

 @jovenincrsur





## SOSTENIBILIDAD

### La UMA entrega los premios 'Málaga Sostenible'

Impulsados por Flacema y Votorantim Cimentos con el apoyo de la UMA estos premios reconocen los mejores trabajos de fin de grado y máster sobre cambio climático y la economía circular. Alba Gil Martín y Ángel Valencia Poveda fueron los premiados junto a cuatro accesits. Se destacó la colaboración universidad e industria como motor de soluciones innovadoras para los desafíos ambientales.



## El auge del alojamiento flexible impulsa inversión y empleo



El 7 y 8 de mayo Vitur Summit reunió en Málaga a 700 empresarios y más de 100 ponentes del sector del alojamiento flexible. Expertos destacaron que la ocupación media del alojamiento flexible supera el 90%. Asimismo, se han elevado las pernoctaciones con una media de tres días y la profesionalización del sector roza el 50%.



*El evento tuvo lugar en el hotel NH de la capital malagueña*

En Málaga se concentran 10 de los 12 proyectos nacionales del segmento lujo de alojamiento flexible que generarán una inversión global en España de 20.000 millones de euros en los próximos años.

## VEREMA MÁLAGA

### Sabor a Málaga impulsa sus vinos locales

Sabor a Málaga promocionó doce bodegas malagueñas en Verema Málaga celebrado en el Gran Hotel Miramar a finales de abril. Más de 8.000 profesionales del vino y la restauración asistieron al evento. La marca contó con un salón exclusivo de 770 m² y una cata-maridaje diseñada por el chef Sergio Garrido, destacando la calidad de los vinos DOP Málaga y Sierras de Málaga.



**DATOS RÉCORD EN LA 54ª FERIA DEL LIBRO DE MÁLAGA.** 40.000 libros vendidos, 500.000 euros facturados y más de 280.000 visitantes son los datos que arroja la Feria del Libro 2025 celebrada en el Paseo del Parque desde el 30 de abril al 11 de mayo.





# Del Abismo al Liderazgo:

10 CONSEJOS DE **CURRO RODRÍGUEZ**

CEO de Ly Company Group

*El éxito no es para los perfectos, es para los que se atreven. Y para los APRENDEDORES*

**S**iempre me ha parecido extraño que se nos enseñe a buscar empleo, pero no a crear valor. Que se premie la obediencia por encima del pensamiento crítico. Que se evite el fracaso y los errores, y se demonice a toda costa, cuando es precisamente ahí donde está el aprendizaje más valioso. No nací con contactos, ni con dinero, ni con un plan maestro, ni con una empresa heredada, ni con un trabajo esperándome. Empecé esforzándome, aprobando una oposición y en mis días libres vendiendo caracoles, preparando pescado, soldando, vendiendo colchonetas en las playas... y hoy lidero un grupo internacional presente en más de 40 países. ¿Qué cambió? Lo que cambió fue mi forma de ver el mundo, de ver los errores y de entender el valor de hacer las cosas a mi manera.

Este artículo no pretende darte una fórmula mágica ni convencerte de que emprender es para todos, de hecho no lo es. Lo que quiero es **compartir contigo 10 claves** que me han servido a lo largo de este camino lleno de tropiezos, aprendizajes y decisiones. Son ideas que nacen de la experiencia real, no de los libros ni de teorías de aula. Si estás pensando en emprender, o si ya lo haces pero sientes que te falta foco o impulso, quizá algo de esto te ayude a poner en orden tu propósito.

Y si hay algo que he aprendido es que, al final, todo se resume en una palabra: **TACO: Talento, Actitud, Compromiso y Optimismo**. Ser TACO ante el error, ante el miedo, ante la incertidumbre, define tu capacidad de avanzar. No importa dónde empieces, sino cuántas veces estés dispuesto a volver a empezar. Emprender no es una carrera de velocidad; es una maratón donde el que gana no es el que llega antes, sino el que no se rinde. Ayer escuchaba una gran verdad: no resiste el más fuerte, sino el más adaptativo.

**1. El cliente es más importante que el dinero.** Muchos emprendedores se obsesionan con la financiación antes de validar su producto. Lo repito en cada charla: "Lo que se necesitan son clientes, no dinero". Un proyecto con clientes siempre encuentra inversión; uno sin ellos, rara vez sobrevive.

**2. No dejes que el miedo al fracaso bloquee el camino al éxito.** Quien evita el fracaso está evitando el éxito. No se puede tener más miedo a fracasar que ganas de triunfar. El error es parte del viaje. No estar predispuesto al fracaso, tener miedo a salir de la zona de confort o sentirse incapaz, son barreras reales al crecimiento. Fracasar enseña a perder el miedo a triunfar.

**3. Sé auténtico, no perfecto.** Ser auténtico genera confianza, y la confianza genera liderazgo. En un entorno dominado por la apariencia, ser uno mismo es revolucionario. Los mediocres criticarán y usarán la poca inteligencia que tienen para intentar sobresalir o sobrevivir; los líderes inspiran y crean más líderes.

**4. La disciplina vence al talento.** La forma más efectiva de lograr las cosas es hacerlas. Tener ideas es fácil, ejecutarlas requiere disciplina. Sin trabajo constante, ni la mejor idea saldrá adelante. Foco, foco y foco.

**5. No confundas gratitud con compromiso.** Estar agradecido no equivale a estar comprometido. El verdadero crecimiento de un equipo se construye desde el compromiso con el propósito, no desde el conformismo agradecido.

**6. Potencia tu entorno, no lo limites y si quieres volar con las águilas no nades con los patos.** No puedes tener una empresa A con colaboradores C. Tu entorno debe reflejar tu ambición. El talento no es un lujo; es una inversión, y suele encontrarse antes en las pequeñas empresas que en los grandes monstruos burocráticos.

**7. Tener solo un título no te hace contratable, es parte esencial de tu proceso.** Tener un título no te hace contratable; resolver problemas, sí. Lo repito siempre: el CEO vende su empresa; el empleado, el producto. La formación es esencial cada dos años y actualizarse cada día, pero para un empresario, y más un emprendedor, es solo una parte de sus habilidades.

**8. La meritocracia no es injusticia.** La igualdad no es darle lo mismo a todos, sino que todos tengan la misma oportunidad de ganárselo. No podemos minimizar las maravillosas actitudes y habilidades de una persona brillante para no incomodar al mediocre. Hay que potenciar al que destaca, para que ayude al que lo necesita y haga una sociedad fuerte que proteja socialmente a los más desfavorecidos.

**9. Soluciona problemas y el éxito te encontrará.** Si solucionas problemas, aunque seas un zoquete, la gente te buscará. Si creas problemas, aunque seas un "crack", te evitarán. El valor de lo sencillo está en ser útil.

**10. Si no eliges tu camino, la vida lo hará por ti.** Los mayores tesoros no se compran. No vivas en piloto automático. La obsesión (bien entendida) es motor de genialidad. La vida recompensa al que actúa, no al que espera.

He fundado más de 36 empresas, he fracasado muchas veces, y en todas esas caídas había una constante: solo necesitas acertar una vez. No escuches a quien no tiene resultados. Rodéate de personas que te reten, no que te justifiquen. Y sobre todo, no permitas que un revés en tu vida, o que el "río" de lo que "debemos hacer" te arrastre y te implante una versión más pequeña de ti mismo y de lo que puedas conseguir.

Si llegas al final del camino con las manos vacías pero la cabeza llena de ideas vividas, de aprendizajes, de personas que conociste en la trinchera y no desde la grada, habrá valido la pena. Emprender no es para los que buscan dinero o seguridad. Es para los que buscan sentido a su ambición. Si estás en el lugar inadecuado no vales nada; encuentra el lugar donde tu valor coincide con tu ambición. ■



## enbreve



### EL GOLF IMPULSA EL TURISMO RESIDENCIAL

Según la Real Federación Española de Golf, el turismo de golf genera un impacto económico de casi 16 millones de euros anuales, impulsando la actividad turística, el empleo y el inmobiliario. La Costa del Sol, con más de 70 campos de golf, lidera en este turismo que encuentra su máxima expresión en el triángulo: Marbella, Estepona y Benahavís.



### 30 AÑOS DE SOSTENIBILIDAD HÍDRICA

Acosol conmemoró en abril su 30 aniversario con una jornada en Marbella reafirmando su compromiso con la sostenibilidad, la innovación y la cooperación institucional en la Costa del Sol. Se anunció un plan de inversiones de 349 millones de euros para mejorar y ampliar infraestructuras como la desaladora de Marbella o la ampliación de la ETAP de Río Verde.

## 40 ANIVERSARIO DEL COMERCIO ANTEQUERANO



La Asociación del Comercio, Empresas e Industria de Antequera y Centro Comercial Abierto (ACIA) celebró el pasado 22 de abril en el Hotel Antequera Hills el 40 aniversario de la asociación. Al acto asistieron más de medio centenar de personas, entre empresarios, representantes de diversos sectores económicos, y autoridades locales. Durante la celebración, se puso en valor al comercio minorista

y de proximidad, con conferencias y mesas redondas, y profesionales del sector tuvieron la oportunidad de intercambiar ideas, experiencias y abordar retos futuros como la digitalización. El acto también sirvió para la presentación de la revista editada por la ACIA con motivo de esta efeméride, y se presentó un reportaje fotográfico de calles comerciales del municipio con imágenes actuales y de los años 80.

## Andalucía bate récord histórico de exportaciones hasta marzo

Andalucía ha alcanzado los 10.559 millones de euros en ventas internacionales entre enero y marzo de 2025. El impulso vino del sector agro, con subidas

destacadas en hortalizas (+10%) y frutas (+12%), y del sector industrial que creció hasta un 45%. El aceite de oliva, pese a caer un 16,2% en valor, aumentó

un 32% en volumen, superando las 200.000 toneladas. La diversificación geográfica también ha sido clave. Andalucía exporta a cuatro continentes, con Alemania como primer cliente, seguida de Francia y Portugal. China crece un 25,6%, consolidándose como un mercado estratégico. Sevilla lidera en volumen, mientras que Cádiz es la provincia que más crece (+14%). Andalucía es la tercera comunidad exportadora de España, con un modelo sólido y equilibrado.





## Diputación de Málaga entrega sus medallas del Día de la Provincia



*Premiados y autoridades*

La Diputación de Málaga celebró a finales del mes de abril el Día de la Provincia con una gala en el Teatro Tomás Salas de Álora, donde se hizo entrega de las Medallas de Oro a personalidades y entidades que destacan por su contribución al desarrollo y prestigio de Málaga. Los galardonados de este año 2025 fueron el cantautor Pablo López, el alcalde Francisco de la Torre, la Fundación El Pimpi, la empresa Navarro Hermanos y el Consorcio Provincial de Bomberos. El presidente de la Diputación, Francisco Salado, presidió el acto, agradeciendo el compromiso de los premiados con la provincia y señalando que “Málaga debe liderar su futuro” ante los retos

tecnológicos y sociales del tiempo presente. Salado también enfatizó en su intervención la necesidad de aprovechar la llegada del centro tecnológico belga IMEC a Málaga en 2030 como motor de transformación para todos los municipios. Además, reclamó mejoras urgentes en movilidad, vivienda e infraestructuras hídricas. Cada premiado simboliza valores clave para la provincia: desde la proyección internacional de Pablo López y la gestión transformadora de De la Torre, hasta el compromiso social de la Fundación El Pimpi, la trayectoria empresarial de Navarro Hermanos o la labor incansable del cuerpo de bomberos de la provincia.

## LOS EMPLEADOS DEL PTA VIVEN EN MÁLAGA

### Casi el 60% de empleados reside en la capital

Según una encuesta realizada por Málaga TechPark a 27 empresas del recinto tecnológico, el 59 % de sus trabajadores vive en la capital malagueña lo que confirma la fuerte vinculación local del talento tecnológico. Cruz de Humilladero, Carretera de Cádiz y Bailén-Miraflores son los distritos con mayor concentración de empleados. Además, el 94 % del total de trabajadores reside en la provincia de Málaga con municipios como Rincón de la Victoria, Torremolinos o Alhaurín de la Torre a la cabeza. El parque apuesta ahora por mejorar su conexión con el transporte público, incluyendo el metro, cercanías y autobuses municipales, para facilitar el acceso desde todos los puntos de la ciudad.



## POR EL MUNDO

### JORGE RANDO EXPONE EN SHANGHAI



El artista malagueño inaugura el 23 de mayo una exposición antológica en el Jiushi Art Museum de Shanghai, con 149 obras que recorren su trayectoria desde 1970. La muestra, organizada junto al Instituto Cervantes y autoridades culturales, refuerza su prestigio internacional.

### MÁLAGA SE PROMOCIONA EN MILÁN



Málaga ha presentado su oferta de turismo premium en Milán, junto a Sevilla y la Oficina Española de Turismo. El evento reunió a un centenar de profesionales del sector, y refuerza a Málaga en el segmento de alto valor, alineado con su Plan Estratégico de Turismo 2025-2028.





## MÁS DE 3.000 PERSONAS ACUDEN AL FESTIVAL SOLES DE MÁLAGA

La Plaza de Toros de La Malagueta se llenó el pasado 26 de abril para celebrar la sexta edición del Festival Soles de Málaga, organizado por la Fundación El Pimpi. Con el lema "Para, lucha, ayuda", el festival centró este año su causa en la lucha contra la pobreza y la exclusión social. Tres proyectos han sido los beneficiarios: Nena Paine, Asociación Dyar e Includ.

## 123.000 OCUPADOS EN EL SECTOR LOGÍSTICO

Según el informe 'Mercado de trabajo en Logística' de Randstad, Andalucía es la 3ª comunidad con mayor empleo logístico, con 123.000 trabajadores, el 14,3 % del total nacional. Un 3,6 % de los andaluces trabaja en el sector, y en su mayoría lo hacen en el transporte de mercancías.



**RONDA ACOGE LA FERIA COMARCAL DE SABOR A MÁLAGA.** 27 productores de toda la provincia dieron a conocer más de 300 productos en la última feria comarcal Sabor a Málaga. Esta tuvo lugar el 17 y 18 de mayo en la plaza Teniente Arce, junto a la Plaza de Toros de Ronda.



## La UNIA presenta en Málaga sus 'Cursos de Verano 2025' y su programa de becas



La Universidad Internacional de Andalucía (UNIA) presentó a mediados de abril en Málaga su programa de Cursos de Verano 2025,

que arrancará el 23 de junio con cinco propuestas formativas. En total, la oferta asciende a 41 cursos en varias sedes andaluzas y abarca áreas

como IA, sostenibilidad, salud, cine y educación. El rector José Ignacio García destacó el valor formativo y reflexivo de esta iniciativa. Además, por tercer año consecutivo, se ofrece un programa de becas en colaboración con Fundación Unicaja, con ayudas para matrícula, alojamiento y manutención. Las inscripciones están disponibles en [www.unia.es](http://www.unia.es).

## MÁLAGA ACOGE EN ANDALUCÍA FRANQUISHOP

El pasado 14 de mayo el hotel EuroStars Málaga acogía la feria de franquicias Franchishop. Esta feria se ha consolidado como una de las citas clave para los emprendedores andaluces interesados en franquicias de alta rentabilidad. En Franchishop se daba la posibilidad de emprender un negocio sin invertir una cantidad alta de dinero, ya que en algunos casos a partir de una inversión de 9.000 euros se podía llevar a cabo una empresa.



