

DCOOP S. AND • PERNOD RICARD ESPAÑA SA • COFARAN • ACOTRAL • MAYORAL MODA INFANTIL S. A. • **FAMADESA** • BESTSELLER
WHOLESALE SPAIN SL • CHINA RED SL • FUJITSU
TRUCCIONES SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ **SANDO S. A.** •
• SERVICIOS DE LIMPIEZA INTEGRAL DE MALAGA
AGUAS DE MÁLAGA S. A. • AUTOMOTOR PREMIUM
VIDES S. L. • **ACOSOL S. A.** • MASKOMO S. L. • EM
L. • **HOSPITAL DE BENALMÁDENA XANINT S. L.** •



A. • PLÁSTICOS IMA S. A. • TAHERMO S. L. • MVCI MANAGEMENY S. L. • JUEGOMATIC S. A. • TOUR DIEZ TRAVEL S. L. • MERIDIANO
SA COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE SEGUROS • PROMOCIONES CLUB DE CAMPO Y GOLF DE RONDA S. L. • MAYORAL INTERNATIONAL STO-
RES S. A. • VR TELECOM S. L. • ROSA CREMA S. L. • ALMARGEÑA DE INTEGRACIÓN S. A. • MÁLAGA CLUB DE FÚTBOL S.A. • BARQUERO
HERMANO S. A. • **TIENDANIMAL S. L.** • MÁLAGA WAGEN S. A. • AHUMADOS UBAGO S. L. • SOBIMA S. A. • ROMBO SOL 2002 S. L. •
VIAJES BENAMAR S. A. • **INMOBILIARIA PEÑARROYA S. A.** • CENTRAL DE COMPRAS DTODO S. L. • A EMBARBA S. L. • SIRO ANTEQUERA
S. L. • CONSTRUCCIONES BONIFICACIO SOLIS S. L. • INDUMENTARIA PUERI S. L. • PROCONO S. A. • **CIAL. NAVARRO HERMANOS S.**
A. • BAEZA S. A. • DOBLES PAREJAS S. L. • **FRUNET S. L.** • AT4 WIRELESS S. A. • **CLÍNICA PARQUE SAN ANTONIO S. A.** • DECA 1285

S. L. • EUROFRESHVEGETALS & FRUTAS S. L. • HOTELES COSTA DEL MAR S. A. • EMBUTIDOS MORENO PLAZA S. A. • VRI MANAGE-
MENT ESPAÑA S. L. • ESTACIÓN DE SERVICIO LA PEÑITA S. A. • TRANSPORTES LA MURCIANA CENTRAL S. L. • ALMACENES CARMONA
S. A. • PROV A INDUSTRIA Y VENTA IN VEHÍCULOS REYES GUTIÉRREZ S. L. • PERNOD RICARD ESPAÑA SA • **COFARAN** •
ACOTRAL • MAYORAL MODA INFANTIL S. A. • **FAMADESA** • CHINA RED SL • FUJITSU TEN ES-
PAÑA SA • COSTA DEL SOL HIPERMERCADOS SL • **SAFAMOTOR** • CONSTRUCCIONES SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ SANDO S. A. • MER-
CAÓLEO • SOCIEDAD FINANCIERA Y MINERA S.A. • UBAGO GROUP MARE SL. • SERVICIOS DE LIMPIEZA INTEGRAL DE MALAGA III

S.A. • JOSÉ LUIS MONTOSA S. L. • FERCAMPO S. A. • EMPRESA MUNICIPAL DE AGUAS DE MÁLAGA S. A. • AUTOMOTOR PREMIUM S. L. • OPPLUS OPERACIONES Y SERVICIOS S. A. • PAPELERÍA HERMANOS BENA-
VIDES S. L. • ACOSOL S. A. • MASKOMO S. L. • **EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTE** • NEGOCIOS DE RESTAURACIÓN DEL SUR S. L. • HOSPITAL DE BENALMÁDENA XANINT S. L. • METRO DE MÁLAGA S. A. • **TURISMO ANDALUZ S. A.** •
GEMENY S. L. • JUEGOMATIC S. A. • TOUR DIEZ TRAVEL S. L. • MERIDIANO SA COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE SEGUROS • PROMOCIONES CLUB DE CAMPO Y GOLF DE RONDA S. L. • MA-
MARGEÑA DE INTEGRACIÓN S. A. • MÁLAGA CLUB DE FÚTBOL S.A. • BARQUERO HERMANO S. A. • **TIENDANIMAL S. L.** • MÁLAGA WAGEN S. A. • AHUMADOS UBAGO S. L. • SOBIM
S. A. • CENTRAL DE COMPRAS DTODO S. L. • A EMBARBA S. L. • SIRO ANTEQUERA S. L. • CONSTRUCCIONES BONIFICACIO SOLIS S. L. • INDUMENTARIA PUERI S. L. • PROCONO S. A. •
S. L. • AT4 WIRELESS S. A. • **CLÍNICA PARQUE SA** • BAEZA S. A. • DOBLES PAREJAS S. L. • **FRUNET S. L.** •

HOTELES COSTA DEL MAR S. A. • EMBUTIDOS MORENO PLAZA S. A. • VRI MANAGEMENT ESPAÑA S. L. • ESTACIÓN DE SERVICIO LA PEÑITA S. A. • TRANSPORTES LA MURCIANA CENTRAL S. L. • ALMACENES CARMONA
S. A. • PROV A INDUSTRIA Y VENTA IN VEHÍCULOS REYES GUTIÉRREZ S. L. • PERNOD RICARD ESPAÑA SA • **COFARAN** • **ACOTRAL** • MAYORAL MODA INFANTIL S. A. • **FAMADESA** • BESTSELLER
WHOLESALE SPAIN SL • CHINA RED SL • FUJITSU TEN ESPAÑA SA • COSTA DEL SOL HIPERMERCADOS SL • **SAFAMOTOR** • CONSTRUCCIONES SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ SANDO S. A. • MERCAÓLEO •
SOCIEDAD FINANCIERA Y MINERA S.A. • UBAGO GROUP MARE SL. • SERVICIOS DE LIMPIEZA INTEGRAL DE MALAGA III S.A. • JOSÉ LUIS MONTOSA S. L. • FERCAMPO S. A. •
EMPRESA MUNICIPAL DE AGUAS DE MÁLAGA S. A. • AUTOMOTOR PREMIUM S. L. • OPPLUS OPERACIONES Y SERVICIOS S. A. • PAPELERÍA HERMANOS BENAVIDES S. L. • ACOSOL S. A. • MASKOMO S. L. •
EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTE • NEGOCIOS DE RESTAURACIÓN DEL SUR S. L. • HOSPITAL DE BENALMÁDENA XANINT S. L. • METRO DE MÁLAGA S. A. • **TURISMO ANDALUZ S. A.** •
CONSTRUCCIONES VERA S. A. • PLÁSTICOS IMA S. A. • TAHERMO S. L. • MVCI MANAGEMENY S. L. • JUEGOMATIC S. A. • TOUR DIEZ TRAVEL S. L. • MERIDIANO SA COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE SEGUROS • PROMOCIONES CLUB DE CAMPO Y GOLF DE RONDA S. L. • MA-