NUEVO TERRAMAR  
HÍBRIDO

Descúbrelo en  
Automóviles Rueda



**CUPRA**

SER SEGUNDO NO ES UNA OPCIÓN

Ganar es mucho más que una meta en tu cabeza, es eso que te empuja a alcanzar tu mejor versión, a estar siempre por delante. Descubre el Nuevo CUPRA Terramar Híbrido con maletero de hasta 630 L de capacidad y Faros delanteros Full Led.

Consumo medio combinado con gama CUPRA Terramar de 0,4 a 8,8 l/100 km. Emisiones ponderadas de CO<sub>2</sub> de 9 a 199 g/km (Valores WLTP). Imagen acabado CUPRA Terramar con opcionales.

**AUTOMÓVILES RUEDA**

AV. VELÁZQUEZ, 105 - MÁLAGA - T. 952 246 700 - REDCUPRA.ES/AUTOMOVILES-RUEDA



# MÁLAGA FRENTE A LOS ARANCELES

¿Amenaza u oportunidad  
para sus exportaciones?

 DAVID DELGADO

En los últimos años, las tensiones comerciales entre las grandes potencias han reconfigurado el mapa de las exportaciones globales. Málaga, una de las provincias andaluzas con mayor dinamismo empresarial se enfrenta a un desafío exportador creciente: las políticas arancelarias que podrían limitar su acceso a mercados estratégicos como Estados Unidos, su cuarto destino más importante.





**L**a política arancelaria internacional en 2025 viene marcada por un aumento del proteccionismo, destacando las medidas implementadas por la administración estadounidense de Donald Trump. El “día de la liberación”, proclamado por el presidente americano el pasado 2 de abril, intensificó estas tensiones. El juego de anuncios, acuerdos y amenazas iniciado entonces culminó (provisionalmente) el 14 de mayo con una tregua de 90 días entre las dos principales economías mundiales: EE.UU. bajó los aranceles del 145% al 30%, mientras que China los redujo del 125% al 10%.

Con la dificultad que tiene escribir sobre un asunto en cambio permanente, desde Vida Económica nos acercamos a la incidencia que tiene la actualidad arancelaria para las empresas malagueñas y su comercio exterior, especialmente a EE.UU.

#### ALGO DE TEORÍA ARANCELARIA

Álvaro Suárez, director del departamento fiscal de **Martínez-Echevarría**, destaca que “los aranceles son, en esencia, una herramienta proteccionista”, que tienen por objeto limitar tanto la entrada como la salida de mercancías. Su práctica también persigue “asegurar el suministro de materias primas y controlar los precios internos”, explica el experto. Los países tienen soberanía para fijar sus propios aranceles, aunque existen reglas internacionales, como las de la Organización Mundial del Comercio (OMC), que buscan evitar abusos y garantizar cierta estabilidad. En el caso de los países de la Unión Europea, apunta Juan González, profesor de Teoría Económica de la **UMA**, “estos no son soberanos para fijar su arancel, lo que significa que los productos que entran a

la UE pagan el mismo canon independientemente del país por el que ingresen”. Esta circunstancia beneficia y perjudica según los países y su producción. Por ejemplo, comenta el profesor de la UMA, “a España le interesaría tener un arancel alto en naranjas porque somos productores. Sin embargo, a Holanda todo lo contrario porque son importadores”. Cabe recordar que dentro de la Unión Europea no se pagan aranceles. En este sentido, desde **Dcoop** defienden que es importante que “no haya distinción entre países dentro de la Unión Europea, y tampoco entre sectores”. La razón es que no se produzcan desventajas competitivas entre ellos que puedan dejar fuera del mercado a algunos países. Por ejemplo, “que Italia no tenga aranceles y España sí, o que no paguen aranceles los coches y sí los alimentos”, comenta la misma fuente.



# MÁLAGA Y EEUU: UN VÍNCULO EN EXPANSIÓN

En el pasado año 2024 Málaga exportó productos a Estados Unidos por un valor total de 308 millones de euros, lo que representa un incremento del 24% respecto al año anterior. Este crecimiento sitúa a Estados Unidos como el cuarto destino más importante para las exportaciones de Málaga, detrás de Francia, Italia y Portugal.

El balance comercial entre ambas zonas es claramente positivo para Málaga, con un superávit de 213,5 millones de euros y una tasa de cobertura del 325%, lo que significa que las exportaciones superan ampliamente a las importaciones. Este resultado refleja una relación comercial saludable y en expansión, impulsada principalmente por sectores estratégicos.

Según datos de **Andalucía TRADE**, el principal producto exportado de Málaga a Estados Unidos es el aceite de oliva, con un valor total de 234 millones de euros, representando el 76% del total de exportaciones y un crecimiento interanual del 40%. Este producto, además, es altamente valorado en el mercado estadounidense por su calidad y versatilidad.

Otros productos destacados en el mismo informe de la agencia andaluza incluyen instrumentos y aparatos de óptica, fotografía y cinematografía (25,2 millones de euros), máquinas y aparatos eléctricos (15,1

millones de euros), y bebidas alcohólicas, incluyendo vinos, que sumaron 6,7 millones de euros, mostrando un incremento del 29% respecto al año anterior.

En cuanto a las importaciones, estas se centraron en reactores nucleares, calderas, máquinas y aparatos (20,7 millones de euros), aeronaves y vehículos espaciales (16,3 millones de euros), y productos farmacéuticos (15,4 millones de euros).

## ALTERNATIVAS

Antonio Castro, director general de Andalucía TRADE, destaca que, a pesar de los desafíos comerciales, "Estados Unidos seguirá siendo un mercado prioritario, incluso en un contexto complejo como el actual". No obstante, Castro subraya la importancia de diversificar los mercados, señalando que "no se trata de sustituir a EE. UU., sino de ensanchar el mapa de nuestras exportaciones". En el caso de Málaga, desde TRADE

destacan el impulso agroalimentario en los mercados de India, Australia, China o Japón. En el campo tecnológico Canadá se perfila como una alternativa muy interesante.

Andalucía es la segunda comunidad, tras Cataluña, con una mayor relación comercial con el país del tío Sam. A nivel regional, Málaga contribuye desde una discreta sexta posición con estas exportaciones, con un peso del 9,8% sobre el total de la comunidad. Sevilla lidera con casi un 30% del total, seguida de Huelva y Cádiz, lo que sugiere un espacio significativo para que Málaga continúe expandiendo su participación en este mercado clave.

Mirando al futuro, el reto para Málaga será diversificar aún más su oferta exportadora, explorar nuevas oportunidades en sectores emergentes como tecnología y servicios digitales, y fortalecer su presencia en Estados Unidos, aprovechando la creciente demanda de productos de alta calidad y sostenibles.



(viene de la pg. 23)

## ¿ES OBLIGATORIO EL USO DE ARANCELES?

Prácticamente todos los países o uniones aduaneras, como la Unión Europea, aplican algún tipo de política arancelaria. Sin embargo, no todos los productos están sujetos a aranceles. Algunos, por su importancia estratégica o económica, pueden estar libres de estos impuestos para facilitar un comercio que al país comprador le interese. El profesor Juan González apunta que "los aranceles cambian muchísimo de producto a producto. Unas

veces es un porcentaje del valor del propio producto: un 5%, un 20% o más. También hay aranceles que son una suma fija. Cambia dependiendo la estructura económica del país". Los aranceles a productos de los que el país es productor y muy dependiente de ellos suelen ser muy altos, por ejemplo, el arroz en Japón o en China. Como norma general los productos agrícolas suelen tener aranceles más altos, mientras que algunos productos industriales pueden tener tasas más bajas para fomentar la competitividad.

Álvaro Suárez, de Martínez-Echavarría, recuerda que actualmente "dependemos de un contexto de liberalización arancelaria y muchas veces los aranceles penalizan más a los países en desarrollo que a los países más ricos". En este sentido, Suárez afirma que los países más ricos tienen sectores productivos más competitivos que aguantan mejor la competencia externa al contar con estructuras industriales más consolidadas y más recursos tecnológicos. Por otra parte, países como los de la





Unión Europea, que participen en la toma de decisiones a través del Consejo pero no pueden modificar ni fijar aranceles de forma autónoma, pueden firmar acuerdos bilaterales. Por ejemplo, la Unión Europea mantiene con Turquía una serie de acuerdos bilaterales con el fin de justificar un intercambio de mercancías con ventajas o aranceles más beneficiosos que, por ejemplo, con China.

# Repercusión en el tejido malagueño



**E**l impacto de la actual política arancelaria internacional se siente con desigual fuerza en los distintos sectores económicos malagueños. Desde fabricantes de agua envasada hasta grandes cooperativas agroalimentarias o proveedores tecnológicos, las empresas están ajustando sus estrategias para adaptarse a un escenario incierto. ¿cómo enfrentan este desafío nuestras empresas?

Para **Ly Company**, referente mundial en el sector de agua envasada, los aranceles podrían representar un desafío significativo. Como empresa con presencia global y cadena de suministro internacional, cualquier modificación en aranceles puede influir en el coste de materias primas, logística o acceso a ciertos mercados. No obstante, esta empresa ha optado por una estrategia de descentralización para minimizar riesgos, estableciendo centros de producción más cercanos a sus mercados de destino y reduciendo la dependencia de importaciones para evitar incrementos en los costes logísticos y arancelarios.

Del mismo modo, empresas como **Dcoop**, uno de los mayores exportadores de aceite de oliva del mundo, destaca que "cualquier guerra arancelaria afecta a las transacciones comerciales", especialmente al sector agroalimentario español, que es muy exportador. No obstante, argumentan desde la cooperativa, "estas situaciones son recurrentes (aranceles, guerras, tratados comerciales...) y, por tanto, tenemos que estar preparados para todas estas contingencias".

En contraste, empresas como **Tupl**, dedicada al desarrollo de soluciones de automatización mediante IA para empresas, se encuentran menos expuestas a estos cambios. Según Pablo Tapia, CTO de la compañía, hasta ahora no han sentido un impacto directo, aunque reconocen la incertidumbre global: "Si la tensión comercial continúa, podría tener un impacto negativo en la economía, generando un efecto dominó que afectaría a diversas industrias". Aunque Tupl no depende directamente del comercio físico de bienes, mantiene relación con clientes



## Principales Productos Exportados de Málaga a EEUU



Fuente: Andalucía TRADE. Año 2024

en sectores industriales más afectados, como el automotriz, donde algunos de ellos ya han comenzado a ralentizar o paralizar inversiones debido a la incertidumbre.

### COMPETENCIA INTERNACIONAL

El acceso a los mercados también es una preocupación crítica para empresas como **Hutesa**, exportador de aceituna. Aunque esta compañía no tiene relaciones comerciales directas con Estados Unidos, ya que opera principalmente en África, Asia y Europa, su gerente, Paz Hurtado, señala que los aranceles anunciados por EE.UU. "pueden afectar indirectamente al provocar que empresas que anteriormente exportaban al mercado estadounidense ahora compitan en otros mercados internacionales". Hurtado denuncia que "los aranceles impuestos afectan específicamente a la aceituna española, mientras que productos similares de países como Grecia o Portugal están exentos, creando una desigualdad competitiva". Esta situación no solo desafía a Hutesa, sino a toda la industria aceitunera española, que ha visto cómo competidores europeos aprovechan estas brechas para ganar cuota de mercado en mercados asiáticos y africanos.

El sector cárnico es otra actividad con gran peso en la provincia. De hecho, el 72% de todo el sacrificio del porcino de Andalucía se realiza en dos establecimientos malagueños: Famadesa y Prolongo. Desde **ANICE** (Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España) indican que "la alambicada política proteccionista de Trump ha creado un halo de incertidumbre". La industria cárnica española exportó en 2024 más de 11.333 millones de euros, con Estados Unidos representando un mercado clave para productos como jamones y embutidos. Si bien España exportó el pasado año carne a EE. UU. por un

valor de algo más de 100 millones de euros, los datos en Andalucía se reducen significativamente a 7 millones, con un mercado especialmente enfocado en productos elaborados. El sector continúa expectante ante la moratoria entre ambos territorios que finaliza el 14 de julio. En el caso de productos de alto valor añadido, la demanda no es tan sensible al precio, por lo que un aumento de este puede no ser determinante. Aun así, la preocupación de ANICE se centra en que "el consumidor norteamericano pueda asociar de forma generalizada el producto europeo con un producto caro", apuntan.

Esto podría ser especialmente perjudicial para productos premium como el jamón ibérico, que dependen de una percepción de calidad para justificar su elevado precio en el mercado estadounidense.

**“Europa puede jugar un papel importante como alternativa estable y competitiva para compensar cualquier posible disrupción en las relaciones comerciales con EE. UU.”**

Antonio Castro,  
director general de Andalucía TRADE



Todos los expertos consultados coinciden en que la peor de las noticias sería entrar en una guerra arancelaria respondiendo con agresividad las medidas de Trump. La política arancelaria de EE. UU. no ha sido especialmente estable en los últimos años. Aun así, desde

la asociación cárnica ANICE apuntan que "las empresas han sido siempre gacelas, capaces de moverse con mucha rapidez en ambientes hostiles. Lo han demostrado históricamente y lo volverán a hacer en caso de que el tablero geopolítico y arancelario se pueda alterar por





## Estrategias de adaptación y diversificación

En términos de adaptación, **Ly Company** ha sido una de las más proactivas, apostando por la descentralización de la producción para minimizar riesgos. Esto implica también un enfoque más sostenible. Esta estrategia no solo reduce la huella de carbono de sus operaciones,

sino que también les permite adaptarse rápidamente a cambios regulatorios o arancelarios en sus mercados objetivo, así como reducir los tiempos de transporte y los costes asociados.

El **Puerto de Málaga**, por su parte, se enfrenta a desafíos adicionales en cuanto a la

logística. Aunque no anticipa un impacto inmediato, reconoce que las tensiones arancelarias podrían complicar las exportaciones hacia Estados Unidos, particularmente en sectores como el aceite de oliva a granel y bienes de equipo. Al respecto, Carlos Rubio, presidente

de la Autoridad Portuaria, confirma que “basándonos en etapas anteriores en las que también hubo crisis

arancelarias, no pensamos que la misma tenga una elevada incidencia en nuestro puerto”.



### ¿AFECTA A LOS PRECIOS?

El profesor de la UMA, Juan González, destaca que, “cuando un país adopta medidas proteccionistas, los precios internos tienden a subir porque se restringe la competencia extranjera”. Al contrario, los precios en otros mercados podrían caer. Por ejemplo, si Estados Unidos impone un alto arancel a las aceitunas o al vino europeos, es probable que sus precios internacionales bajen al disminuir la demanda de estos productos en uno de sus principales mercados.

A pesar de que su mercado se centra mayoritariamente en Europa, la actual política arancelaria internacional también preocupa a **TROPS**, líder en la comercialización de frutas subtropicales. Aunque el entorno arancelario dentro de la UE -incluido el Reino Unido post-Brexit- se mantiene relativamente estable, posibles cambios externos podrían alterar significativamente el mercado. “Si por ejemplo EE. UU. aplica aranceles al aguacate mexicano, ese excedente podría llegar a Europa, saturando el mercado y presionando los precios

a la baja”, advierte Víctor Luque, director general de TROPS. Además, nuevos acuerdos comerciales de la UE podrían facilitar la entrada de fruta extracomunitaria en condiciones ventajosas, amenazando la competitividad de los productores locales como TROPS.

En la misma línea apunta Sergio Cuberos, propietario de la cadena de supermercados **Maskom**, quien explica que, aunque su empresa no se ha visto afectada directamente, “una caída en las exportaciones de aceite de oliva hacia Estados Unidos



alguna decisión política, que poco tiene que ver con criterios proteccionistas o comerciales”.

El presidente de la **Autoridad Portuaria de Málaga**, Carlos Rubio, apunta que “la imprevisible evolución de la política arancelaria en E.E.U.U. hace que muchos operadores estén acelerando sus

compras, aunque es difícil de predecir su impacto futuro”, finaliza.

### EL CASO BRITÁNICO

Tras la salida del Reino Unido de la Unión Europea, conocida como Brexit, se han introducido cambios significativos en las relaciones comerciales entre ambas partes. Aunque

se establecieron regulaciones transitorias para evitar un impacto inmediato y drástico, actualmente el Reino Unido es considerado un “tercer país” para efectos comerciales, lo que implica que las exportaciones e importaciones con el Reino Unido están sujetas a controles aduaneros completos,

como ocurre con otros países fuera del bloque, como India o China. Esto incluye la aplicación de aranceles, controles documentales, inspecciones físicas y una mayor carga burocrática para las empresas, que deben cumplir con normativas específicas para acceder a ambos mercados.



contribuye a una mayor disponibilidad y, por lo tanto, a una reducción de precios en el mercado español". Por otro lado, aclara que la mayoría de los productos que manejan son multinacionales o provienen de mercados no afectados significativamente por los aranceles estadounidenses.

Sin embargo, Cuberos advierte que estas dinámicas pueden cambiar rápidamente si las tensiones comerciales se intensifican o si surgen nuevas restricciones en otros mercados clave.

Álvaro Suarez pone el ejemplo de los coches eléctricos, en los que China es especialmente competitiva. Actualmente la UE aplica un arancel alto a estos coches importados con el objetivo de fomentar el consumo interno de producto que a día de hoy no es capaz de competir en precio. La consecuencia es que el consumidor final va a tener que soportar un mayor precio del producto.

## LA PICARESCA DEL ENSAMBLAJE

Un asunto donde hay mucha controversia es en lo que se entiende como fabricación de un producto. Algunas empresas, con la intención de favorecer un posterior comercio en la UE intentan sortear, entre comillas, los gravámenes de aranceles produciendo en España con determinadas mercancías procedentes de China. Esto tiene sus consecuencias, señala Suarez, porque para que un determinado producto realizado en la Unión Europea no tenga aranceles, tendrán que estar lo que se conoce jurídicamente como suficientemente transformado. Muchas veces, manifiesta el profesor Juan González, "se ensamblan en un país piezas que han sido fabricadas en otros países y esta última fase aporta un valor añadido muy bajo. Y queda la duda de si, por ejemplo, un automóvil ha sido fabricado o simplemente ensamblado".



**CARLOS RUBIO.**  
Puerto de Málaga

*"la imprevisible evolución de la política arancelaria en E.E.U.U hace que muchos operadores estén acelerando sus compras. Es difícil de predecir su impacto futuro"*



**SERGIO CUBEROS.**  
Maskom

*"La disminución de exportaciones hacia Estados Unidos por los aranceles puede contribuir a un aumento en la oferta interna y, por tanto, a una reducción de precios en España"*



**TERESA AMARO.**  
Directora del ICEX en Málaga

*"Ante la incertidumbre internacional, la Administración española actúa con contundencia. Mantener una posición negociadora fuerte y apoyar a las empresas es clave para mantener la robustez de nuestro sector exterior"*



**JUAN GONZÁLEZ.**  
UMA

*"Una política arancelaria inestable puede reducir significativamente el crecimiento del PIB mundial. Una guerra comercial ralentiza la economía global y puede incluso provocar una crisis"*



Hoy, somos más  
que expertos.

**Somos  
Windup.**



Tu partner en  
soluciones digitales

[windup.es](https://windup.es)



JOSÉ MANUEL MONTALVO

# GRUPO PREMIUM: EL ÉXITO DE HACER LO QUE TE GUSTA

**Grupo Premium** no es solo una empresa malagueña: es una fábrica de experiencias. Con hoteles boutique, terrazas con encanto, restaurantes de autor y su propia fábrica de cerveza, este grupo fundado en 2012 factura más de 13 millones anuales. Detrás, tres socios que decidieron hacer del disfrute su modelo de negocio.

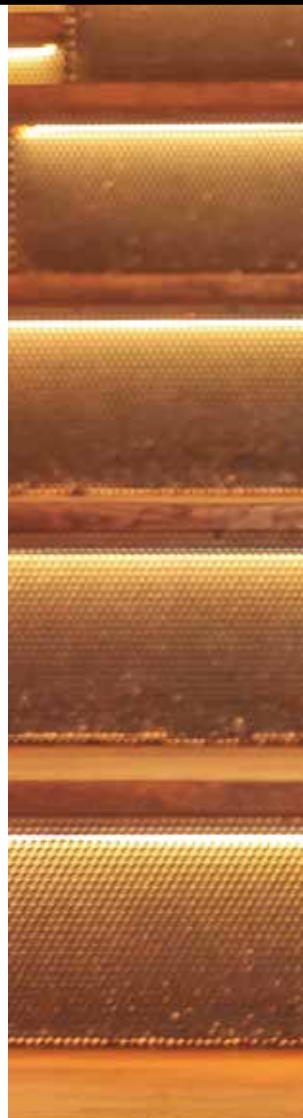
 **DAVID DELGADO**

**H**ay quien monta un negocio para ganar dinero. Otros, para labrarse un futuro. Pero los fundadores de Grupo Premium lo hicieron, ante todo, para disfrutar. "Queremos divertirnos con lo que hacemos", dice **José Manuel Montalvo**, director general del grupo, ingeniero, exMister España y disfrutón confeso.

Todo empieza con tres amigos: Juan García, Elisardo Sánchez y el propio Montalvo. El primero, sumiller con vino propio. El segundo, empresario financiero. El tercero, ingeniero industrial que cambió los planos del Eurofighter por los de un hotel boutique. ¿El punto en común? Una gala de Mister España en Marina D'Or en el año 2008. Ese año, en el que José Manuel fue elegido

guapo de España, sus dos socios participaban en la organización del certamen. Aquella experiencia, cuenta, "me obligó a madurar en soledad en el extranjero". A partir de ahí, negocios y disfrute se dieron la mano con la vista puesta en una Málaga que ya mostraba sus oportunidades.

Desde la apertura de su primera terraza en 2012, la actividad de Grupo Premium ha subido como la espuma de los más de 90.000 litros de cerveza que se consumen cada año en otro de sus locales más icónicos, La Fábrica del Soho. Este espacio gastronómico, abierto en colaboración con Heineken, es un punto de encuentro en el que "hemos conseguido aunar muchos valores de







PLANTILLA		FACTURACIÓN	ESPACIOS	
≈ 150		13	2.600m <sup>2</sup>	
EMPLEADOS		MILLONES DE EUROS	DE RESTAURACIÓN Y OCIO	
RESTAURACIÓN		ALOJAMIENTO		
3	4	3	2	
RESTAURANTES	TERRAZAS	HOTELES*	BLOQUES DE APARTAMENTOS	
*El tercero abrirá en 2026				





En La Fábrica, gestionada por Grupo Premium, se elaboran gracias a la colaboración con Heineken, más de 30 variedades diferentes de cerveza artesanal.

**Pese al éxito, han renunciado por el momento a expandirse a lo loco. ¿Madrid? ¿Barcelona? "Podríamos, pero no queremos perder el contacto con nuestro equipo"**

la comunidad malagueña", comenta Montalvo con el orgullo de quien está donde quiere estar. "Somos muy disfrutones", confiesa con una sonrisa entre pregunta y pregunta. Y es que su relación con la hostelería comenzó como cliente, disfrutando. Luego vino la inquietud, la visión de negocio y la necesidad de hacer algo propio. Así nació Grupo Premium, y con él una nueva forma de entender el turismo urbano.

La terraza del Oasis, que hoy conocemos como San Telmo, fue la prueba piloto. Los socios querían comprobar si Málaga estaba preparada para un concepto que ya se había asentado en Madrid y Barcelona: azoteas abiertas a todos, no solo a los clientes del hotel. El experimento funcionó tan bien que fue solo el principio. Hoy, Grupo Premium gestiona, además de la Fábrica, dos hoteles boutique, dos bloques de

apartamentos turísticos, tres restaurantes -incluido el exquisito Yubá Experience de Mario Rosado- y cuatro terrazas con vida propia.

#### NUEVO HOTEL PARA 2026

El grupo está creciendo en la línea hotelera, y para finales de 2026 tienen previsto inaugurar el tercer hotel boutique. Con 38 habitaciones y ubicado en la calle Biedma, será, en palabras de José Manuel Montalvo, "el hotel de más nivel que tenemos actualmente".

No quieren replicar los proyectos de manera impersonal. No obstante, en todos ellos hay un hilo conductor: la hospitalidad. "Nuestro gran valor es el deseo de agradar, de hacer pasar un buen rato. Es una forma de ser", dice Montalvo.

Más allá de la estética o el confort, la nueva propuesta hotelera mantiene la misma filosofía de los

actuales establecimientos, Alcazaba Premium y Málaga Premium: valor añadido, experiencia y respeto por el entorno. "Nos estamos divirtiendo desarrollando algo diferente, algo que siga generando valor, no solo a Grupo Premium, sino también a Málaga", explica Montalvo, que subraya la importancia de mantenerse fieles al espíritu local en un contexto de crecimiento.

El grupo emplea a unas 150 personas. Con la apertura del nuevo hotel alcanzarán un equilibrio 50-50 entre empleados de hotel y restauración. Muchos de ellos han crecido profesionalmente desde abajo. "La formación es clave, pero la actitud lo es más. Hay gente que entró hace años sin formación y hoy lidera equipos. Y gana bien", asegura Montalvo. "Ese mantra de que la hostelería está mal pagada no es cierto", matiza.

## Del Eurofighter a los rooftops de Málaga

José Manuel Montalvo (Madrid 1981) montó su primera empresa con 19 años, siguiendo el instinto emprendedor heredado de una familia de autónomos. Es ingeniero industrial de formación y trabajó en la compañía EADS (hoy Airbus Group) durante seis años en el proyecto Eurofighter, uno de los aviones de combate más avanzados y versátiles del mundo. Una "anécdota veraniega" lo llevó a participar (y ganar) el certamen de Mister España en 2008. Lo que parecía un paréntesis se convirtió en un cambio de rumbo vital. Descubrió el mundo del ocio, el turismo, la hospitalidad... y nunca más volvió a las turbinas. Desde entonces, este madrileño de nacimiento, pero malagueño de corazón lleva más de dos décadas creando proyectos con alma.





## Fundación Grupo Premium



En 2022, Grupo Premium decidió institucionalizar su compromiso social creando su propia fundación. "Queríamos que cada caña servida tuviera un recorrido social, no solo económico". Así lo explica Montalvo, mientras enumera las cuatro grandes líneas de acción: cultura malagueña, lucha contra la exclusión social, infancia y formación.

Desde concursos de fotografía que retratan la luz de Málaga hasta acciones con comedores sociales y hospitales infantiles, su fundación es, probablemente, su proyecto más emotivo. "Es un poco alimentar nuestro ego también", admite con honestidad. "Ver las caras de quienes disfrutan gracias a lo que haces, eso no tiene precio".

### ¿SALIR DE MÁLAGA?

Por el momento los socios no pretenden exportar el modelo a otras ciudades. "Nos gusta estar cerca de nuestro equipo, de nuestro producto, de nuestra gente. Nuestro modelo es escalable, pero no queremos perder el alma por el camino".

"No nos interesa crecer por crecer. Lo hacemos si el proyecto mejora nuestro entorno y nuestra ciudad". Lo dice Montalvo tras rechazar propuestas de grandes cadenas que han venido a buscarles para explotar sus líneas de negocio.

En total, Grupo Premium gestiona más de 2.600 m<sup>2</sup> de espacios de ocio, restauración y eventos, principalmente corporativos.

### IA CON ACENTO MALAGUEÑO

No todo es emoción y disfrute. Hay también inteligencia Artificial. Grupo Premium ha desarrollado su propio asistente virtual, Marysol, que atiende llamadas, mensajes y consultas web. "Le hemos puesto acento malagueño y mucho conocimiento local.

Marysol "no tiene malos días", bromea. Siempre está lista para recomendar un vino, hacer una reserva o sugerir una experiencia. El objetivo es claro: acompañar al cliente antes, durante y después de tomarse una cerveza artesanal o un coctel en una terraza con vistas a la ciudad.

«No nos interesa crecer por crecer. Lo hacemos si el proyecto mejora nuestro entorno y nuestra ciudad»

«La formación es clave, pero la actitud lo es más. Hay gente que entró hace años sin formación y hoy lidera equipos»



El escXa cultura.

### CRONOLOGÍA

**Febrero 2012 - Terraza Oasis (actual Terraza San Telmo):** Primera terraza abierta al público. Concepto pionero en Málaga.

**Marzo 2015 - Hotel Alcazaba Premium (con Batik y Terraza de la Alcazaba)** Hostel transformado en hotel boutique con vistas y gastronomía top.

**Julio 2017 - Hotel Málaga Premium (calle San Juan)** Primer hotel gastronómico de Málaga según Junta de Andalucía. Con Bendito y Yubá.

**Enero 2018 - La Fábrica de Cerveza** Microcervecera urbana con producción propia y gran ambiente local.

**2021 - Apartamentos Málaga Premium (Terraza del Quizás)** Alojamientos turísticos con terraza y experiencia personalizada.

**2022 - Apartamentos San Telmo (Terraza de San Telmo)** Mismo concepto boutique y funcional.

**Finales 2026 - Nuevo hotel boutique (calle Biedma)** Próxima apertura. Proyecto de mayor nivel hasta la fecha.



## UNICAJA REFUERZA SU BANCA PRIVADA CON NUEVA IDENTIDAD



Unicaja ha relanzado su Banca Privada bajo la marca Unicaja Banca Privada, dentro de su Plan Estratégico 2025-2027. La entidad apuesta por una atención más especializada con más de 100 gestores y 23 centros específicos, apoyados por su red de 900 oficinas. Su propuesta combina asesoramiento patrimonial y fiscal, gestión de carteras con arquitectura abierta, e incorpora tecnología avanzada como inteligencia artificial, atención remota y herramientas digitales exclusivas. Además, se refuerza el papel de Unigest y se amplía la oferta de inversión con alianzas estratégicas con BlackRock, Allianz y Candriam.

## Gilmar abre nueva oficina en Benalmádena y suma cinco en la Costa del Sol

**G**ilmar Consulting Inmobiliario inauguró el 9 de mayo su oficina número 30 en Benalmádena, reforzando así su presencia en la Costa del Sol, donde ya cuenta con sedes en Málaga, Marbella, Puerto Banús y Estepona. La nueva delegación, que arranca con un equipo de 20 profesionales, funcionará también como centro estratégico para los departamentos de obra nueva y alquileres de corta estancia de toda la región. Al evento asistieron más de 250 personas, entre clientes, representantes del sector, amigos de la firma, agencias colaboradoras, medios de comunicación y autoridades. Los fundadores, Jesús Gil Marín y Manuel Marrón, destacaron su compromiso con el desarrollo local y con el municipio de Benalmádena.