REYES GUTIÉRREZ S. L. • DCOOP S. AND • PERNOD RICARD ESPAÑA SA • COFARAN • ACOTRAL • MAYORAL MODA INFANTIL S. A. • FAMADESA • BESTSELLER
WHOLESALE SPAIN SL • CHINA RED SL • FUJITSU TEN ESPAÑA SA • COSTA DEL SOL HIPERMERCADOS SL • SAFAMOTOR • CONSTRUCCIONES SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ SANDO S. A. • MERCAÓLEO • SOCIEDAD FINANCIERA Y MINERA S.A. •
UBAGO GROUP MARE SL. • SERVICIOS DE LIMPIEZA INTEGRAL DE MALAGA III S.A. • JOSÉ LUIS MONTOSA S. L. • FERCAMPO S. A. • EMPRESA MUNICIPAL DE AGUAS DE MÁLAGA S. A. • AUTOMOTOR PREMIUM S. L. • OPPLUS OPERACIONES Y SERVICIOS S. A. • PAPELERÍA HERMANOS BENAVIDES S. L. • ACOSOL S. A. • MASKOMO S. L. •
EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTE • NEGOCIOS DE RESTAURACIÓN DEL SUR S. L. • HOSPITAL DE BENALMÁDENA XANINT S. L. • METRO DE MÁLAGA S. A. • **TURISMO ANDALUZ S. A.** •
CONSTRUCCIONES VERA S. A. • PLÁSTICOS IMA S. A. • TAHERMO S. L. • MVCI MANAGEMENY S. L. • JUEGOMATIC S. A. • TOUR DIEZ TRAVEL S. L. • MERIDIANO SA COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE SEGUROS • PROMOCIONES CLUB DE CAMPO Y GOLF DE RONDA S. L. • MA-

INNOVACIÓN MÁLAGA MIRA AL FUTURO FORTALEZAS UNA PROVINCIA DINÁMICA GLOBALIDAD CONECTADA CON EL MUNDO TALENTO JÓVENES CREATIVOS TURISMO UN SENTIMIENTO PRODUCTIVO EMPRESAS CONSTANCIA

Edición **2017**

VIERNES, 30 DE JUNIO DE 2017

REYES GUTIÉRREZ S. L. • DCOOP S. AND • PERNOD RICARD ESPAÑA SA • COFARAN • ACOTRAL • MAYORAL MODA INFANTIL S. A. • FAMADESA • BESTSELLER
WHOLESALE SPAIN SL • CHINA RED SL • FUJITSU TEN ESPAÑA SA • COSTA DEL SOL HIPERMERCADOS SL • SAFAMOTOR • CONSTRUCCIONES SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ SANDO S. A. • MERCAÓLEO • SOCIEDAD FINANCIERA Y MINERA S.A. •
UBAGO GROUP MARE SL. • SERVICIOS DE LIMPIEZA INTEGRAL DE MALAGA III S.A. • JOSÉ LUIS MONTOSA S. L. • FERCAMPO S. A. • EMPRESA MUNICIPAL DE AGUAS DE MÁLAGA S. A. • AUTOMOTOR PREMIUM S. L. • OPPLUS OPERACIONES Y SERVICIOS S. A. • PAPELERÍA HERMANOS BENAVIDES S. L. • ACOSOL S. A. • MASKOMO S. L. •
EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTE • NEGOCIOS DE RESTAURACIÓN DEL SUR S. L. • HOSPITAL DE BENALMÁDENA XANINT S. L. • METRO DE MÁLAGA S. A. • **TURISMO ANDALUZ S. A.** •
CONSTRUCCIONES VERA S. A. • PLÁSTICOS IMA S. A. • TAHERMO S. L. • MVCI MANAGEMENY S. L. • JUEGOMATIC S. A. • TOUR DIEZ TRAVEL S. L. • MERIDIANO SA COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE SEGUROS • PROMOCIONES CLUB DE CAMPO Y GOLF DE RONDA S. L. • MA-

Hoy presentamos **Marca Málaga**, una nueva apuesta editorial de **La Opinión de Málaga** con la que este periódico quiere sumar todas las voces de esta provincia para analizar, debatir, informar, alentar y advertir de las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades de la economía de Málaga. Ahora, cuando ya se dejó atrás la luz del final del túnel y se empiezan a ver claros entre los nubarrones de la tremenda crisis económica que oscureció a la provincia, es oportuno que un periódico de Málaga tome la iniciativa para servir de nexo de unión entre la sociedad malagueña, empresarios, emprendedores y administraciones para resaltar las potencialidades de una provincia que es admirada fuera de su territorio y que debe aprovechar sus enormes fortalezas.

Todos los empresarios y responsables políticos que han colaborado en este primer número de **Marca Málaga**, que fue presentado el pasado miércoles en un acto que contó con el respaldo de más de 200 empresarios, coinciden en que la ansiada y esperada recuperación económica es ya un hecho y que Málaga, una vez más, se confirma como el indiscutible motor de la recuperación económica de Andalucía. Los indicadores así lo confirman y aunque todos son precavidos en sus valoraciones, coinciden en señalar que Málaga ha pasado ya la página de la crisis y afronta ahora un nuevo escenario que deberá ser gestionado con inteligencia para evitar caer en errores pasados.

Una de las pocas consecuencias positivas de la crisis económica es que **Málaga ha sabido reiventarse y sectores que tradicionalmente no habían empujado nuestra economía están experimentando desde hace unos años un crecimiento notable como ocurre con la industria agroalimentaria**, una de las grandes alegrías hoy en día de nuestro tejido productivo. Este sector ha sabido mirar con inteligencia al exterior a la vez que ha modernizado e innovado como pocos en los procesos de producción, comer-

Marca Málaga



TRIBUNA

Juande Mellado

DIRECTOR DE LA OPINIÓN DE MÁLAGA

cialización o en el propio producto. Empresas como Dcoop, Montosa, Trops, Reyes Gutiérrez son fiel ejemplo del trabajo bien hecho.

Nadie discute ya que la Costa del Sol es uno de los destinos turístico de excelencia de Europa y que la industria turística ha sido el colchón en el que la provincia se apoyó durante la crisis. Su innegable contribución a la economía de Málaga y sus resultados de éxito continuo no deben impedir una reflexión serena sobre su futuro. Exitosos documentales como *El síndrome de Venecia* o *Bye bye Barcelona* muestran los impactos de la presión turística sobre los destinos. Afortunadamente, la Costa del Sol y Andalucía no se asoma ni de lejos a este abismo, pero el previsible nuevo récord de visitantes durante este verano con municipios que cuelgan el

cartel de «no hay billete» debe servir para decidir si la apuesta de nuestro destino debe ser el de la masificación con precios bajos o trabajar por un turismo más sostenible, con más capacidad de gasto, más fiel y con más estancia media. No es un reto menor, es casi una obligación.

En esta recuperación económica se suma también el sector de la construcción, que aún muy lejos de sus espectaculares cifras de principios de siglo si presenta ya síntomas de clara mejoría gracias al mercado de segunda mano y los inversores extranjeros. Falta que se una el mercado nacional y que el deplome de la obra pública deje de ser una realidad y ofrezca nuevas oportunidades y genere más empleo.

Y se saluda con fervor que la economía digital no sea ya una desconocida y

que por toda la provincia se multipliquen espacios de aceleradoras de empresas o incubadoras que favorezcan y potencien a estos jóvenes creadores.

Málaga, su provincia, también se ha convertido en un centro de oportunidades que atrae las miradas de los grandes inversores fruto del trabajo y de la cada vez más necesaria colaboración público-privada. En este nuevo escenario, **hay que reconocer la espectacular transformación de Málaga capital**, que hace algo más de una década deambulaba si saber muy bien qué quería ser de mayor. No son pocos los indicadores mundiales que colocan a Málaga como una de las ciudades con mayor calidad de vida o, como recuerda Francisco de la Torre, la capital está en el puesto cincuenta y uno del mundo en el ranking mundial que mide la sostenibilidad e inteligencia de las ciudades.

Málaga tiene hoy una proyección internacional de la que carecía hace pocos años, sustentada en una apuesta firme y decidida por la innovación, el turismo y la cultura. Málaga tiene ya su propia marca y ahora, entre todos, hay que trabajar para aprovechar estas nuevas oportunidades, combatir sus debilidades y evitar errores pasados.