## HM Hospitales invierte 3 millones de euros en la reforma integral del edificio de La Encarnación

HM Hospitales ha iniciado la reforma integral del edificio La Encarnación, junto al Hospital HM Málaga, con una inversión superior a tres millones de euros. El proyecto, dividido en cuatro fases, incluye la modernización completa del inmueble, mejoras en eficiencia energética, una nueva fachada con acceso independiente por la calle Ruíz López y una redistribución de sus

instalaciones. La reforma del edificio abarca una parcela de 413 m<sup>2</sup> con una superficie construida de 1.133 m<sup>2</sup>. El rediseño interior plantea una distribución más funcional y especializada por áreas médicas. El objetivo es ampliar la oferta asistencial sin interrumpir la atención a los pacientes. Con esta intervención, HM Hospitales refuerza su red asistencial en la provincia de Málaga.





# Málaga, puerto base de la naviera Alma Cruceros

Alma Cruceros ha iniciado su actividad en el Puerto de Málaga con el Ocean Victory, su buque insignia, consolidando a la Costa del Sol como destino clave del turismo náutico de lujo y sostenible. La inauguración se celebró el 27 de abril con la presencia de autoridades y empresarios. Con 104 metros de eslora y 93 camarotes, el barco ofrece una experiencia exclusiva para 186 pasajeros, con menús diseñados por chefs Michelin y precios desde 5.000 euros por cabina. El Ocean Victory destaca por su tecnología sostenible: motores híbridos, reciclaje de agua y mínima emisión de CO<sub>2</sub>. Alma Cruceros, de capital mayoritariamente malagueño, opera por Andalucía, Sevilla, Cádiz, Almería, Huelva, Algeciras, Ceuta y Melilla, aunque la naviera también contempla rutas desde Barcelona hacia destinos exclusivos como la Costa Azul, Córcega, Cerdeña y las Islas Baleares. Se enfoca en un público internacional, especialmente latinoamericano interesado en descubrir Andalucía desde un punto de vista único.



*El Ocean Victory ofrece una experiencia exclusiva para 186 pasajeros con precios desde 5.000 euros por cabina.*

## FACCSA REFUERZA SU LIDERAZGO EN SIAL CHINA 2025



Faccsa-Prolongo consolida su posición internacional del sector cárnico con su participación en esta feria celebrada en Shanghái. La empresa presentó su catálogo de productos y destacó su producción sostenible, trazabilidad y compromiso con la calidad. Integrada en el pabellón de INTERPORC, reforzó alianzas estratégicas y abrió nuevas oportunidades en el mercado asiático. Su participación ha sido clave en su estrategia de internacionalización.

## EL CARMEN THYSEN RECONOCE A TRES EMPRESAS MALAGUEÑAS



El Museo Carmen Thyssen Málaga ha homenajeado a Vincci Posada del Patio, Garrigues y AON por más de diez años de apoyo continuo a través del programa Amigos del Museo. En un acto institucional, se destacó su papel clave en el desarrollo sostenible del museo y en el fomento del arte. El evento incluyó una charla de Margarita Álvarez sobre bienestar laboral, reforzando la conexión entre empresa, cultura y sociedad. Actualmente, el programa cuenta con 42 empresas.

## LA CANASTA INAUGURA NUEVO LOCAL EN CALLE LARIOS



La Canasta abrió el pasado mes de abril su nuevo local en el número 7 de calle Larios, ocupando el espacio que dejó Lepanto. El nuevo establecimiento cuenta con 200 m<sup>2</sup> y da empleo a 30 personas. Durante Semana Santa, ofrecieron solo servicio para llevar, pero ya funciona con normalidad. Esta apertura refuerza su presencia en la almendra central de Málaga, donde cuenta con locales en la plaza de la Constitución, calle Granada y junto al mercado de Atarazanas.



## SOHO BOUTIQUE ABRIRÁ SU PRIMER HOTEL EN MURCIA



La cadena hotelera malagueña Soho Boutique Hotels anuncia la apertura de su primer hotel en la Región de Murcia, el Soho Boutique Murcia de cuatro estrellas. Ubicado en la Avenida Juan Carlos I, este establecimiento contará con 90 habitaciones, gimnasio, parking, salas de reuniones y una piscina en la azotea. Actualmente en construcción, se prevé que el establecimiento abra en menos de 24 meses. Este nuevo hotel representa un paso estratégico para la marca, que consolida su expansión en destinos emergentes del sureste español, orientado tanto al turismo de ocio como al de negocios.

## JORNADAS DE LIDERAZGO EMPRESARIAL EN LES ROCHES



Les Roches fue el lugar elegido para la celebración a finales de abril de la X edición de las Jornadas de Liderazgo Empresarial de CIT Marbella. Bajo el lema "10 años de Liderazgo: Inspirando el Futuro de Marbella", figuras como la surfista Sarah Almagro, el presidente de Unicaja Baloncesto Antonio J. López Nieto, la empresaria Paz Hurtado y el cineasta Alexis Morante compartieron sus experiencias personales y profesionales. Cada intervención ofreció claves únicas sobre superación, estrategia, innovación y liderazgo creativo. El evento consolidó a la ciudad de Marbella como cuna de inspiración empresarial.

## STARLITE BUSCA CUBRIR 1.000 EMPLEOS ESTE VERANO



Starlite Occident abrió el proceso de inscripción para cubrir más de 1.000 puestos de trabajo este verano en Marbella. Las entrevistas presenciales se realizaron los días 13, 14 y 15 de mayo en el Palacio de Congresos de la ciudad. Los contratos pueden alcanzar los cinco meses de duración y el 90% de las contrataciones se prevén locales, con un 70% de repetición entre empleados. El festival, que comienza el 13 de junio, genera un impacto anual de 6.450 empleos equivalentes a tiempo completo. Los puestos ofertados abarcan áreas como logística, restauración, seguridad, hospitality y zona comercial.

## La clínica malagueña MAEX Cuevas Queipo, referente nacional en casos complejos con implantes dentales

La innovación tecnológica y el exhaustivo trabajo en equipo del cirujano con los bioingenieros han sido la clave en la aplicación de tratamientos que ofrecen una solución para casos complejos, con ausencia total o parcial de hueso. Estos casos antiguamente desahuciados tienen ahora tratamiento de forma muy controlada y con resultados antes impensables. La Clínica MAEX Cuevas Queipo cuenta con un proceso clínico en el que el estudio personalizado y la experiencia de su equipo han marcado la diferencia.



## Cajamar crece y se transforma digitalmente

Cajamar celebró el 8 de mayo su Asamblea General en Almería, aprobando las cuentas de 2024 con beneficios de 326 millones. La entidad anunció su expansión a todo el territorio nacional y un plan tecnológico que refuerza la atención personalizada. Cajamar reafirmó su compromiso con la inclusión financiera rural y el sector agroalimentario.

## Málaga, entre los destinos de Saudia Airlines

La compañía aérea nacional de Arabia Saudí contempla tres vuelos a la semana para unir la Costa del Sol con Riad. Concretamente, estos vuelos tendrán lugar los lunes, miércoles y sábados desde el próximo 11 de junio hasta el 30 de agosto de 2025.



## PIERRE & VACANCES ABRE UN NUEVO HOTEL EN TORREMOLINOS



Pierre & Vacances inauguró a principios de mayo el Hotel Costa Málaga 4\* en Torremolinos, su octavo establecimiento en la Costa del Sol. El hotel cuenta con 243 habitaciones y servicios de alta gama, incluyendo rooftop bar, piscina y restaurante buffet. Esta apertura marca su hotel número 50 en España y Andorra, en línea con su plan de expansión 2025, que prioriza destinos con alta demanda anual. La compañía apuesta por un turismo sostenible, innovador y centrado en la experiencia del cliente en ubicaciones estratégicas.



## FUERTE GROUP HOTELS, CADENA MÁS ACOGEDORA DE ANDALUCÍA

Fuerte Group Hotels fue reconocida a finales de abril por Booking como la 'Cadena hotelera más acogedora de Andalucía' en los Traveller Review Awards 2025, basados en más de 360 millones de valoraciones de viajeros. La empresa familiar andaluza, con origen en Marbella en 1957, destaca por su hospitalidad, autenticidad y trato cercano. La consejera delegada, Isabel Luque, recogió el galardón resaltando el legado de acogida transmitido generación tras generación. Fuerte Group Hotels cuenta con diez hoteles operativos y dos nuevas aperturas previstas próximamente.



MÁLAGA 13/15 NOVIEMBRE 2025

Conectados por el Mediterráneo

Tú   
  
  
 el futuro del  
 sector inmobiliario

#simedMLG / [simedmalaga.com](https://simedmalaga.com)

ORGANIZA

málaga

ciudad de Málaga

FYCMA

PARTNERS

AQ  
ACENTOR

FINCA MOSSARA

GILMAR REAL ESTATE

Lagoon

metrovacesa

Neinor

Térmica Beach

urbania.

PARTNERS INSTITUCIONALES

Ayuntamiento de Málaga

ciudad de Málaga

Asociación de Inmobiliarios de Andalucía

Asociación de Inmobiliarios de Andalucía

PORTAL INMOBILIARIO

idealista

COLABORADORES SECTORIALES

ACP

FADECO

APCEspaña

AIPP

Asociación de Inmobiliarios de España

CEPI

FIABCI

INRE



## Clínica Baviera abre en Vélez-Málaga



**C**línica Baviera ha inaugurado una nueva clínica en Vélez-Málaga, ampliando a cinco sus centros en la provincia de Málaga. Esta apertura forma parte de su estrategia de expansión regional y eleva a doce el número de clínicas en la comunidad andaluza. El nuevo centro, situado en la calle Cervantes, 21, dispone de 230 metros cuadrados con consultas, salas de espera y espacios para pruebas oftalmológicas, ofreciendo atención de calidad con tecnología avanzada. Con más de 60.000 pacientes atendidos en la provincia desde hace 24 años, Clínica Baviera es referente en cirugía refractiva y tratamientos visuales personalizados. En Andalucía, ya ha realizado más de 55.000 operaciones con láser y 30.000 con lentes intraoculares, consolidando su liderazgo en salud ocular en el sur de España.

## Miphai abre tienda en Barcelona y prevé duplicar facturación

La firma malagueña de moda para invitadas, Miphai, inauguró en mayo su primera tienda en Barcelona, ubicada entre Rambla Cataluña y Paseo de Gracia. Con este local de 190 m<sup>2</sup> suma cuatro tiendas propias en España y consolida ocho puntos de venta. Fundada en 2019, la marca apuesta por producción 100% española y prevé duplicar su facturación hasta los 18 millones de euros.



## Catalonia inaugura su segundo hotel en la ciudad de Málaga



Catalonia Hotels & Resorts ha inaugurado su segundo hotel en Málaga con una inversión de 24 millones entre compra y reforma. El Catalonia Puerta del Mar, de cuatro estrellas, ocupa tres edificios históricos restaurados en el casco antiguo. Cuenta con 74 habitaciones y medidas para hacerlo más eficiente. La cadena suma ya ocho hoteles en Andalucía y continúa su expansión internacional.

## La desaladora de la Axarquía, infraestructura clave para asegurar el futuro del agro malagueño

La Axarquía avanza hacia una agricultura más sostenible con la recuperación y ampliación de su desaladora, que alcanzará una capacidad de 3 hm<sup>3</sup> anuales, clave para garantizar el riego en una de las zonas más afectadas por la sequía. Durante su visita a Vélez-Málaga el 24 de abril, el ministro Luis Planas destacó la importancia de infraestructuras hídricas como esta para asegurar el futuro del

campo malagueño. Además, elogió el modelo innovador de la cooperativa Trops al realizar una visita a su Centro de Innovación. Este desarrolla investigaciones sobre variedades más resistentes al cambio climático, agricultura regenerativa y uso eficiente del agua. Planas subrayó la necesidad de apoyar la formación agraria y el relevo generacional para tener un sector competitivo.







## UNICAJA PRESENTA A 300 DE SUS DIRECTIVOS SU PLAN ESTRATÉGICO

Unicaja celebró su 21ª Convención el 6 y 7 de mayo en Málaga, congregando a más de 300 directivos del grupo para compartir las claves del nuevo Plan Estratégico 2025-2027, centrado en clientes, empleados y transformación. El presidente, José Sevilla, destacó el compromiso con un modelo de banca cercana, digital y sostenible. Este plan busca reforzar la rentabilidad, eficiencia y posicionar a Unicaja como banco referente en sus territorios.

## RIVERSA BRILLA DURANTE EL CONGRESO DE PARQUES Y JARDINES



Riversa reunió en sus instalaciones de Marbella a más de 200 profesionales del sector de infraestructuras verdes en un evento paralelo al Congreso PARJAP a principios de mayo. La cita permitió estrechar lazos y realizar networking en un ambiente distendido. El CEO de la firma, Sandro Lara, destacó el compromiso de Riversa con la sostenibilidad, y el futuro de las ciudades verdes.



### Cuenta autónomo

La cuenta online perfecta para tu gestión profesional y personal.

0€

**Sin comisiones de administración mantenimiento de la cuenta. TIN 0% - TAE 0%<sup>(1)</sup>.** Siempre que operes desde internet o por canales alternativos a la oficina.

**Sin comisiones de emisión en tu tarjeta de Crédito Mastercard Professional.**

**Sin comisiones por transferencias y trasposos online estándar en euros dentro del EEE.**



Hazte cliente online en minutos y aprovecha todas las ventajas de tu Cuenta Autónoma.

Indicador del riesgo de la Cuenta Autónoma:

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.

500€

Y si eres uno de los 2.500 primeros, en domiciliar tu recibo de autónomo **recibe una bonificación de hasta 500€<sup>(2)</sup>.**

Promoción válida hasta 30 de agosto de 2025.



**TPV. TRANQUILO, PRIMERO VENDE**

**PRUEBA TPV 6 MESES GRATIS<sup>(3)</sup>**

Contrata ahora tu tarifa plana mensual de TPV y disfruta del servicio sin coste los 6 primeros meses<sup>(3)</sup>.

(1) La comisión de mantenimiento de aplicación al contrato de depósito a la vista de referencia podrá resultar bonificada y ser de 0,00 euros en el periodo de liquidación de la comisión, que se trate, si se cumplen de forma conjunta y simultánea durante los 12 primeros meses, estas DOS condiciones: a) Que, durante el periodo de liquidación, los siguientes movimientos de efectivo de la cuenta: ingresos por caja/ventanilla, reintegros por caja/ventanilla, pago de recibos no domiciliados, y pago de tributos, se realicen a través de los Canales Alternativos (Banca Electrónica, Banca Telefónica, app, Cajero o Gestor Remoto), y no a través de una sucursal. En el caso de que se realicen dichos movimientos de efectivo a través de sucursal en el periodo de liquidación, implicará la pérdida de la bonificación en el periodo de devengo donde se produzca el incumplimiento, y la comisión de mantenimiento aplicable en dicho periodo será la pactada en el contrato. b) Que la cuenta mantenga un saldo medio igual o superior a 1.000,00 EUR, en el mes natural anterior a la fecha de liquidación indicada en las condiciones particulares del contrato. A partir del mes 13, para que la comisión de mantenimiento resulte bonificada y sea de 0,00 euros en el periodo de liquidación de la comisión debe cumplir las condiciones a) y b) anteriores, además de c) Domiciliación ininterrumpida del recibo mensual de Cotización a la Seguridad Social de Autónomos del titular, en la propia cuenta o en otra cuenta abierta en la Entidad en la que el cliente también figure como titular. (2) Válido para clientes que domicilien por primera vez su recibo de autónomo en la Entidad y lo mantengan durante al menos 36 meses. Bonificación de 250€ para recibos de autónomos de importes entre 270€ y 349€, bonificación de 350€ para importes entre 350€ y 449€, bonificación de 500€ para importes superiores a 450€. (3) Los clientes que contraten la Tarifa Plana de TPV no pagarán cuota mensual ni se aplicará ninguna comisión por cesión durante los primeros seis meses desde la fecha de contratación para el primer terminal. A partir del séptimo mes, se cobrará una tarifa mensual en función del bono elegido. Promoción es válida solo para clientes nuevos de la entidad o para aquellos que no hayan tenido un comercio contratado en la entidad en los 12 meses anteriores al inicio de la campaña, así como para comercios inoperativos durante como mínimo los últimos 6 meses con una facturación anual inferior a 150.000€. El cliente se compromete a facturar >1€ mensual en todos los meses de la campaña y a no sobrepasar el rango de facturación contratado en su tarifa plana (si se sobrepasara esta facturación se aplicará la comisión establecida para "exceso de facturación"). La facturación mensual se calcula en función del volumen mensual de facturación a través del TPV, en operaciones con tarjetas VISA y MASTERCARD. En caso de superar el importe máximo indicado para cada tarifa, se aplicará una tasa de 1'10% sobre el exceso de la cantidad definida. Cada terminal adicional tendrá un coste de 10€/mes si el terminal es inalámbrico y de 6€/mes para el resto de modelos. Las tarjetas business/purchasing/corporate nacionales y europeas, y las tarjetas no europeas quedan excluidas de la tarifa, siendo la comisión del 2,00% sin mínimos por operación. Promoción válida para todos nuestros TPVs. El cliente se compromete a mantener la Tarifa Plana de TPV durante un periodo mínimo de 12 meses de los cuales 6 serán gratuitos y los 6 posteriores se aplicarán las condiciones particulares de su contrato. Y a cumplir los requisitos de facturación, si incumple se cobrarán los meses anteriores al incumplimiento. Promoción válida para contrataciones hasta 30/08/2025.





## MÁLAGA OPEN FOR BUSINESS

# Drees & Sommer refuerza su apuesta por la innovación con una oficina en Málaga



Pilar Pinel, managing director para Drees & Sommer España

**Con la nueva sede de Málaga, Drees & Sommer España refuerza su papel como protagonista de una transformación profunda del sector inmobiliario, basada en sostenibilidad real, innovación tecnológica y una visión de futuro responsable**

**D**rees & Sommer no es una recién llegada al mundo de la consultoría inmobiliaria. Con más de medio siglo de historia y presencia en 63 ubicaciones globales, la firma alemana aterrizó en España en 2008. Lo hizo entonces con un equipo pequeño enfocado en acompañar a inversores internacionales. Hoy, su equipo en nuestro país supera los 80 profesionales repartidos en oficinas clave: Madrid, Barcelona y, desde hace pocos años, Málaga.

“Desde nuestros inicios en España hemos evolucionado de

ser un apoyo para clientes internacionales en sus proyectos de expansión en España a convertirnos en un referente nacional en project management, sostenibilidad e innovación tecnológica”, explica Pilar Pinel, actual managing director de Drees & Sommer España desde 2024, tras una sólida carrera como Lead Project Manager.

## MÁLAGA: NODO TECNOLÓGICO INTERNACIONAL

La elección de Málaga como una de las sedes estratégicas no ha sido casual. “Málaga ofrece un ecosistema ideal para el desarrollo

tecnológico, con talento, infraestructuras y conexión internacional. Nuestra división IT Global Shared Services tiene desde 2022 su base aquí”, afirma Pinel.

Desde esta oficina, liderada a nivel internacional por Jonathan Davis, se desarrolla y exporta tecnología aplicada al sector inmobiliario, desde herramientas propias de software hasta soluciones con inteligencia artificial. “Además de ofrecer consultoría tecnológica a nivel internacional, trabajamos por integrar esta tecnología dentro de nuestros proyectos”, subraya la directiva.

## TECNOLOGÍA Y SOSTENIBILIDAD: BINOMIO IMPRESCINDIBLE

La digitalización es ya un pilar estratégico para Drees & Sommer. A través de su Centro de Innovación en Stuttgart y su equipo de Málaga, la compañía impulsa modelos de negocio basados en big data, ciberseguridad, automatización y sistemas inteligentes.

**«El mercado exige cada vez más sostenibilidad sin sacrificar rentabilidad»**

Ejemplo de ello es “LCM D”, una herramienta digital propia que optimiza la planificación de proyectos de construcción, reduciendo costes y emisiones. “Más del 10 % de nuestros ingresos provienen ya de nuevos modelos digitales”, afirma Pinel.



Pero si la tecnología es el motor, la sostenibilidad es la brújula. La compañía ha colaborado recientemente con una conocida cadena hotelera internacional en la certificación BREEAM de parte de sus activos en España y Portugal. También ha asesorado en proyectos residenciales en Madrid y Barcelona para la implantación de sistemas de gestión SMART y eficiencia energética.

### EL FUTURO DEL REAL ESTATE PASA POR LA RESILIENCIA

El mercado inmobiliario español enfrenta retos significativos: volatilidad económica, nuevas exigencias ESG (criterios ambientales, sociales y de gobernanza) y transformación digital. “Prepararse para el futuro nunca ha sido fácil. Nosotros llevamos años apostando por la sostenibilidad y la construcción circular cuando aún eran términos de nicho”, señala Pinel.

En este contexto, la ambición de Drees & Sommer es clara: consolidarse como una de las cinco consultoras líderes del sector en España. “Queremos ampliar el alcance de nuestros proyectos y fortalecer nuestra presencia en sectores clave como el hotelero, sanitario, logístico y residencial, especialmente en la provincia de Málaga, donde ya estamos en conversaciones para futuros desarrollos”, explica.

Los pilares de la compañía -sostenibilidad, digitalización, rentabilidad e innovación- están presentes en cada proyecto. Su enfoque bautizado como “The Blue Way” busca equilibrar la viabilidad económica con el impacto positivo sobre el entorno construido. / D. D.

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.

## Ramón Medel abre un centro pionero en Málaga

**E**l oftalmólogo Ramón Medel ha inaugurado a principios de mayo en el distrito de Teatinos el Medel Eye Hub, el primer centro en España especializado exclusivamente en cirugía plástica ocular y orbitaria. Medel es conocido mundialmente por desarrollar el ‘flap frontal’, una técnica revolucionaria para tratar

la ptosis palpebral, especialmente en niños con problemas congénitos. Durante la inauguración, se destacó el impacto del centro en el turismo sanitario de la provincia. Medel, con más de 25 años de experiencia y pacientes de 70 países, ofrecerá tratamientos de alta precisión y formará a nuevos especialistas en esta innovadora rama de la oftalmología.



## OKT Global abrirá nueva planta en Málaga

**E**l laboratorio cosmético malagueño OKT GLOBAL ha anunciado una nueva planta de 1.000 m² que aumentará su producción un 400% y la

plantilla un 200%. Esta expansión, coincide con su tercer aniversario, reforzará la innovación, atraerá talento especializado y consolidará a Málaga como polo clave del sector cosmético.





## Alumnas de Novaschool triunfan en MBA League

Las alumnas de Bachillerato de Novaschool Añoreta han ganado la final nacional de la MBA League, la mayor competición educativa de emprendimiento de España. El equipo, compuesto por Patricia Urbano, Lucía García, Mar Herrera, Carmen Montes y Lucía Torres, presentó "SeaPlast", un proyecto innovador para reducir el plástico en los océanos, desarrollado junto a su profesor Ali Bagherian. La final se celebró en La Nave de Madrid ante cerca de 1.000 asistentes y un jurado experto. Además, el centro fue reconocido como el "Centro Educativo más Emprendedor" por su apuesta por este tipo de formación desde Primaria. Novaschool Añoreta reafirma así su liderazgo educativo y emprendedor.



## McArthurGlen Designer Outlet celebra cinco años en Málaga

McArthurGlen celebró su quinto aniversario con una programación especial del 24 al 26 de abril. El evento incluyó moda, danza y actividades al aire libre en su Plaza Central. La cita contó con desfiles, actuaciones y talleres, gracias a la colaboración de instituciones locales como EADE y el Conservatorio Ángel Pericet. El centro agradecía así la fidelidad de los malagueños en estos 5 años.

## La primera Barça Store andaluza abre en Málaga

Muelle Uno fue el lugar elegido para la apertura a finales de abril de la primera Barça Store de Andalucía. Con esta apertura, el centro comercial refuerza su apuesta por grandes marcas deportivas, tras acoger también la tienda oficial del Real Madrid en 2024. Un nuevo atractivo para locales y visitantes.

## Ribes & Casals celebra diez años en Málaga

Con más de 2 millones de visitas y algo más de 2,2 millones de metros de tejido vendidos desde 2015 esta tienda se ha consolidado como referente textil en la ciudad ofreciendo una experiencia completa para profesionales y particulares. Ribes & Casals cuenta con un nuevo local en la calle Villafiel 2, que será un nuevo centro especializado en decoración.

## Quirónsalud Málaga forma a su personal en IA



El Hospital Quirónsalud Málaga ha impartido una sesión sobre el uso de IA generativa en consulta médica, liderada por el Dr. José Antonio Trujillo. Dirigida a médicos y enfermeros, la formación abordó herramientas y ejemplos prácticos. Se presentaron iniciativas en IA del propio hospital como 'Scribe' y 'Trayectorias Clínicas', que mejoran la eficiencia asistencial y la humanización del modelo sanitario.

## Una empresa malagueña impulsa la agricultura espacial autosuficiente

La empresa Green Moon Project, liderada por el ingeniero José María Ortega, encabeza un ambicioso proyecto de agricultura espacial para futuras misiones y turismo en la Luna.

El proyecto busca cultivar alimentos como lechuga, tomate o rábano en suelos análogos al lunar, como el volcánico LZS-1 de Lanzarote. En 2026 se lanzará una cápsula invernadero en órbita terrestre para analizar cultivos en ingravidez, y en 2030, iniciarán experimentos en la superficie lunar. Esta iniciativa,

en colaboración con la startup Orbital Paradigm, sitúa a Málaga a la vanguardia de la biotecnología espacial.







# Saltar *con Red*



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



## enbreve

### INTERNALIA GROUP LLEVA LA FERIA DE SEVILLA AL MÓVIL

Internalia Group lanzó el 30 de abril Wortia, un asistente virtual que permitía vivir la Feria de Abril de Sevilla desde el móvil. Con el respaldo de ÁTICA, ofrecía por WhatsApp información útil sobre casetas, programación, conciertos, transporte y seguridad. Bastaba con enviar "Hola" al número indicado para acceder gratuitamente a este servicio innovador. Wortia ha modernizado la Feria de Sevilla, facilitando la experiencia a visitantes y caseteros con tecnología útil, accesible y en tiempo real.

### WINDUP LANZA UN LABORATORIO DE IA PARA EMPRESAS LOCALES

La empresa malagueña ha creado un Laboratorio de IA e Innovación para ayudar a las organizaciones a aplicar inteligencia artificial de forma útil, práctica y sin perder su esencia humana. Esta nueva iniciativa forma parte de su vertical Windup Talent y busca impulsar soluciones reales que optimicen procesos internos. Windup apuesta por una innovación accesible, adaptada a pymes y con impacto medible en su operativa y estrategia empresarial.

### ESSCA ABRIRÁ EN SEPTIEMBRE SU CAMPUS EN EL CENTRO DE MÁLAGA

ESSCA School of Management acelera los preparativos para inaugurar su nuevo campus en Málaga este septiembre. Ubicado en un antiguo convento reformado en la calle Marqués de Valdecañas, acogerá a 400 estudiantes en 3.000 m² distribuidos en espacios modernos, funcionales y tecnológicos. El centro abrirá con el programa Bachelor in International Management, impartido en inglés, con enfoque práctico y especialización en Business AI, Data & Cybersecurity.



### Polo Valley lanza el mayor recinto ecuestre al sur Europa

Polo Valley invertirá más de 320 millones de euros en dos ambiciosos proyectos en Casares y San Roque: The Owners Club y The Hills. Con ellos, creará el mayor recinto dedicado al polo del sur de Europa, reforzando al Valle del Guadiaro como destino ecuestre internacional. The Owners Club contará con instalaciones de competición y 72 boxes para caballos. The Hills, junto a Sotogrande, incluirá villas, hotel cinco estrellas, spa, beach club y hospital privado. Se prevé la creación de más de 750 empleos. Ambos proyectos combinan lujo, deporte y sostenibilidad en plena naturaleza.



**RINCÓN DE LA VICTORIA CUENTA CON UN NUEVO HOTEL DE 4\*.** El Hotel FAY Victoria Beach de Rincón de la Victoria ha sido reconocido con la cuarta estrella en su categoría, tras culminar con éxito un exhaustivo proceso de adaptación a la normativa aplicable estos establecimientos.



# Dewar's®

## DOBLE ENVEJECIMIENTO · SUAVIDAD · EXTRA



[www.disfruta-de-un-consumo-responsable.com](http://www.disfruta-de-un-consumo-responsable.com) 40° Dewar's es marca registrada.





# De TikTok a Tokio: Japanese Head Spa revoluciona el bienestar capilar global

**Cuando Aida García, fundadora y CEO de Japanese Head Spa, se embarcó en el mundo del bienestar capilar, no imaginaba que en menos de dos años su marca 'malagueña' se convertiría en un referente internacional. Hoy, 36 locales en España y una creciente presencia global, lejos de traer de cabeza a esta joven emprendedora, le alimentan un sueño que disfruta cada día.**

**E**l concepto de Japanese Head Spa nació en octubre de 2023, cuando Aida García, con más de seis años de experiencia en el sector de la belleza, viajó a Miami para asistir a la feria Le Nube Estetic en Miami Beach. Allí, descubrió una innovadora tecnología de hidrote-rapia capilar: camillas que combinaban masajes craneales con chorros de agua, un concepto que, hasta ese momento, no existía en España.

Inspirada por los comentarios en redes sociales, Aida decidió apostar por traer esta tendencia al mercado español. "Vi miles de comentarios en TikTok de personas preguntando cuándo llegaría este concepto a España y pensé: '¿Por qué nadie ha aprovechado esta oportunidad?'",

comenta García.

El entusiasmo fue inmediato. Tras regresar a España, realizó una investigación profunda sobre el origen de esta técnica, viajando a Japón para conocer de primera mano las tradiciones que inspiran su negocio. En diciembre de 2023, abrió su primer centro en Málaga, marcando el inicio de una rápida expansión que en solo 18 meses ha visto crecer la marca a 36 locales, con nuevas aperturas en París, Roma y Lisboa, y planes de expansión a Latinoamérica y África.