La Opinión
DE MÁLAGA

Director: **JUANDE MELLADO**. Subdirector: **JOSÉ RAMÓN MENDAZA**.
Redactor Jefe: **Jose María de Loma**. Jefes de Sección: **Emilio Fernández** (Deportes), **Víctor A. Gómez** (Cultura), **Virginia Guzmán** (Málaga).
Gerente: **Raúl Rico Lavado**. Jefe de Publicidad: **Luis Villatoro**.
Fotografías: **Gregorio Torres / José Luis Arciniega / Álex Zea**



DOMICILIO SOCIAL
Granada 42, 29105 Málaga



TÉLEFONO
952 12 62 00



C/E Redacción: **laopiniondemalaga.rd1@epi.es**
C/E Cultura: **laopiniondemalagaluces@epi.es**
C/E Deportes: **laopiniondemalagatd@epi.es**
C/E Publicidad: **lvillatoro@epi.es**

www.laopiniondemalaga.es



NOTE QUEDES EN ROJO TRANSFIERE DINERO AL MOMENTO

Ante cualquier imprevisto, desde tu tarjeta
de crédito a tu cuenta



Descarga App



DISPONIBLE EN
Google Play

Disponible en el
App Store

unicajabanco.es

 **Unicaja Banco**

Traspaso sujeto a la disponibilidad de la línea de crédito de la tarjeta. Para poder realizar la operación de traspaso por UniVía o a través de nuestro Servicio de Atención al Cliente en el 901 246 246 ó 952 076 263 es necesario tener contratado los Servicios a Distancia de Unicaja, junto con las claves para poder operar.

 **MÁLAGA
CULTURA
INNOVADORA**

► **José Vicente Rodríguez**
MÁLAGA



La locomotora malagueña parece haber dejado ya definitivamente atrás el oscuro túnel de la crisis. La reactivación económica es un hecho aunque falta que el avance de las macrocifras de estos últimos años, donde el PIB vuelve a crecer en el entorno del 3% anual, se traduzca en una mayor creación de empleo y en contratos más estables. La salida del periodo más crítico de la recesión mantiene también como reto pendiente la diversificación del tejido productivo. Pese a la pujanza de segmentos como el tecnológico y el agroalimentario o la resurrección del sector constructor, el 85% de la riqueza y del empleo siguen siendo coto de los servicios, con el turismo a la cabeza. Málaga carbura de nuevo, sí, necesita que la industria, en todas sus acepciones posibles, se incorpore como un pistón de futuro.

► **La economía malagueña tocó techo en 2007 tras encadenar varios ejercicios con crecimientos del PIB** incluso superiores al 4% anual. Fueron tiempos de bonanza en los que la provincia marcó un récord de casi 60.000 empresas afiliadas a la Seguridad Social, la cifra de cotizantes superaba las 600.000 personas y donde la tasa de paro llegó a caer al entorno del 10% con apenas 70.000 parados inscritos en los servicios públicos de empleo.

La industria turística, funcionaba como es habitual a pleno rendimiento mientras que la construcción vivía una época de esplendor (el sector llegó a emplear a unos 100.000 trabajadores en Málaga) que, desgraciadamente, derivó en excesos y generó burbuja inmobiliaria. La obra pública, de la mano de obras emblemáticas como el AVE o la ampliación del Aeropuerto, firmó niveles récord de entre 1.000 y 1.500 millones al año. El problema vino por la parte de la vivienda. El incremento de la demanda y una vertiginosa dinámica alcista de precios instaló al sector en una alocada carrera constructora (se llegaron a visar más de 40.000 viviendas en un año) sin que las empresas acertaran a valorar adecuadamente los riesgos. A esta espiral se unió la banca que, salvo excepciones, que buscó en la concesión masiva de hipotecas (muchas veces a costa de sobretasacio-

nes) un beneficio que luego se reveló como envenenado.

► **A nivel mundial, la recesión económica comenzó a perfilarse en la segunda parte de 2007** con la crisis de las hipotecas subprime en Estados Unidos y terminó por estallar en 2008 con la caída de Lehman Brothers. En Málaga sus efectos fueron devastadores. El paro comenzó a subir de forma vertiginosa, sobre todo por la salida de trabajadores del sector constructor, el más damnificado de todos. Lo peor es que muchos de esos nuevos desempleados eran jóvenes que habían abandonado sus estudios para trabar en los tajos de obra atraídos por los altos sueldos y que ahora, sin mayor forma-

Málaga carbura de nuevo

La provincia afianza sus signos recuperación tras la tortuosa época de la crisis. Crece el número de empresas y segmentos como el tecnológico o el agroalimentario se ratifican como complementos del todopoderoso turismo. Pero hay retos pendientes: recuperar todo el empleo destruido, mejorar su calidad y diversificar el modelo



LAS CLAVES DE LA ECONOMÍA DE MÁLAGA

Casi tantas empresas como antes de la crisis pero más paro

1 Málaga tiene ya casi tantas empresas como antes de la crisis pero el paro es el doble del que había entonces. Los empresarios dicen que los nuevos negocios, con muchas pequeñas e incipientes firmas y una gran presencia de autoempleo, no pueden compensar todavía el gran volumen de empleo que se perdió durante la crisis, sobre todo en la construcción.



El reto de diversificar el modelo y aumentar el peso industrial

2 El sector servicios mantiene su hegemonía dentro del tejido económico y productivo de Málaga (en torno al 85%) mientras que la construcción está en un 7% y la industria y la agricultura, aunque con aportaciones valiosas, siguen bastante arrinconada (6% y 2% respectivamente), según el último informe anual del mercado de trabajo elaborado por el SEPE. Elevar la presencia de la industria es un claro reto, teniendo en cuenta que la UE ha marcado como objetivo que en todos los territorios alcance un 20%

ción, no vislumbraban ninguna expectativa. El problema era también extensivo a una gran bolsa de empleados mayores de 45 años que, tras perder su empleo, se enfrentaban a un complicadísimo reciclaje laboral. El desempleo en Málaga llegó a rozar los 218.000 inscritos en el SEPE a inicios de 2013 y la tasa de paro se situó en el 36,6%.

La crisis trajo también un cerrojo del crédito por parte de los bancos. El endeudamiento del sector privado malagueño (familias y empresas) había alcanzado un récord histórico de 47.500 millones de euros a mitad de 2008. Comenzaba a partir de entonces un doloroso proceso de desapalancamiento, auspiciado desde Bruselas, que llevó a la banca española a restringir al máximo la concesión de nuevos créditos. Desde entonces, el saldo vivo se ha recortado en una tercera parte y se sitúa actualmente en alrededor de 31.600 millones. Los empresarios y autónomos se han quejado durante todos estos años en que el cierre crediticio (que desde hace un par de años empieza a remitir) fue indiscriminado y que fueron muchas las sociedades rentables que quebraron o se vieron obligados a cerrar por falta de circulante. La crisis se llevó

de los años inmediatamente anteriores a la crisis económica: en Marbella, por citar algunos, destacan Minutas, Pantoja, Saqueo 1 y Saqueo 2, o innumerables sumarios por convenios urbanísticos irregulares que infravaloraron el suelo marbellí.

Hay muchos más: en toda la provincia, por ejemplo, se dieron los casos Astapa (Estepona), Arcos (Alcaucín), Almexia (Almogía), Majestic (Casares) o Acinipo (Ronda), así como Troya en Alhaurín el Grande, sumarios todos ellos en los que se ventilaban asuntos de los años inmediatamente anteriores a la crisis pero que estallaron en plena depresión económica, ahondando en los sentimientos más profundos de los ciudadanos.

Los expertos hablaban de que todos los controles para poner coto al urbanismo desaforado habían saltado por los aires y sólo la justicia fue capaz de ir sancionando todas y cada una de estas actitudes y comportamientos. Muchos de los condenados están ya en la cárcel y los tribunales han tratado de cualquier forma de recuperar lo que se robó, sin que haya sido fácil, con el fin de reintegrarse a los municipios afectados.

► **A partir del año 2014, la situación económica comienza a mejorar**, primero tímidamente y luego de forma más sostenida. La reactivación económica se basa en las aportaciones del sector servicios, de la mano de un turismo que vive un periodo de auge, del incremento de las exportaciones con un segmento agroalimentario en alza o del pujante ámbito tecnológico, que tiene su epicentro en el PTA de Málaga. Así, la provincia presenta en este 2017 su cifra más elevada de empresas a estas alturas del año de los últimos diez ejercicios (58.792) y con un volumen que se va acercando mucho ya al que se manejaba en la época del boom (59.200).

El alza del censo empresarial, sin embargo, no va acompañada de una recuperación equiparable del empleo. Las cifras de paro son contundentes: Málaga cuenta actualmente con 152.448 parados, casi el doble de los algo más de 83.000 que se registraban en mayo de 2007. Las cifras de afiliados a la Seguridad Social sí están más parejas. Si entonces la cota fue de más de 601.000 cotizantes, la cifra ahora en 585.000. Eso sí, la calidad del empleo se ha resentido también mucho, como vienen denunciando los sindicatos, con unas elevadísimas cotas de temporalidad (muchos trabajadores encadenan un contrato tras otro rotando de forma continua) y un peso creciente del empleo por horas en detrimento de la jornada completa. El debe pendiente, sin duda, es que la recuperación económica se traduzca en empleo de calidad y en diversificar el modelo. Un 85% del PIB y del empleo viene del sector servicios, un 7% de la construcción, un 6% de la industria y un 2% en la agricultura.



por delante más de 16.000 negocios y, según cálculos de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM), alrededor de la mitad podría haber sobrevivido de contar con la financiación adecuada.

► **La crisis inmobiliaria no tuvo sólo un cariz económico en la Costa del Sol.** De hecho, la operación Malaya, caso de corrupción urbanística y política de Marbella que estalló en marzo de 2006, desveló algunos de los tejemanejes habituales en el sector de la construcción de la época, consagrados como estaban algunos empresarios al logro del pelotazo fácil. Finalmente, 95 personas se sentaron en el banquillo de los acusados. Pero hubo muchos más casos que investigaban hechos

LA ECONOMÍA DE MÁLAGA DE UN VISTAZO

los SECTORES

TURISMO

La Costa del Sol, una marca líder

- El excelente comportamiento del mercado extranjero, junto al bajo momento de otros destinos competidores, permitió a la Costa del Sol ratificar en 2016 un nuevo récord turístico, con más de 12 millones de visitantes, un 10,2% más que el año anterior. Los hoteles sumaron 5,2 millones de viajeros alojados, con una subida del 5%, y más de 20 millones de pernoctaciones, un 7,2% más. Tres de cada diez viajeros hoteleros de Andalucía se alojan en la provincia de Málaga. Desde 2012, la afluencia en los hoteles y las estancias han subido entre el 20% y el 25%. El turismo, sumando sus subsectores, emplea de forma directa a casi 100.000 trabajadores en Málaga.

SECTOR AGRARIO

La agricultura firma sus mejores cifras

- El sector agrícola, ganadero y pesquero en la provincia de Málaga alcanzó en 2016 una producción final por valor de 887 millones de euros, las mejores cifras que se recuerdan, según los datos oficiales de la Junta de Andalucía. La producción agrícola fue 659 millones de euros, un 3,57% más que en 2015, con el olivar, los subtropicales, las hortalizas y los cítricos como principales segmentos. Los elevados precios en origen de algunos de estos productos y su pujanza contribuyeron a la subida de facturación. Los efectos de la cíclica sequía siguen siendo el gran problema a resolver en Málaga. La mala noticia en 2016 la dio la ganadería, cuya producción bajó ligeramente (195,61 millones). La pesca aportó 18,6 millones.



INNOVACIÓN E INVESTIGACIÓN

Sector en alza con el PTA como epicentro

- Málaga dispone de un amplio ecosistema innovador que viene propiciando desde hace años tanto el surgimiento de startups locales como el desembarco de firmas extranjeras y multinacionales. El Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), situado en Campanillas y que este año celebrará su XXV aniversario, es el gran epicentro de este sector. Actualmente cuenta con 17.776 trabajadores, un 5,97% más que el año anterior (la subida es de un millar de empleos) y 635 firmas instaladas, con una facturación conjunta de 1.758 millones de euros. El Centro Histórico también se ha convertido en una zona atractiva para firmas tecnológicas locales y foráneas. Otro punto de interés es el recién inaugurado Polo Digital de Tabacalera.



LA ECONOMÍA DE MÁLAGA DE UN VISTAZO

los SECTORES

CONSTRUCCIÓN

Llegó la reactivación tras la larga crisis

• El sector constructor está en clara recuperación tras años de travesía en el desierto. La venta de viviendas en Málaga creció en 2016 por cuarto ejercicio consecutivo gracias al tirón de la segunda mano y firmó sus mejores datos desde el inicio de la crisis, con 26.186 operaciones. Los extranjeros compraron un tercio de esas casas, confirmando el atractivo de la Costa del Sol para el turismo residencial. Por otro lado, desde hace un par de años ya se están construyendo nuevas promociones en Málaga. En 2016 se registraron más de 3.000 visados para futuras viviendas, un 24% más que en el año precedente. El sector remonta también en empleo y ya ocupa a unas 40.000 personas. El punto débil es la inversión en obra pública, que sigue en niveles muy bajos (sólo 190 millones de euros licitados en 2016).

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones siguen en cifras récord

• Las exportaciones malagueñas continúan con su imparable crecimiento, demostrando la creciente apuesta de las compañías locales por la internacionalización. El año 2016 se cerró en Málaga con un nuevo récord de 1.989 millones de euros, un 13% más que el año anterior. Desde 2007, la provincia ha duplicado sus ventas al exterior. El sector agroalimentario, de la mano del olivar o los subtropicales, se ratifica como el pilar básico con más de 1.000 millones en 2016, un 52% del total. Le siguen las manufacturas de consumo (por ejemplo, el sector textil) con otro 14%. La cifra de firmas exportadoras ha subido un 53% desde 2010 y se sitúa en torno a las 4.400 empresas, aunque sólo 91 son exportadores regulares.



SANIDAD PRIVADA

Una alternativa fiable para los usuarios

• La sanidad privada en Málaga se ha convertido en una alternativa fiable para los usuarios. Además, de los conciertos que cada año firma la Consejería de Salud, los últimos datos del sector indican que más de 375.000 malagueños (el 23% de la población de la provincia) disponen ya de un seguro médico privado. Andalucía cuenta con una red pública de 46 hospitales y 15.089 camas, mientras que la red hospitalaria privada ascendía en 2015 en 62 centros y 5.889 camas, siendo Málaga la provincia andaluza que aglutina cerca del 45% de la oferta sanitaria privada de la comunidad. Andalucía figura en la mitad de la tabla de las comunidades en función del número de camas y proporción de camas privadas con un 28%.

¿Preparado para viajar?



En la red de aeropuertos de Aena te lo ponemos fácil

- La mejor oferta de ocio, restauración y tiendas
- La mayor gama de aparcamientos al mejor precio
- Salas VIP renovadas
- Wi-Fi gratuito...

Y todos los servicios que necesitas **para que comiences a disfrutar de tu viaje antes de llegar a tu destino.**



Para que puedas llegar

Nº1 del mundo en gestión de aeropuertos
por número de pasajeros*.



Tras ocho duros años de crisis económica, se abre una nueva etapa para la economía malagueña. Ciertamente es que hemos vivido un último bienio de paulatina recuperación, pero resulta innegable también que Málaga necesita un nuevo impulso, una ilusión renovada en la capacidad de nuestro tejido productivo y en las fortalezas que nos son propias.

A escala nacional, 2017 viene afianzando estas buenas expectativas económicas, con un avance general en el que destacan el turismo, la industria, las exportaciones y el repunte del sector inmobiliario como aceleradores. Los principales marcadores estadísticos (Producto Interior Bruto, Índice de Producción Industrial,...), muestran una situación de mejoría que se traslada a familias y empresas, a través de un mayor consumo interno y una demanda ampliada que justifica un aumento de la producción y, por tanto, la necesidad de cubrir nuevos puestos de trabajo.

Y ello, en un contexto de aceleración tecnológica, de digitalización en procesos y productos, que atañe a la práctica totalidad de la vida en sociedad. Como parte de esta transformación en la que está inmerso nuestro entorno, las empresas no son en absoluto ajenas a los cambios políticos, sociales y tecnológicos que nos rodean, y a su vez tienen la obligación de evolucionar con ellos.