Japanese Head Spa sigue técnicas ancestrales que combinan masajes en el cuero cabelludo con principios de relajación para promover el bienestar integral. Utiliza tecnología avanzada, como camillas de agua,

que replican los masajes manuales con precisión y consistencia, fusionando tradición y tecnología.

## UN MERCADO DIVERSO Y EN RÁPIDA EXPANSIÓN

El éxito de Japanese Head Spa no se limita al mercado español. En 2025, la empresa cerró acuerdos de franquicia para abrir centros en Ecuador, Perú y Kenia, con la ambición de llegar a Nueva York antes de finales de año. "Vender una franquicia es vender un sueño", explica García. "No solo es una inversión económica, es también una apuesta por un estilo de vida y una cultura de bienestar".

El perfil de cliente en Japanese Head Spa es muy amplio. Desde niños que reciben tratamientos como



*Aida siempre ha estado ligada al mundo de la belleza a través de empresas B2B como academia de formación, cadena de distribución o agencia de marketing especializado.*



regalos de comunión hasta abuelas que comparten experiencias con sus nietas, pasando por hombres que buscan relajarse fuera del ámbito típico del 'beauty'. Esta diversidad ha sido un desafío para la empresa a la hora de definir un cliente tipo, aunque García reconoce que muchos hombres llegan convencidos por sus parejas.

### RETOS Y FUTURO DEL NEGOCIO

A pesar de su éxito, Aida admite que uno de los mayores desafíos es cumplir con las altas expectativas de los clientes influenciados por los espectaculares vídeos de TikTok que viralizaron el concepto. "Muchos de nuestros clientes vienen esperando exactamente lo que ven en redes, aunque esos vídeos ni siquiera son nuestros", señala. Para enfrentar esto, la empresa ha desarrollado un fuerte enfoque en la formación de su personal para asegurar que cada cliente viva una experiencia que cumpla con sus expectativas.

Japanese Head Spa cuenta actualmente con 158 empleados directos y 230 con su red de franquiciados. Por su crecimiento en este sentido ha recibido recientemente el premio a la franquicia emergente europea y nacional, otorgado por la Asociación Española de Franquicias. Además, han logrado visibilidad mediática en medios importantes, como su aparición en Vogue en febrero, un paso significativo para fortalecer su presencia en el sector de belleza.

### EL IMPACTO DE MÁLAGA EN SU ÉXITO

Aunque nacida fuera de Málaga, Aida considera a esta ciudad, a la que vino hace diez años, como un pilar fundamental en el crecimiento de su empresa. "Málaga es como el 'Silicon Valley' de Europa", dice, destacando su importancia como centro estratégico del emprendimiento en España.

## enbreve

### EXAMAI GANA CIBEREMPRENDE Y VIAJARÁ A SILICON VALLEY



El proyecto ExamAI, plataforma que utiliza Inteligencia Artificial para evaluar el aprendizaje de alumnos, ha sido el ganador del programa Ciberemprende, impulsado por BIC

Euronova en colaboración con el Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE). Como premio, participará en un programa de aceleración de cinco semanas en Draper University, en Silicon Valley, valorado en 12.000 dólares. El programa ha acelerado 19 proyectos innovadores vinculados a la ciberseguridad. 'Scarabtech' y 'The Pepino' Brand fueron finalistas, e 'I want it' recibió mención especial. BIC Euronova abrirá en junio una nueva edición de este programa para apoyar más startups tecnológicas.

### DIPUTACIÓN Y FAECTA VELAN POR EL COOPERATIVISMO ENTRE EMPRENDEDORES



La Diputación de Málaga y Faecta desarrollan el proyecto 'Cooperavivas' para fomentar el cooperativismo entre emprendedores en municipios menores de 20.000 habitantes. La iniciativa ya se ha implementado en Archidona, se presentó en Alhaurín el Grande y llegará pronto a Cortes de la Frontera.

La diputada María del Carmen Márquez destacó que las cooperativas son clave para el desarrollo rural y la lucha contra la despoblación. El programa ofrece asesoramiento, formación e innovación digital a cooperativas nuevas y existentes, promoviendo empleo colectivo, transformación empresarial y sostenibilidad en comarcas como la Sierra Norte, el Valle del Guadalhorce y la Serranía de Ronda.



# enbreve

## 38 NUEVOS PROYECTOS EN LA INCUBADORA DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL DE LA NORIA



La incubadora de emprendimiento social de La Noria impulsa este año 38 nuevos proyectos duplicando las plazas previstas gracias a su alta

demanda. Durante ocho meses, los participantes compartirán espacio de trabajo, recibirán formación especializada y contarán con asesoramiento personalizado de expertos. Las iniciativas abordan temas como salud, inclusión, turismo sostenible, economía circular o educación ambiental. El programa emplea metodología learning by doing y ofrece formación en liderazgo, financiación, innovación social y marketing, potenciando modelos de negocio con triple impacto.

## CINCO EMPRESAS MALAGUEÑAS DESTACAN EN LOS XII PREMIOS EMPRENDEMOS



Cinco empresas de Málaga han sido reconocidas como finalistas en los XII Premios Emprendemos de la Junta de Andalucía por su innovación y compromiso social. Las seleccionadas son AGPhotonics, El Baúl de la Tuna, Unknown Gravity, S.Lab y Sema Entornos, que pasarán a formar parte del ranking regional Top50. Estas compañías destacan por su impacto en sostenibilidad, tecnología y cultura. Además, Ecodecs, Win and Winnow y Colorai Software han sido preseleccionadas como aspirantes a la siguiente fase del certamen. La gala final se celebrará el 26 de junio en Almería, donde se elegirá a la empresa andaluza más innovadora.

## Las startups tecnológicas ante el desafío de acceder a financiación



Las startups de base tecnológica son actores clave en el ecosistema de innovación, ya que aportan agilidad, creatividad y una fuerte orientación hacia la disrupción y la mejora continua. Estas empresas transforman conocimiento en soluciones concretas que responden a desafíos sociales, industriales y medioambientales. Su capacidad para explorar nuevos modelos de negocio, experimentar con tecnologías emergentes y adaptarse rápidamente a los cambios del mercado las convierte en catalizadoras del progreso y la competitividad en sectores estratégicos.

Sin embargo, estas startups enfrentan grandes dificultades para acceder a financiación, especialmente en sus etapas iniciales, lo que se convierte en una gran barrera para su crecimiento y, en ocasiones, las lleva a incluso a desaparecer. El alto riesgo percibido, la falta de historial financiero y la necesidad de inversiones a medio o largo plazo para validar tecnologías hacen que muchos fondos e inversores tradicionales se muestren reticentes a apostar por ellas. Existen opciones de financiación pública diseñadas específicamente para apoyar este tipo de empresas, pero las startups no siempre cuentan con las capacidades para preparar propuestas ganadoras.

CTA (Corporación Tecnológica de Andalucía) desempeña un papel crucial en el apoyo a las startups tecnológicas, facilitando su acceso a recursos y financiación necesarios para su crecimiento y consolidación. CTA presta servicios a estos emprendedores tecnológicos para captar financiación pública. Desde 2017, hemos apoyado a más de 100 startups tecnológicas, logrando más de 14,5M€ en financiación, con tasas de éxito destacadas: más del 50% en Neotec de CDTI y 94% en ENISA, que son los dos principales programas en España. Además, CTA actúa como un puente entre las startups y el ecosistema empresarial, conectándolas con potenciales inversores, socios estratégicos y clientes.

Apostar por startups tecnológicas no es solo invertir en empresas emergentes, sino en el futuro de la innovación, la competitividad y el progreso de toda la sociedad.

**FABIÁN VARAS,**  
Director Técnico de CTA  
(Corporación Tecnológica de Andalucía)



# *BIENVENIDO* **MALAGUISTA**



**ÚNICA TIENDA OFICIAL EN EL CENTRO**  
**MALAGACF**



**CALLE LARIOS 3**

ABIERTOS DE LUNES A SÁBADOS DE 10.00 - 21:00





Desde una planta en el interior de Málaga, la empresa ha logrado situarse en el mapa internacional de la industria del plástico distribuyendo sus productos a 38 países.

## Plásticos IMA exporta desde Archidona tuberías sostenibles a más de 30 países

**E**n el polígono industrial de Archidona se encuentra uno de los motores industriales menos conocidos para el gran público, pero con mayor proyección internacional del sur de España: Plásticos IMA. Fundada en 1997 e integrada en el Grupo Plásticos Ferro (GPF) desde 2003, esta empresa fabrica sistemas de tuberías plásticas para abastecimiento, saneamiento y riego que ya cruzan fronteras y llegan a países como Francia, Marruecos, Alemania o incluso la Polinesia Francesa.

Aunque sus productos difícilmente son visibles a pie de calle -la mayoría van enterrados bajo tierra-, tienen un papel esencial en infraestructuras de agua potable, evacuación de aguas o agricultura. Su presencia es especialmente fuerte en el ámbito B2B: constructoras, instaladoras de riego o distribuidores de obra civil.

Con una producción completamente localizada en España, entre sus plantas de Lantarón (Álava) y Archidona (Málaga), Plásticos IMA ha consolidado su apuesta internacional. Hoy, cerca del 34% de su producción se exporta, y el grupo matriz, GPF, distribuye sus productos en más de 38 países. España sigue siendo su mercado principal, pero el comercio exterior es cada vez más decisivo.

### EL PVC COMO PUNTO DE PARTIDA

La actividad de Plásticos IMA gira en torno a la transformación de PVC y polietileno en sistemas de conducción. Fabrican tuberías que van desde los 20 hasta los 1.000 milímetros de diámetro. Lo que podría parecer un negocio convencional ha dado en los últimos años un giro hacia la innovación sostenible.

A raíz de su último plan estratégico (2015-2023), Plásticos IMA recibió un impulso inversor dentro del grupo GPF para renovar su catálogo de productos. El objetivo: ofrecer soluciones técnicamente mejoradas que, además, redujeran su impacto ambiental.

Una de sus principales apuestas ha sido la tubería de PVC biorientado GPF Biopipe®, diseñada para conducciones a presión. El producto mejora la resistencia mecánica de las tuberías tradicionales, al tiempo que requiere menos cantidad de materia prima, lo que se traduce en una menor huella de carbono. También han desarrollado ecoSan®, una gama para saneamiento que incorpora un 60% de PVC reciclado en su capa interior. Ambas cuentan con certificación de AENOR y se alinean con las exigencias del mercado europeo en materia de economía circular.



"Málaga es  
sinónimo de  
nuestra apuesta  
por una de  
las provincias  
que más se ha  
desarrollado en  
nuestro país"



Victor Doctor Peral, CEO  
del Grupo Plásticos Ferro.



## ENERGÍA SOLAR PARA UNA PRODUCCIÓN MÁS LIMPIA

Otro de los frentes en los que Plásticos IMA ha centrado esfuerzos es la reducción del consumo energético de origen fósil. En los últimos años ha instalado sistemas fotovoltaicos de autoconsumo en varias de sus plantas, incluida la de Archidona, que actualmente produce más del 35% de su energía con fuentes renovables. A nivel de grupo, GPF alcanzó en 2024 un 36% de autoconsumo energético, gracias también a la compra de electricidad con garantía de origen verde.

Las plantas operan bajo un sistema integrado de gestión de calidad y medio ambiente (certificados ISO 9001 e ISO 14001), además de la norma ISO 50001 para eficiencia energética. Todo ello encaja con una estrategia que combina competitividad industrial con reducción de impactos ambientales.

## UN FUTURO MARCADO POR LA INTERNACIONALIZACIÓN

Actualmente, Plásticos IMA cuenta con 134 empleados directos y una facturación anual que supera los 59 millones de euros. El grupo GPF, por su parte, emplea a más de 860 personas y factura más de 250 millones.

Además de mantener su actividad principal, la empresa trabaja ya en ampliar desde Archidona su gama de tuberías sostenibles para agua a presión. La localización de la empresa no es casual, como nos comenta el CEO del Grupo Plásticos Ferro, Victor Doctor Peral: "su ubicación es perfecta: cerca del puerto de Algeciras, con buena conexión por carretera y en una provincia como Málaga, que no para de crecer en sectores como el regadío, la construcción o las infraestructuras".

## enbreve

### EMPRESAS MALAGUEÑAS HORTOFRUTÍCOLAS SE PROMOCIONAN EN SUECIA



Las empresas Mosaic Fruits y Sigfrido Fruit participaron en la misión comercial organizada por Andalucía TRADE en Estocolmo para abrir mercado en Suecia. Del 7 al 9 de abril, se celebraron más de 50 reuniones con importadores suecos interesados en frutas frescas

y ecológicas. Junto a firmas de Almería, Huelva y Sevilla, las malagueñas destacaron por su oferta de calidad y compromiso con la sostenibilidad. Además de encuentros comerciales, la delegación visitó mercados y supermercados para conocer tendencias de consumo.

### MARÍN GIMÉNEZ REPRESENTA A MÁLAGA EN SEAFOOD EXPO GLOBAL 2025



La empresa malagueña Marín Giménez ha participado como coexpositora en el stand institucional de la Junta de Andalucía en Seafood Expo Global 2025, celebrado en Barcelona. Durante los tres días de feria, más de 2.500 profesionales visitaron el espacio andaluz, donde se presentaron los productos del mar más innovadores y sostenibles de la región. La zona de showcooking fue uno de los grandes atractivos, con 16 demostraciones culinarias que destacaron la calidad de los productos pesqueros andaluces.





## LAS PYMES ANDALUZAS CONSOLIDAN SU RECUPERACIÓN FINANCIERA Y MIRAN AL FUTURO CON AMBICIÓN

ANTONIO VEGA

Director General de Garantía.

**E**l VI Informe sobre la financiación de la pyme andaluza, elaborado por Garantía SGR y Abay Analistas, que recientemente hemos presentado, confirma una tendencia que ya intuíamos: 2024 ha sido el año en que muchas pequeñas y medianas empresas de Andalucía han dejado atrás la etapa más crítica tras la pandemia. La recuperación no solo es palpable en la evolución de la facturación, sino también en la reducción de necesidades financieras y en una gestión más prudente del endeudamiento. Así lo indican las más de 700 empresas que hemos encuestado para este informe.

Destaca especialmente la progresiva madurez del ecosistema pyme andaluz. La inversión productiva y en innovación gana terreno al circulante, señal de que las empresas no solo buscan sobrevivir, sino crecer. Más aún, la digitalización y la economía circular comienzan a consolidarse como destinos habituales de financiación, lo que indica una clara orientación hacia

modelos más sostenibles y competitivos.

Otro dato relevante es la menor dependencia de la financiación bancaria y el auge de soluciones alternativas como subvenciones o crédito comercial. Este fenómeno, lejos de ser un síntoma de exclusión, refleja una diversificación saludable de fuentes de financiación. En este contexto, el papel de Garantía SGR adquiere mayor relevancia, con una creciente notoriedad entre las empresas que requieren avales.