Tanto es así que, desde el ámbito empresarial, consideramos ya la transformación constante como algo propio de nuestro entorno, asumiendo la nueva situación con la finalidad última de ser competitivos, de afrontar los cambios que exige el mercado y de aprovechar esta nueva etapa de crecimiento que, aunque con matices, se viene consolidando.

Todo lo anterior, trasladado a Málaga, arroja una perspectiva de futuro favorable: **se trata de la provincia andaluza líder en creación de empresas desde hace veintidós años** -una de cada tres nuevas empresas constituidas se crea en nuestra provincia-, y en esta senda debemos seguir, fortaleciendo nuestros sectores productivos más tradicionales (servicios, turismo, construcción, agroalimentario, comercio,...

Presente y futuro de la economía de Málaga



TRIBUNA
Javier González de Lara

PRESIDENTE DE LA CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE MÁLAGA (CEM)

Málaga presenta una perspectiva de futuro favorable: se trata de la provincia andaluza líder en creación de empresas desde hace veintidós años

Tenemos que ser capaces de entender e integrar los avances humanos y tecnológicos con la misión empresarial

) y apostando por otros en crecimiento, como es el caso de la logística y el transporte, la energía, empresas vinculadas con la economía digital, las industrias culturales,...

Una provincia que ha superado su propio **récord en materia turística** -y todo vaticina que lo seguirá logrando en el futuro-, que viene **erigiéndose como destino cultural de primer orden**, y que atesora no sólo una excelente localización geográfica y un envidiable clima, favorable para viajar, vivir y hacer negocios, sino que posee una eficaz red de infraestructuras del transporte y la comunicación.



Una tierra de oportunidades que se viene reactivando, y por la que deseamos seguir apostando. Para ello, hemos de seguir impulsando aspectos clave en las empresas, como la **adecuada formación de nuestro capital humano** o la implantación de tecnologías en los procesos de trabajo, pero también de-

bemos ser muy exigentes con la calidad, con la innovación y con la sostenibilidad, como parámetros que garantizarán nuestro futuro en el mercado global.

Todo ello, sin olvidar el contexto normativo, político e institucional en el que desempeñamos nuestra labor, que determinará, y mucho, la capacidad competitiva de nuestras empresas.

En este sentido, los empresarios continuaremos insistiendo en la necesidad de **propiciar un marco favorable a la inversión**, facilitando el acceso al crédito a nuestras pymes, propiciando una mayor desregulación normativa e impulsando la necesaria simplificación administrativa, a fin de seguir creciendo.

Porque, para ser competitivos, en Málaga necesitamos más facilidades para crear empresas, y además las compañías existentes deben tener a su alcance recursos adecuados para aumentar su dimensión, como fórmula para resistir las vicisitudes de unos mercados exigentes y a menudo volátiles. El necesario requisito para ello es que se genere un entorno legal y económico de apoyo al crecimiento, así como a la internacionalización y la innovación.

En este crecimiento futuro, hemos de tomar como guía la responsabilidad social y la ética empresarial: referentes seguros que nos permitirán no sólo adaptarnos y crecer, sino estar perfectamente integrados en la sociedad a la que pertenecemos y a la que la empresa, como generadora de riqueza y empleo, provee de recursos también para avanzar.

En suma, podríamos afirmar que la clave del desarrollo de nuestra tierra para los tiempos venideros está en **ser capaces de entender e integrar los avances humanos y tecnológicos con la misión empresarial**, y la cohesión social y política con el progreso económico.

En esta senda, estaremos preparados para competir, para consolidar el desarrollo de nuestro tejido productivo, para converger con las regiones más avanzadas de nuestro entorno y, en definitiva, para colocar Málaga en el lugar que le corresponde.



Distribución de vinos y alimentación
Representaciones
Snacks y Aperitivos



Tfno. 952 24 23 21 www.geve.es

Andalucía

apuesta por la

Industria

#1 INDUSTRIALIZAR ANDALUCÍA

Elevar la aportación de la industria manufacturera y de los servicios avanzados científicos y técnicos al VAB de Andalucía hasta el 18%.

AUMENTAR EL EMPLEO INDUSTRIAL #2

Incrementar el número de empleos en la industria manufacturera y los servicios avanzados científicos y técnicos situándolos en los niveles de antes de la crisis.

MEJORAR LA INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA #3

Duplicar el número de empresas innovadoras en el sector industrial, y duplicar el porcentaje de empresas que se incorporan al mercado digital.

INCREMENTAR EL CAPITAL RELACIONAL DEL ECOSISTEMA INDUSTRIAL #5

Incrementar un 50% el número de empresas que colaboren con otras en el desarrollo de productos y procesos, y aumentar un 20% el porcentaje de directivas en empresas en la industria manufacturera.

INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES #4

Incrementar un 20% el importe de las exportaciones de las industrias manufactureras y aumentar un 50% la exportación de actividades de media y alta tecnología.

Estrategia Industrial de Andalucía 2020

La Junta de Andalucía movilizará una inversión de **8.000 millones de euros** con el objetivo de elevar hasta el **18%** el peso del sector industrial en el año 2020 y convertir a la industria en uno de los pilares de la economía andaluza.

Para conseguir estos objetivos la Junta facilita instrumentos financieros, infraestructuras para la innovación y el emprendimiento y facilidades fiscales.



Unión Europea

Fondo Europeo
de Desarrollo Regional



estrategiaindustrialdeandalucia.org
juntadeandalucia.es

Málaga

de la A a la Z

La provincia más plural sintetizada en este pequeño diccionario de bolsillo, con cifras, conceptos que la definen, la identifican y le aportan personalidad. **Las señas de identidad en un abecedario**, una selección de elementos propios.

A **GUA.** La provincia de Málaga tiene un consumo medio anual de 120 hectómetros cúbicos, de los que la mitad se lo lleva la capital. La temporada alta, la que va de junio a septiembre, es la que acumula una mayor demanda de abastecimiento, por el aumento de la población en toda la franja litoral debido al turismo. La provincia ha entrado a este verano en una situación de prealerta de sequía por el estado de sus embalses, que notan la falta de lluvias de los últimos meses. En principio, las reservas existentes garantizan el suministro para todo el verano, pero Málaga puede llegar al otoño con su caudal bajo mínimos.

A **GUACATE.** La comarca de la Axarquía es una de las áreas agrícolas españolas donde más esfuerzos se han realizado en los últimos cincuenta años. Bien es cierto que los orígenes del centro experimental de la finca La Mayora, situada en el término municipal de Algarrobo, hay que buscarlos en el interés del Gobierno alemán de entonces por hallar en el territorio europeo más templado un espacio en el que desarrollar nuevas variedades. De sus algo más de 50 hectáreas salieron primero, en los 70, los primeros brotes para poder implantar el fresón en Huelva. Y mucho después, a finales de los 80, se sentaron las bases para que la Costa del Sol oriental se convierta en «una productora multimillonaria» de aguacates y mangos. Ya son casi 50.000 toneladas las que se comercializan en La Mayora.

A **LAMEDA.** Ha sido durante años una barrera de tráfico y autobuses que ha condenado al ahora denominado Soho al olvido y abandono, casi precariedad. Los esfuerzos municipales por recuperar estas calles se siguen topando con el obstáculo que supone la actual configuración de la Alameda, donde reina el tráfico y se penaliza al peatón. El proyecto de peatonalización de los laterales, que han encontrado en la obra del metro la excusa ideal para llevarlo adelante, promete que para 2019 nos encontremos con una Alameda amable, agradable de pasar, con poco tráfico y conectada con el metro. Será la segunda gran transformación urbana del Centro en apenas veinte años.

B **ALONCESTO.** Pocas ciudades en España y en Europa pueden decir que viven más entregadas que Málaga al deporte de la canasta. Y no solo al de élite, también al baloncesto base. Al de las pistas polideportivas de los colegios y de los pabellones. Miles de niños y niñas practican cada año el basket en los diferentes clubes y escuelas que jalonan la capital y toda la Costa del Sol. El Unicaja es la cabeza visible de todos ellos. Un club, con ya 40 años de historia, que lleva el nombre de la ciudad por las cuatro esquinas del Viejo Continente. Málaga es una ciudad de baloncesto, como se demuestra cada noche que el Martín Carpena acoge un gran partido continental o de la Liga Endesa. El deporte y Málaga, siempre muy unidos.



B **ANDERAS.** De haber nacido en la Málaga fenicia, Antonio Banderas habría sido ascendido a deidad del Mundo Antiguo, por la mayoritaria simpatía y admiración que despierta entre los malagueños. La admiración no se sustenta en su capacidad artística, de la que ha dado cuenta en España y en Estados Unidos, sino en la constatación de que, pese a formar parte del grupo de grandes estrellas del Séptimo Arte, no se ha convertido en un ser arisco, endiosado y encantado de conocerse. Antes al contrario, Antonio Banderas es el ejemplo de que se puede vencer la vanidad y la estupidez con sencillez e inteligencia. La ciudad ha asistido a la evolución de su caché y ha comprobado, aliviada, que no solo no se lo tiene creído, sino que además no se olvida ni de su ciudad natal ni de sus tradiciones. De este modo, quizás sin pretenderlo, siendo normal y cercano, Banderas ha terminado por encarnar el prototipo de malagueño, un ideal que sólo él representa. Por eso, cuando en los últimos tiempos se ha topado con el mundillo urbanístico malaguita y con unos políticos imprudentes, este malagueño normal ha dejado constancia de su cabreo y muchos de sus paisanos han querido desagraviarle con su apoyo incondicional, aunque eso implicara obviar las reglas de juego. Lo quiera o no ya es un símbolo. Un aplaudido profeta en su tierra.

C **ARNAVAL.** Del olvido y la mala imagen a lucir el lema *La Fiesta del Invierno Cálido*. De recibir la espalda de la mayoría de los malagueños a ser objeto de curiosidad, consulta de horarios y de caras de atención. El Carnaval ha sufrido una notable transformación que le han situado en un lugar idóneo para su crecimiento, ganando en prestigio y calidad. Ahora es un referente, una fecha esperada y participada por muchos. Ya no se habla con la boca pequeña cuando se está en el Carnaval de Málaga. Ahora, el Carnaval da prestigio y eso que todavía queda mucho por andar.

C **ATEDRAL.** La Catedral ya cuenta con un plan director (la de Málaga era la única que no contaba con un documento de estas características). Aún espera el visto bueno de la Junta de Andalucía. En la teoría y en la práctica supone un diagnóstico de las necesidades del primer templo de la diócesis en el que establece una hoja de ruta para subsanar las deficiencias y solventar los problemas que presenta. Pero también para conseguir la financiación necesaria para llevar a cabo estos trabajos o para llevar a cabo acciones de mantenimiento, de restauración, de difusión y promoción, de investigación... La Catedral es un edificio vivo, contemporáneo, con uso. No como un monumento petrificado, estático. Le falta prác-

ticamente un tercio por construir respecto al proyecto original. No solo es la torre. Juan Manuel Sánchez de la Chica es, desde el pasado mes de enero, el arquitecto de la Catedral, tras el nombramiento efectuado por el obispo Jesús Catalá.

CENTRO. Málaga nunca ha sido capital de califato, ni reino de taifas, ni siquiera tuvo relación comercial con las Indias, pero su Centro tiene un valor inigualable en su conjunto. No hacen 20 años, el casco histórico de la ciudad parecía la boca del lobo. Los males de la movida, la escasa seguridad, y el mal estado de los inmuebles provocaron que muchos vecinos se trasladaran a barrios en expansión. Fue a partir de 2002, cuando el Centro volvió a repoblarse, sobre todo por parejas jóvenes, atraídas por la restauración de los edificios promovida por la Oficina de Rehabilitación y la revitalización comercial de sus calles. La fórmula, sin embargo, parece haber tocado techo ya que a pesar del boom económico, desde hace un tiempo, el Centro vuelve a perder residentes, 200 en los últimos dos años. Las zonas más afectadas por este desdoblamiento son las calles Beatas y Tomás de Cózar, donde se concentran bares y locales de ocio. Además, alquilar una vivienda por larga temporada se ha convertido en una misión imposible. Desde hace unos meses la ciudad vive inmersa en una situación hasta ahora desconocida, en la que apenas hay viviendas para arrendar a los residentes o aquellos que quieren vivir en ellas y las que hay, han subido los precios ante la fuerte demanda que experimenta el sector por los apartamentos turísticos.

DESEMPLEO. El paro presenta desde hace tres años una tendencia sostenida a la baja en Málaga pero las cifras doblan todavía el volumen de desempleo que había antes de la crisis, cuando la tasa de paro era solo de alrededor de un 10% de la población activa. La provincia tiene actualmente con 152.448 desempleados inscritos en los servicios públicos de empleo, 21.430 menos que hace un año y presenta además el menor número de parados a estas alturas del año desde 2009. La tasa de paro es del 26%. En los

años más duros de la crisis, la cifra de parados llegó a superar los 218.000 parados y la tasa de desempleo se situó en el 36%. Hay sin embargo hay todavía cifras muy desalentadoras que hablan de la imperiosa necesidad de generar más empleo: el 55% de los parados de Málaga (unas 83.500 personas) no cobra ya ningún tipo de prestación y la cifra de parados de larga duración (personas que llevan más de un año buscando trabajo) es de 74.758 personas. Los jóvenes y los mayores de 45 años son dos de los colectivos más afectados por el desempleo.

DÓLMENES. Antequera lleva años teniendo una preciosa y valiosísima construcción prehistórica: los Dólmenes. Quienes los han visitado saben lo importante que son estas construcciones funerarias, o eso parece, para los malagueños y los antequeranos, pero hace relativamente poco fueron declarados Patrimonio de la Humanidad con la Unesco y pasó como con el Museo Picasso de Málaga: ahora sí nos sentimos orgullosos de algo que, tal vez, habíamos tratado poco antes. Ello ha supuesto no sólo una revalorización de la marca Antequera en la provincia, sino de la propia marca Málaga, porque los Dólmenes contribuyen a crear conciencia colectiva y nos ayudan a mirar al pasado del que todos provenimos.

EDUCACIÓN. Los cambios en educación son muy lentos, por lo que las asignaturas pendientes siguen siendo prácticamente las mismas, legislación tras legislación. La carencia de infraestructuras educativas en algunos municipios de la Costa del Sol y los barrios de expansión de la capital, sometidos a una fuerte presión demográfica provoca que falten plazas escolares y en muchos casos los niños tengan que ser escolarizados en barracones o en espacios comunes de los colegios, reconvertidos en aulas. Llamativo es que en Teatinos hayan sido necesarios más de 15 años de reivindicaciones y movilizaciones de los vecinos para que el tan demandado instituto sea siquiera licitado. O clamorosa es la escasez de pupitres en zonas como Los Pacos, en Fuengirola. Andalu-



cía, además, continúa observando con impotencia cómo el informe PISA sitúa a la región a la cola de la enseñanza en España, con los peores resultados en comprensión lectora y matemáticas.

EMPRENDEDORES. Málaga cuenta con un potente ecosistema emprendedor conformado por organismos como los CADE de la Junta de Andalucía, Promálaga del Ayuntamiento de Málaga, el proyecto The Green Ray de la Universidad y el Parque Tecnológico (PTA), la incubadora BIC Euronova o el Polo Digital de Tabacalera, un espacio que alberga además hay iniciativas como el espacio de crowdworking La Farola de Andalucía Open Future. Empresas como el grupo Top Digital tiene también su propia aceleradora de proyectos (Sprita) para alentar a las numerosas startups malagueñas. Por otro lado, la Asociación de Jóvenes Emprendedores de Málaga (AJE) es una de las que más asociados tiene de España (650), sólo por detrás de Madrid, un dato que ratifica el dinamismo de una provincia que tradicionalmente viene generando desde hace décadas una de cada tres

empresas que se crean en Andalucía. Del talento malagueño dan muestra en los últimos años firmas como Freepik, Up-tdown, Virus Total o Resultados de Fútbol, con exitosos modelos de negocio. EL principal obstáculo al que se enfrentan los emprendedores es la dificultad de acceso a la financiación, por lo que se está tratando de potenciar las redes de business angels y el capital riesgo como alternativa al tradicional canal bancario.