Aunque los beneficios empresariales aún tardan en despegar con fuerza, y persisten algunos retos como el limitado tamaño de muchas pymes, los datos son esperanzadores. Con menos obstáculos financieros, mayor inversión y un notable potencial de creación de empleo, Andalucía encara 2025 con una red empresarial más sólida, moderna y resiliente. Esto nos sitúa en un futuro alentador donde la consolidación económica va de la mano de la innovación y la sostenibilidad.

### RECIBA LA NEWSLETTER semanal de Vida Económica

NEWS

- Conozca cada semana lo más destacado del tejido empresarial de la provincia.
- Más de 1.200 envíos semanales a empresarios, directivos y profesionales.

Más información en:  
[vidaeconomica.com](http://vidaeconomica.com)



### ONLINE

WWW.

#### Cada día en [vidaeconomica.com](http://vidaeconomica.com)

La información más destacada de las empresas de Málaga a golpe de clic.



LEER AQUÍ

### ENTREVISTA

WWW.

"Yo era un estudiante patético. Pero no porque no me gustara aprender -siempre he sido muy curioso-, sino porque el sistema te escupe". Así arranca **Paco Ávila**, empresario andaluz y actual presidente de UTAMED, una conversación sin filtros que es al mismo tiempo biografía, lección de emprendimiento y manifiesto educativo.



Entrevista a Paco Ávila, presidente de UTAMED, publicada en la edición de abril de Vida Económica



## DE FERIAS...

## MÁLAGA

## DES- DIGITAL ENTERPRISE SHOW 2025



Fecha: **10-12 DE JUNIO**

Lugar: **FYCMA**

El mayor evento profesional europeo sobre tecnologías exponenciales y tecnología.

<https://fycma.com/evento/des-digital-enterprise-show/>

## XIII eCongress Málaga

Fecha: **20 DE JUNIO**

Lugar: **FYCMA**

El mayor congreso ecommerce, social media y marketing digital del sur de Europa

<https://fycma.com/evento/xiii-econgress-malaga/>

## MADRID

## AWS SUMMIT MADRID

Fecha: **11 DE JUNIO**

Lugar: **IFEMA**

El evento más destacado sobre la tecnología en la nube.

<https://www.ifema.es/aws-summit>

## SPORTS SUMMIT MADRID



Fecha: **18-19 DE JUNIO**

Lugar: **IFEMA**

El foro del deporte en España..

<https://www.ifema.es/sports-summit-madrid>

## BARCELONA

## BARCELONA TEXTIL EXPO

Fecha: **2-5 DE JUNIO**

Lugar: **PABELLÓN MONTJUÏC**

El evento profesional del sector textil

[https://barcelonatextileexpo.com/en\\_us/](https://barcelonatextileexpo.com/en_us/)

## SIL BARCELONA

Fecha: **18-20 DE JUNIO**

Lugar: **PABELLÓN MONTJUÏC**

Feria líder en transporte, logística y supply chain del sur de Europa.

<https://www.silbcn.com/es/index.html>



## EL REPASO



**Puerto Seco ya ha urbanizado 1 millón de metros cuadrados, de los cuales 374.000 m² son parcelas netas listas para albergar empresas logísticas**

**Málaga se mueve.** No solo como destino turístico o polo tecnológico, sino como epicentro logístico del sur de Europa. Con inversiones millonarias, nuevos centros de distribución y el empuje de gigantes como Amazon, Mercadona o IKEA, la provincia vive una transformación sin precedentes. Pero el auge no está exento de retos: la falta de suelo amenaza con poner freno al crecimiento. ¿Está Antequera llamada a liderar el futuro logístico andaluz? Repasa el reportaje publicado en la edición de abril de Vida Económica.







## PLANIFICACIÓN FISCAL EN LA SUCESIÓN DE EMPRESAS FAMILIARES

LEOPOLDO MARTÍNEZ

Gerente Fiscal en Emede ETL GLOBAL  
lmartinez@etl.es

**L**a sucesión en la empresa familiar no debe considerarse un mero trámite administrativo; constituye un proceso estratégico que requiere una adecuada planificación fiscal. En el contexto empresarial, especialmente en entornos familiares, la transmisión del patrimonio y del control societario debe estructurarse con criterios de eficiencia fiscal y jurídica.

Con frecuencia, las familias empresarias posponen la planificación del relevo generacional, confiando en que ya se abordará "a su debido tiempo". Esta inacción puede derivar en cargas fiscales imprevistas, dificultades operativas e incluso conflictos internos. Para cualquier

empresario que aspire a la continuidad de su proyecto más allá de su propia participación activa, anticiparse es fundamental.

Desde un enfoque técnico, existen mecanismos fiscales que permiten minimizar el coste de la sucesión. La reducción del 95% en la base imponible del Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones para empresas familiares —siempre que se cumplan requisitos de participación mínima y funciones directivas efectivas— es un claro ejemplo de herramienta clave. También es relevante la exención de participaciones empresariales en el Impuesto sobre el Patrimonio, especialmente en estructuras familiares con varios socios o filiales.

Además, integrar la sucesión en una estrategia de reorganización societaria puede facilitar la entrada progresiva de la siguiente generación, optimizar la estructura de gobierno corporativo y preservar el control del negocio sin comprometer la fiscalidad.

En definitiva, la sucesión debe gestionarse como una operación corporativa más, con análisis técnico, visión a largo plazo y acompañamiento profesional. Hacerlo así no solo garantiza la sostenibilidad del proyecto, sino que protege el legado empresarial construido con esfuerzo. Para el empresario que piensa en el futuro, la sucesión no es el final de una etapa, sino el inicio de una nueva fase de consolidación y crecimiento.

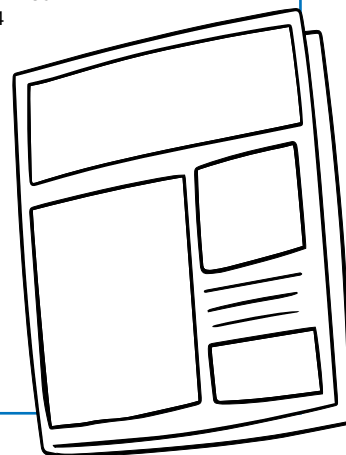
### PROTAGONISTAS EN ESTA EDICIÓN...



ACOSOL, 18  
ALMA CRUCEROS, 35  
ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MÁLAGA, 15  
AUTORIDAD PORTUARIA DE MÁLAGA, 26 Y 27  
BARÇA STORE, 42  
CAJAMAR, 36  
CÁMARA DE COMERCIO DE MÁLAGA, 13  
CATALONIA HOTELS, 38  
CEM, 11  
CÍRCULO DE EMPRESARIOS DE LA COSTA DEL SOL, 14  
CITI, 11  
CLÍNICA BAVIERA, 38  
CLÍNICA MAEX CUEVAS QUEIPO, 36  
CTA, 48  
DCOOP, 25  
DIPUTACIÓN DE MÁLAGA, 19  
DRESS & SOMMER, 40  
ESSCA, 44  
FAMADESA, 26  
FUERTE GROUP HOTELS, 37  
GILMAR, 34  
GIPE, 13

GREEN MOON PROJECT, 42  
GRUPO PREMIUM, 30  
HACIA, 18  
HM HOSPITALES, 34  
HUTESA, 26  
INTERNALIA, 44  
JAPANESE HEAD SPA, 46  
LA CANASTA, 35  
LA TABERNA DE MIKE PALMER, 58  
LES ROCHES, 36  
LY COMPANY, 25 Y 27  
LY HOLDING, 17  
MÁLAGA TECHPARK, 19  
MCARTHURGLEN DESIGNER OUTLET, 42  
MEDEL EYE HUB, 41  
METT MARBELLA-ESTEPONA, 6  
MIPHAI, 38  
MUSEO CARMEN THYSSEN MÁLAGA, 35  
NOVASCHOOL, 42  
OKT GLOBAL, 41  
PIERRE & VACANCES, 37  
PLÁSTICOS IMA, 50  
POLO VALLEY, 44  
PROLONGO, 26  
PROLONGO-FACCSA, 6 Y 35

QUIRÓNSALUD MÁLAGA, 42  
RIBES & CASALS, 42  
RIVERSA, 39  
SABOR A MÁLAGA, 16 Y 20  
SAUDIA AIRLINES, 36  
SOHO BOUTIQUE HOTELS, 36  
STARLITE, 36  
TROPIS, 38  
TUPL, 25  
UNICAJA, 34 Y 39  
WINDUP, 44







## ACTUALIDAD DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

### PYMES ANDALUZAS ENFRENTAN RETOS DE TALENTO EN NUEVO INFORME 2024 DE FAEDPYME Y UMA

**La gestión del talento se consolida como desafío clave para las pequeñas y medianas empresas en el actual entorno empresarial**

La Cátedra de Viabilidad Empresarial y FAEDPYME presentan el Informe de la PYME 2024, centrado en la gestión del talento en las pequeñas y medianas empresas andaluzas. El estudio identifica como principales obstáculos la escasez de perfiles adecuados, los elevados costes de contratación

y la falta de cualificación. Para retener talento, muchas PYMEs mejoran condiciones laborales, aunque pocas implementan planes de carrera. El informe subraya la necesidad de mayor apoyo institucional, adecuación del sistema educativo y promoción de valores como la cultura del esfuerzo para fortalecer el tejido empresarial regional.



De izquierda a derecha: Julio Diéguez (coordinador del informe), Ana José Cisneros (Decana de la Facultad de CC. Económicas y Empresariales), M. Deseada López y Antonio Molina (investigadores)

### ABIERTA CONVOCATORIA DEL CONCURSO SPIN-OFF 2025 PARA EMPRENDEDORES UNIVERSITARIOS DE MÁLAGA

**La UMA impulsa proyectos empresariales innovadores con base tecnológica y conocimiento generado en su comunidad.**

La XXIX edición del Concurso Spin-Off de la Universidad de Málaga ya está en marcha y recibirá

propuestas hasta el 16 de junio. El certamen promueve la creación de empresas innovadoras basadas en el conocimiento universitario. Podrán participar estudiantes, egresados recientes, personal docente, investigadores y técnicos. Se otorgarán premios en metálico, formación, mentorización y espacio de incubación. Los proyectos deben establecerse en Málaga y alinearse con los ODS. La entrega de premios será el 16 de julio.

### LA UMA SUMA OCHO NUEVAS TITULACIONES PARA EL CURSO ACADÉMICO 2026-2027

**La Junta autoriza nuevos grados, másteres y títulos interuniversitarios en la Universidad de Málaga**

La Universidad de Málaga amplía su oferta académica con ocho nuevas titulaciones previstas para el curso 2026/2027. La Junta ha autorizado el inicio de su

verificación, incluyendo el Grado en Inteligencia y Analítica de Mercados y dos másteres oficiales. También participará en cinco títulos interuniversitarios junto a otras universidades andaluzas. Estas nuevas propuestas formativas responden a las demandas sociales y del mercado laboral, reforzando la innovación, la empleabilidad y la colaboración interuniversitaria en áreas estratégicas del conocimiento.

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA **UNIVERSAL, MALAGUEÑA Y ABIERTA**



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA | uma.es

NUEVA OFERTA CURSO 2025-2026

#### GRADOS

- Doble Grado en Criminología y Psicología

#### MÁSTERES UNIVERSITARIOS

- Tecnologías para el Mundo Conectado / Msc Connected World Technologies
- Ciberseguridad
- Estudios Avanzados en Trabajo Social
- Materiales Avanzados
- Salud Global
- Gestión Administrativa
- Derecho Digital
- Intervención e Investigación Logopédicas
- Gestión Ejecutiva de Alojamientos Turísticos





# 10 años de festival con Marenostrom Fuengirola



**M**arenostrom Fuengirola celebra en 2025 su décima edición, consolidándose como uno de los ciclos de conciertos más importantes de España y motor económico para la Costa del Sol. Desde su creación en 2016, ha atraído a más de 880.000 asistentes y generado en 2024 un impacto económico superior a los 50 millones de euros. Situado junto al Castillo Sohail, el recinto ofrece una experiencia

cultural al aire libre con artistas nacionales e internacionales de primer nivel. En su décimo aniversario, Marenostrom presenta su programación más ambiciosa, con más de 100 artistas, como Chayanne, Ozuna, Maná, Bonnie Tyler, Leiva o Thirty Seconds to Mars, así como festivales temáticos como el Fulanita Fest y el Sun and Thunder. Además, el festival es pionero en sostenibilidad siendo finalista en los European Festival Awards al ser el primer ciclo

musical español en compensar sus emisiones de CO gracias al Proyecto Motor Verde, con la plantación de 1.150 árboles. Reconocido como el festival de ciclo con mayor asistencia en 2022 y 2023 por la APM, Marenostrom ha acogido a más de 500 artistas como Jennifer López, Alejandro Sanz o Bob Dylan, consolidando a Fuengirola como destino musical de referencia internacional. Y tú, ¿a qué esperas para comprar tus entradas para este 2025?



## Duchas activas desde el 15 de junio

Tras el levantamiento de todas las restricciones al uso de agua potable por motivo de la sequía en la provincia, el ayuntamiento de Málaga ha indicado que las duchas en las playas de Málaga estarán en servicio a partir del 15 de junio coincidiendo con el inicio de la temporada alta turística.

## 'Todo por un plan' de Agatha Ruiz de la Prada

Agatha Ruiz de la Prada ha elegido Málaga, y concretamente el Hotel La Fonda Heritage, para la presentación de su último libro 'Todo por un plan'. Este es mucho más que un relato autobiográfico. En sus páginas, Ruiz de la Prada narra momentos clave de su trayectoria profesional y personal, hilando reflexiones sobre el poder de

los planes, grandes y pequeños, que han guiado su camino hasta hoy. Además, la escritora y diseñadora

comparte su legado con la exposición '40 años de diseño y creatividad' en el Museo del Automóvil y la Moda.







**E**l Unicaja Baloncesto continúa firmando una campaña de ensueño. En apenas 238 días desde el inicio del curso 2024-25, el equipo de Los Guindos ha conquistado cuatro títulos en cuatro competiciones distintas: FIBA Intercontinental Cup, Supercopa ACB, Copa del Rey y, ahora, su segunda Basketball Champions League consecutiva. Una gesta que ha situado al club malagueño en lo más alto del baloncesto europeo y ha hecho que se embolse unos 900.000 € a los que hay que sumar un acumulado de 97.500 € durante el torneo.

Atenas fue el lugar elegido para la final, en la que el equipo malagueño derrotó al Galatasaray por 83 a 67 en un partido intenso donde el último cuarto fue decisivo a favor del Unicaja. Tyson Carter fue elegido MVP de la Four Final de esta competición.

Ahora el equipo malagueño a termina la fase regular de la Liga ACB y es un adversario temido por cualquier contrincante de la competición. La rotación de la plantilla ha permitido dosificar jugadores e introducir

a otros, como Tyson Pérez y Tillie, y mantener el nivel pese a las lesiones de jugadores importantes como Ejim o Djedovic. La celebración por el último trofeo reunió a unas 2.000 personas por las calles de Málaga y, aunque fue más contenida que la vivida tras la conquista en Belgrado en 2024, fue pura felicidad. Entre los más ovacionados estuvieron Alberto Díaz, único jugador malagueño en la plantilla, Tyson Carter, y Dylan Osetkowsky.