ESPETOS. El olor te llama y el espeto te atrapa. La sardina es la reina de este arte malagueño. Desde las barcas de los chirriguitos a la mesa. Las sardinas ensartadas en una caña con las virtuosas manos de un moraguero aspiran a ser incluso patrimonio cultural inmaterial de la humanidad de la UNESCO. Pero no pongamos taras al espeto. Que la mar se encela: calamares, salmonetes, urtas, pulpos o doradas se transforman y potencian su sabor cuando pasan del fuego de la sartén o la plancha a las brasas del espeto. Una dimensión malagueña cien por cien.

PASA A LA PÁGINA 12 ►



MESÓN CANTARRANA
ESPECIALIDAD EN CARNES A LA BRASA

MESONCANTARRANA.COM

SÁNCHEZ PASTOR 10 · 29015 MÁLAGA
T. 952 220 082 · M. 697 596 305

INFO@MESONCANTARRANA.COM

f MESON-CANTARRANA



elmentideromalaga.com

Sánchez Pastor 12. 29015 Málaga
T. 952 220 082 · M. 697 596 305

info@elmentideromalaga.com

f Taberna-el-Mentidero

▶ VIENE DE LA PÁGINA 11

FAROLA. El domingo 30 de mayo de 1817, Málaga inauguraba el faro que se iba a convertir en uno de los símbolos más populares de la ciudad, aparte de que, unos 30 años más tarde, ya hay constancia escrita de que era conocida por los malagueños como La Farola. Fue construida con piedra del Monte Gibralfaro por presidiarios, lo que abarató los costes de la obra: alrededor de 3,3 millones de euros de nuestros días. En 2017 la ciudad conmemora el bicentenario de esta construcción. Los actos se prolongarán durante todo el año, con presentación de libros o exposiciones. Además, está previsto que la Farola se abra al público para acoger el Museo del Puerto. Para ello, la Autoridad Portuaria ya tiene presupuestado para la segunda mitad de este año o el primer semestre de 2018 el traslado al dique del puerto de todos los instrumentos técnicos de este faro dos veces centenario.

FERIA. La fiesta del sur de Europa, la que no exige etiqueta ni invitaciones, la que tiene dos caras, la que no descansa ni de día ni de noche, la que aborda el Centro Histórico y se pasea por el Cortijo de Torres, la más moderna y la que lucha por que no se pierda lo tradicional. Agosto siempre reserva en Málaga una semana larga para que sus ciudadanos y, muy especialmente, los visitantes sientan la hospitalidad y disfruten sin complicaciones. Como en todos los grandes acontecimientos, siempre hay una cara B, una faceta menos luminosa, pero lo cierto es que hoy nadie imagina un verano malagueño sin su Feria. Habrá nuevas fórmulas e ideas, nuevas maneras de reinventar la rueda, pero la equis en ecuaciones tan sencillas como ésta (música, bailes, bebidas frías, amigos y calor) siempre son agradable y fácilmente despejables. Desde luego, Málaga y los malagueños saben cómo divertirse: que se lo pregunten a los millones de feriantes que se contagian todos los años del espíritu festivo.

FESTIVAL DE CINE. Una de las primeras piedras de la transformación cultural de Málaga vino de la mano del cine, concretamente del cine en español: cuando pocos, muy pocos apostaban en serio por el celuloide nacional, el Ayuntamiento destinó una importante partida presupuestaria para que nuestros cineastas tuvieran una plataforma desde la que presentar sus producciones. La ciudad desplegó entonces una inmensa alfombra roja, desde la calle Larios hasta el Teatro Cervantes, para que nuestras estrellas tuvieran un cielo en que brillar y los ciudadanos, por qué no, se sintieran estrellas por un día. Ahora, con la mayoría de edad cumplida, habiéndose convertido en la casa del cine español por derecho y abra-



zando también al cine latinoamericano desde hace un año, podemos decir que Málaga necesita al cine español y el cine español necesita a Málaga; un binomio, más que nunca, imprescindible.

ASTRONOMÍA. Málaga es sol y playa, pero también gastronomía. Su dieta mediterránea adereza al malagueño, pero también atrapa al visitante con su variedad de sabores y olores. En la cuna del pescaíto frito, los espetos o el ajoblanco, cada estación tiene un plato típico, pero también cada lugar tiene una denominación de origen. Del mar a la montaña, y del plato a la boca. Pero si rica es la cocina malagueña, más lo son los lugares donde degustarlos. Del chiringuito a los restaurantes con estrellas Michelin, pasando por tascas, freidurías o anónimos bares que cuidan el detalle de cautivar con el paladar. Frescura, alegría y felicidad también en la mesa.

GUADALMEDINA. En realidad, el Guadalmedina se comporta como un extraño Guadiana, porque puede desaparecer durante meses o años hasta que unas lluvias torrenciales o un historiador metamorfoseado en mosca cojonera lo devuelven a la agenda política. No hemos tenido suerte con el Guadalmedina. Se trata de un río feo y traicionero con cuyo cauce nadie sabe muy bien qué hacer. Durante siglos, ha causado muerte y destrucción y algún experto anuncia

que podría volver a la carga si no se resuelve el problema de una avenida extraordinaria. A lo largo de la historia ha protagonizado estudios, proyectos, anteproyectos y concursos fatuos por la nula plasmación en la realidad. Los malagueños convivimos con un loable apañío del cauce final del río desde tiempos de Pedro Aparicio, mientras se prepara una brumosa reforma que, todo apunta, se limitará al exorno floral, peatonal y ciclista del cauce, sin entrar en honduras hidrológicas. Pero desde tiempo inmemorial, todo lo que rodea el Guadalmedina han sido palabras que terminan río abajo. Lo único que parece haber cuajado en este veterano desfile de buenas intenciones es la metáfora de «cicatriz de Málaga». Por eso se busca con urgencia un experto en cirugía estética.

HOSTELERÍA. La hostelería para los malagueños es sinónimo de empleo, que no riqueza. Durante los años en los que la construcción se desinfló, el periodo del boom inmobiliario y la crisis posterior (2008-2015), fue el único sector que seguía generando trabajo. Más de 70.000 malagueños trabajan en bares y restaurantes y la proliferación de marcas gastronómicas autóctonas y foráneas ha sido muy importante en los últimos años, sobre todo en zonas como Pedregalejo, El Romeral y, sobre todo, en el Centro Histórico, lo que ha acarreado otros problemas como la excesiva ocupación de la vía pública de las terrazas o el ruido, quejas de los vecinos. Pese a todo, el boom hostelero, que va de la mano del turístico, sigue generando empleo, aunque muy precario.

INMIGRANTES. Se olvida con frecuencia que el callejero de Málaga está formado, en una gran proporción por los apellidos de inmigrantes extranjeros y nacionales que, tras abandonar su país de origen o su región, se afincaron en nuestra ciudad, prosperaron y forjaron la ciudad que disfrutamos hoy. Málaga fue, hasta finales del siglo XVIII, una anodina ciudad del Reino de Granada cuyo único logro fue alcanzar con rapidez la irrelevancia, en comparación con una larga lista de poblaciones andaluzas con más fuste y prosperidad. La apertura del puerto de Málaga con el comercio con América marcó un antes y un después en el desarrollo de la ciudad, que en pocas décadas se transformó en la segunda ciudad más industrializada de España. Ese salto adelante fue posible gracias a los Heredia, Loring, Larios, Wittemberg, Scholtz, Gálvez, Gross, Orueta, Huelin, Temboury, Grund... inmigrantes con ambición y una mentalidad abierta que forjaron la Málaga moderna. Los inmigrantes siguen llegando con las mismas ganas de prosperar y de paso, de mejorar Málaga. Contamos con una importantísima co-

lonia de paraguayos, convivimos con alemanes, ingleses, marroquíes, colombianos, argentinos, senegaleses, que enriquecen nuestra ciudad y la alejan de una visión provinciana y cerrada. De una Málaga que dejó de ser irrelevante desde tiempos de Carlos III.