La afición, ilusionada, ya apunta al objetivo restante: la Liga Endesa ACB. "A por la Liga" e "Ibon tiene un plan" se han convertido en el grito de guerra para un equipo que ha demostrado una madurez competitiva sin igual. Con estos cuatro títulos, Unicaja suma ya diez títulos en su historia, seis de ellos logrados en las dos últimas temporadas.

Esta etapa triunfal arrancó con la Copa del Rey de 2023 en Badalona y podría ampliarse si se logra mantener el bloque de jugadores en el próximo verano. La ciudad, el equipo y la afición van a una y la ilusión está más viva que nunca.

## EL DESAFÍO DE LOS 101KM DE LA LEGIÓN

Más de 9.000 deportistas participaron el 10 de mayo en la 25ª edición de la carrera de los 101 kilómetros de La Legión en Ronda. Se trata de una exigente prueba deportiva que incluye marcha individual, por equipos, bicicleta de montaña y carrera infantil. El evento, organizado por el Tercio Alejandro Farnesio IV de La Legión y el Club Deportivo La Legión 101 kilómetros, destaca como motor turístico deportivo en la provincia y en esta edición ha movilizado a unas 25.000 personas de distintos lugares de España y del extranjero.

Esta carrera, con origen local, se ha consolidado como un referente deportivo a nivel nacional e internacional en el que todo deportista que se precie ha participado al menos una vez en su vida.



**En 2025, esta prueba deportiva ha cumplido 25 ediciones en la provincia**







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

## La Taberna de Mike Palmer, un restaurante imprescindible

### ¿CÓMO ES?

Ubicado en el Club Hípico El Pinar, cerca del Limonar, La Taberna de Mike Palmer ofrece un interesante concepto que une lo informal con lo gastronómico, en un entorno de cierta rusticidad pero con una cuidada estética y una espléndida terraza... Todo encaja. Este restaurante es, sin duda, uno de los mejores de Málaga, y más allá, gracias a Miguel Palma, uno de los cocineros más lúcidos y maduros del panorama gastronómico, que, ajeno a las modas, es de los más valorados por los auténticos expertos.

Su carta apuesta por clásicos de su cocina que no pueden faltar, como su ensaladilla rusa, el magret de pato a la parrilla o la exquisita casquería, pero también por platos nuevos que surgen de la mente del chef, apetecibles y creativos y siempre con el sello personal de Miguel Palma.

### NOS GUSTÓ POR...

Es una cocina de verdad, con platos elaborados con mimo, cuidando cada detalle y en donde se ve la mano de un buen cocinero, que, sin complejos, sabe donde está y a dónde quiere llegar. En mi última visita pude disfrutar de platos como la lechuga a la parrilla con mostaza y hierbas frescas, con el toque justo de brasa para no perder la textura crujiente ni el frescor y un aliño con carácter, pero perfectamente equilibrado. Las cebollas en panaché con jugo reducido de pollo y especias es otro plato que aúna sencillez con la



### TABERNA DE MIKE PALMER

**Dirección** · Club Hípico  
 El Pinar, Cam. de los  
 Almendrales, S/N, Málaga-  
 Este, 29013 Málaga  
**Teléfono** · 622 69 71 34  
**Precio medio:** 50 euros

complejidad de un sabroso caldo repleto de personalidad.

La oreja brava a la brasa con patatas picantonas es otro acierto que lleva al extremo un plato muy de taberna, un plato que justifica la visita, al igual que, siguiendo con la casquería, sus callos de ternera a la madrileña, guiso de profundo sabor, con el toque del pimentón, suave textura y una salsa que es el alma del plato, y que también podemos disfrutar en otro plato con pulpo, en un magistral "mar y montaña".

Los postres, sencillos, que no simples, mantienen el alto nivel. La carta de vinos es otro de los tesoros del restaurante, junto con un servicio profesional y encantador. Sin duda, el restaurante al que hay que ir... y volver, ya que nunca decepciona.







## Seis vinos para este verano

### LOURO, EL GODELLO DE RAFAEL PALACIOS



La variedad Godello, una de las uvas de moda, tiene en este gran vino blanco con un toque barrica, que elabora Rafael Palacios a uno de sus mejores representantes. Elegante, sedoso, fresco, con cierta complejidad, que le dan las notas cítricas, frutales, balsámicas, minerales y salinas. Pescados, mariscos, arroces y aperitivos son excelentes compañeros de este auténtico vinazo.

**Precio** · 20 €

### ALGAZARA 2019 VINO TINTO DE RONDA



Elaborado por la Bodega Luisiana en Ronda con uvas 100% Syrah, una crianza de 12 meses en barricas de roble francés, así como una guarda en botella de dos años. Es un vino fresco, agradable, con cierta complejidad, aromas de fruta roja madura y notas especiadas. Los platos de cuchara, guisos o carnes rojas a la parrilla son platos que combinan muy bien con este vino.

**Precio** · 18 €

### CAVA ROBERT J. MUR RESERVA BRUT



Los espumosos no pueden faltar tampoco en la época estival, y como aperitivo son un auténtico placer. Este de Robert J. Mur, elaborado con 60% Xarel·lo, 20% Macabeo y un 20% de Parellada, es fresco, ligero y equilibrado, agradable, de buena acidez, con notas florales, de manzana, cítricas... Me encanta tomarlo de aperitivo, con quesos o embutidos pero también con pescados, marisco o arroces.

**Precio** · 10,50 €

### ROQUERO ROJO, TINTO DE MACERACIÓN CARBÓNICA



En esta época no pueden faltar los tintos de maceración carbónica, como este Roquero Rojo elaborado con Garnacha tintorera 100% en Almansa. Fresco, agradable y muy aromático, posee notas de yogurt de fresa, frambuesa, cereza... Se recomienda tomarlo fresco, junto con embutidos, pasta, arroces, carnes blancas...

**Precio** · 10,90 €

### FINCA LAS CARABALLAS SECTOR 2.8 2021, UN GRAN BLANCO



Espectacular blanco ecológico de Finca Las Caraballas, en Medina del Campo, hecho con Viognier, uva originaria del valle del Ródano, Francia. Es un vino de gran complejidad con notas de fruta blanca, membrillo, piña, frutos secos, pero también aromas florales, herbáceos, cítricos... Lo podemos combinar con pescados, carnes blancas, foie, arroces...

**Precio** · 24 €

### NIDIA ROSADO, MERLOT Y VERDEJO



Vino de la Tierra de Castilla y León elaborado con una sorprendente mezcla de Merlot y Verdejo. Fresco y sabroso tiene aromas de "chuche" de fresa, así como herbáceos, florales y de albaricoque... Una delicia. Con aperitivos, ahumados, quesos, pescados, mariscos, arroces combina a la perfección.

**Precio** · 10 €




[VER MÁS](#)

### GILMAR INAUGURA OFICINA EN BENALMÁDENA.

Más de 200 personas asistieron el 9 de mayo a la presentación de esta nueva oficina de Gilmar que ya es la número 30 de la firma y se suma a las sedes ya operativas en la provincia en Málaga capital, Marbella, Puerto Banús y Estepona.


[VER MÁS](#)

### ASÍ FUE LA CELEBRACIÓN DE MÁLAGA TECH GAMES 2025

La cuarta edición de este evento deportivo el 10 y 11 de mayo reunió a más de 1.000 profesionales del sector tecnológico en Inacua Málaga. Competieron en más de 800 pruebas deportivas, representando a 19 empresas con sede en la ciudad.







VER MÁS

### LA CANASTA INAUGURA NUEVO LOCAL EN CALLE LARIOS

El número 7 de calle Larios es desde el pasado mes de abril un nuevo local de La Canasta ocupando el espacio que dejó la histórica cafetería Lepanto. Sus más de 200 m2 refuerzan la presencia de la marca en la almendra central de Málaga.



VER MÁS

### LA DIPUTACIÓN DE MÁLAGA ENTREGA SUS MEDALLAS DE ORO

El Teatro Tomás Salas en Álora acogió a finales de abril la entrega de las Medallas de Oro de la Provincia de Málaga. Fueron premiados Pablo López, Francisco de la Torre, Fundación El Pimpí, Navarro Hermanos y el Consorcio de Bomberos.






[VER MÁS](#)

### ASÍ FUE EL APAGÓN ELÉCTRICO EN MÁLAGA

Toda España recordará el día 28 de abril de 2025 como el día del apagón. En esta galería os mostramos cómo se comportó la ciudad y sus habitantes durante ese día sin luz, ni casi actividad.


[VER MÁS](#)

### RIBES & CASALS CELEBRA 10 AÑOS EN MÁLAGA

Más de 200 invitados del ámbito de la moda y decoración acudieron al evento celebrado en la tienda de Ribes & Casals en calle Sebastián Souviron para conmemorar los 10 años de la firma textil en Málaga.







VER MÁS

**PREMIOS AJE 2025.** La gala de los Premios AJE Málaga 2025 reconoció el pasado 22 de mayo a Comienzos y Clave3 por su innovación y trayectoria. El evento reunió a más de 200 profesionales en el auditorio Edgar Neville, destacando el talento emprendedor joven y el compromiso empresarial.



VER MÁS

**UNAS 3.000 PERSONAS ACUDEN AL FESTIVAL SOLES DE MÁLAGA.** La Plaza de Toros de La Malagüeta se llenó el pasado 26 de abril con más de 3.000 personas para celebrar la sexta edición del Festival Soles de Málaga, organizado por la Fundación El Pimpi. Con el lema "Para, lucha, ayuda", fue una jornada de música y la solidaridad.






[VER MÁS](#)

### EL MÁLAGA CF ABRE SU TIENDA OFICIAL EN EL CENTRO.

El Málaga Club de Fútbol abrió el 28 de abril una nueva tienda oficial en el número 3 de la emblemática Calle Larios, consolidando su presencia en uno de los enclaves más representativos y transitados de la capital malagueña.


[VER MÁS](#)

### MÁLAGA SE LLENA DE ARTE EN LA NOCHE EN BLANCO 2025.

Más de 150 actividades culturales llenaron la ciudad de Málaga el pasado 10 de mayo de arte, música y poesía con propuestas para todos los públicos. Esta edición de la Noche en Blanco estaba dedicada al poeta malagueño Rafael Pérez Estrada.







### UN NUEVO CONCESIONARIO PARA VEHÍCULOS PROFESIONALES EN MÁLAGA.

De la mano de Cumaca Motor, llega a Málaga **Toyota Professional**, el departamento exclusivo de la marca para vehículos comerciales.

Cuenta con nuevas instalaciones, una moderna exposición de 300 m<sup>2</sup> y un nuevo taller exclusivo de 1.000 m<sup>2</sup> para la rapidez y comodidad que requieren las empresas. La nueva instalación se encuentra en C/ Cuevas Bajas, nº 3 o en [www.cumaca.toyota.es](http://www.cumaca.toyota.es)





# "Queremos convertirnos en el mejor Club de Marketing de España, y lo lograremos"

## 1. ESTE AÑO EL CLUB DE MARKETING DE MÁLAGA CUMPLE 18 AÑOS, ¿CÓMO SURGIÓ?

Así es, en 2025 alcanzamos la mayoría de edad con orgullo. El Club nació en 2007 cuando decidí dejar mi trabajo para dedicarme al marketing. Me encontré con un problema: las empresas desconocían el marketing y, por tanto, no lo valoraban. Tras asistir a un evento en Madrid, comprendí que no podía difundir solo los beneficios del marketing, y que era necesario actualizarse constantemente. Pensé que habría más personas como yo, apasionadas por esta disciplina, y que juntos podríamos tener fuerza. Así empezó todo. Aunque muchos me cerraron las puertas, otros me apoyaron. En la presentación oficial en el MUPAM nos acompañaron autoridades locales. Éramos solo cinco socios, pero gracias a la respuesta que di a una pregunta de un periodista, crecimos rápidamente.

## 2. ¿Y CUÁNTOS SOCIOS TIENE HOY EL CLUB DE MARKETING?

Tenemos cerca de 200 socios, distribuidos en categorías junior, profesional y business. Nuestro objetivo es llegar a los 500 en los próximos años.

## 3. FUE EL PRIMER PRESIDENTE Y AHORA VUELVE ¿CUÁLES HAN SIDO LAS RAZONES?

Sí, fui el primero y me sucedieron Manuela Aránega y José Ruiz Pardo, a quienes hay que agradecer, a ellos y a sus juntas directivas, la dedicación y el buen hacer. Siempre creí en la renovación de liderazgos, pero he vuelto porque quedaron cosas por hacer y porque me hacía especial ilusión celebrar estos 18 años al frente de lo que considero mi otro



hijo. Mi objetivo inicial fue construir los cimientos; ahora quiero convertir al Club en el mejor de España. Y lo lograremos.

## 4. ¿CUÁL ES VUESTRA RELACIÓN CON LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA Y OTRAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS?

Desde el inicio, colaboramos con la Facultad de Marketing de la UMA, cuyo decano, Benjamín del Alcázar, ha formado parte de la directiva desde la creación del Club. La otra entidad ha sido ESIC I EIG Education, la mejor escuela española en el área de marketing y una de las entidades más reconocidas en el panorama internacional. Y no me puedo olvidar del IES Miguel Romero Esteo con el que siempre hemos colaborado.

## 5. ¿QUÉ EVENTOS IMPORTANTES TENÉIS PLANEADOS PARA EL FUTURO?

Este año realizamos al menos dos eventos mensuales: *Marketing Experience*, donde integramos conocimientos y experiencias y *Enséñame tu Marca*, donde ofrecemos la posibilidad a que cuatro

## Álvaro Castro.

Presidente del Club de Marketing de Málaga

El fundador y actual presidente nos cuenta cómo el Club de Marketing de Málaga ha llegado a sus 18 años. En el horizonte, una meta clara: hacerlo el mejor de España.

empresas den a conocer sus productos al resto de asistentes. Pero como evento importante y que cada año adquiere mayor relevancia, debemos destacar la Gala de Premios del Club de Marketing. Cada año aumenta el número de candidaturas y la calidad de estas, y con el paso del tiempo se ha convertido en un referente para otros clubes de marketing de España.

## 6. QUIEREN INSTITUCIONALIZAR EL 4 DE NOVIEMBRE COMO DÍA DEL MARKETING ¿CÓMO MARCHA ESTA IDEA?

Queremos dar valor a la profesión. El reconocimiento oficial de un día internacional lo concede la ONU, bien por solicitud gubernamental o bien por aclamación popular. Desde el Club de Marketing estamos trabajando en ambos frentes y sabemos que algún día lograremos que el 4 de noviembre sea reconocido en todo el mundo como el día internacional del marketing. Y cuando eso suceda, podremos decir con orgullo que fue una iniciativa del mejor Club de Marketing de España.



# Hola, mundo



48°49' 25"N  
002°15'41"E



30%  
dto.  
en envíos  
internacionales



Promoción válida hasta el 31/07/25.

Para ti, que eres una persona de mundo, tenemos una gran noticia. Ahora, con SEUR, puedes hacer envíos tan lejos como necesites con un **descuento exclusivo**. ¡Ya sea a Europa o al resto del mundo!

Entra en [seur.com](http://seur.com) e introduce el código: **INTERNACIONAL30**

¡Así de fácil!



Stay Ahead



Escanea  
y descubre más

 **SEUR**



RECONOCER TU PROPIA ALMA

# THE REVELATION

OF THE ANDALUSIAN CRUSH

Andalucía

— — — — —