JUSTICIA. Málaga tiene desde octubre de 2007 la Ciudad de la Justicia, el mayor edificio administrativo de Andalucía, aunque si ha pasado a la historia es por haber acogido en los últimos años grandes macroprocesos contra la corrupción política y urbanística tales como los casos Malaya, Minutas o, el más famoso de todos, el que implicó a la cantante Isabel Pantoja. Para los malagueños, los macroprocesos han sido compañeros de viaje a lo largo de los últimos años, porque el primero, Malaya, estalló en Marbella y luego han sido numerosos los procedimientos en otras localidades más allá de Marbella: ahí se enmarcan, por ejemplo, los casos Astapa, en Estepona, Arcos, en Alcaucín, o Almexia, en Almogía. Pero para los malagueños la justicia también es algo parecido a lo que ocurre en el resto de España: retrasos interminables en todos y cada uno de los asuntos que les atañen, la precariedad en la administración por falta de medios humanos y materiales y la escasez de juzgados. De hecho, no se crea ninguno en la provincia desde 2008. También relacionan los malagueños la Justicia con los procesos concursales de grandes empresas tales como Aifos, que duró cinco años y acabó arruinando a cientos de personas o las demandas por cláusulas suelo y participaciones preferentes.

KILÓMETROS. Vías y traviesas del AVE y del metro cruzan la provincia y la ciudad. Son muchos los que se han construido, cambiando las conexiones de Málaga por tren desde que en diciembre de 2007 entró en servicio el AVE. Esto ha dejado una infraestructura de tren convencional que todavía está por explotar para mercancías. El metro, pese a los obstáculos municipales, puede ser otra de las grandes transformaciones en las costumbres de movilidad de Málaga, que aspira con él a convertirse en una ciudad moderna donde el coche no sea protagonista y se opte por opciones más amables. Eso sí, siguen pendientes los kilómetros de vías hasta Marbella y Estepona. Primera necesidad, última prioridad.

LIPIEZA. La limpieza en Málaga es una asignatura pendiente en la que parece ahora que el modelo de propiedad de la empresa puede ser la clave. Tras años de gestión mixta, pública y privada, el alcalde de Málaga cavila la opción de municipalizarla completamente, para espanto de



► VIENE DE LA PÁGINA 12

una parte importante de sus concejales y de su partido, que optan por la privatización. Le apoya la oposición, menos Ciudadanos, que prefiere privatizar por servicios. En ese debate siguen enredados, aunque quizás la clave sea más la gestión adecuada, más que la propiedad. E incluso la educación, porque por muchas escobas que haya, las calles no estarán más limpias si no tiramos menos papeles al suelo.

LITORAL. La provincia de Málaga suma más de 160 kilómetros de franja litoral, en las que acumula una oferta amplia y variada. La Costa del Sol se divide en la parte Occidental, desde Torremolinos al límite con la provincia de Cádiz, y la Oriental, en la Axarquía, que se alarga hasta la frontera con Granada. El litoral occidental es el que acumula más turistas y una oferta más tradicional, mientras que en la Axarquía se nota menos la influencia del boom urbanístico y es posible encontrar aún espacios naturales como los acantilados de Maro-Cerro Gordo.

MAJARÓN. Palabra señera del vocabulario malagueta, proviene del árabe mah-rum («desgraciado») y dada su popularidad cuenta con su propio superlativo, que se forma cuando a majarón le añadimos un peculiar adjetivo calificativo y se convierte en «majarón

perdío» (sin la d intervocálica). Además, de la familia del majarón forman parte «majareta» y «majara» con idéntico sentido. La palabra majarón hace referencia al individuo con fama ganada a pulso de que le falta un tornillo, existan o no evidencias médicas que confirmen que estamos ante un desnortado. No existe una explicación genética al alto número de majarones que pulula por Málaga, personas excéntricas, en ocasiones con exceso de locuacidad y extroversión, capaces de los actos más insospechados y que, con demasiada frecuencia, suelen exhibir un tono de voz similar al del cañón Gran Berta de la I Guerra Mundial. Por su denodado afán de protagonismo suelen perseguir el ascenso social, así que en ocasiones los encontramos en los puestos más señeros de la sociedad. De la abundancia de majarones se ha contagiado el desquiciado desarrollo urbanístico, que nos ofrece joyas como un hotel que tapa la Catedral, barrios colmena en las zonas más pobladas y una llamativa racanería a la hora de planificar las zonas verdes. Propio de majaras.

METRO. El metro para el malagueño, o el suburbano, como le gusta decir a las administraciones, es todavía un extraño compañero de viaje. Las obras empezaron en 2006 y hoy, en forma de uve, une la Estación María Zambrano con el Martín Carpenay y la ampliación de la Universidad. En principio, debería haber llegado hasta la plaza del Ge-

neral Torrijos, pero la Junta y el Ayuntamiento, como se hacen las cosas aquí, llevas años peleándose por llevarlo hasta Torregorda y extenderlo, tras otro acuerdo que deshacía el primero de 2003, hasta el Hospital Civil, aunque en superficie. Este concepto de superficie es curioso, porque sale más barato hacerlo por arriba, aunque el Ayuntamiento lo quiere todo por abajo. Mientras más kilómetros de metro haya, más usuarios y más rentable será la infraestructura, aunque no se sabe bien por qué, pese a que se pide, nadie ha pensado en llevarlo al Palo y a Ciudad Jardín o extenderlo al PTA. Todo eso, tendrá que hacerse, aunque quedan muchos años de peleas institucionales entre unos y otros. En un determinado momento previo a 2006, en el que todos los malagueños parecían ingenieros, llegó a haber un debate enconado sobre si hacer el metro con muros pantalla o con tuneladora. Ahí está el mítico reportaje de este periódico que se tituló «¿Topo o excavadora?»

MUSEOS. Como dijo Thomas P. Campbell, «en un mundo como el actual, compuesto por reproducciones y saturado con tecnología digital, los museos son lugares poblados de objetos reales, son edificios cargados de autenticidad». Pero la función de un centro artístico va mucho más allá de erigirse en patrimonio, refugio y búnker de lo mejor de nuestro pasado y presente; bien concebidos y estratégicamente diseñados

pueden ser elementos dinamizadores, transformadores y creadores de oportunidades, de futuro. Así lo ha entendido Málaga, con una decidida apuesta por los museos como motor del turismo cultural, o sea, como un factor económico de primera magnitud, que trasciende el valor puramente estético, el alimento espiritual. Al final, de alguna manera, los lienzos que cuelgan en las pinacotecas son, en realidad, espejos enmarcados, cristales que nos reflejan a nosotros mismos pero también nuestras ambiciones y fracasos, nuestros sueños y pesadillas, alegrías y miedos... Lo que somos como individuos, como grupo y como ciudad.

NIÑOS. En los años previos a la crisis, Málaga volvió a vivir un repunte en el número de nacimientos, gracias a la llegada de población inmigrante y la mejor coyuntura económica. Esta situación se ha revertido en los últimos años, al tiempo que se reduce el número de hijos por familia y se retrasa la llegada a la maternidad. Según los últimos datos del padrón, Málaga suma 1.626.518 habitantes, de los que 261.542 son menores de 14 años. La franja litoral y el área metropolitana son las zonas que concentran más población en la provincia, mientras que el interior sigue notando el efecto del envejecimiento y la despoblación.

ONG. Málaga es una ciudad netamente solidaria. Las cientos de asociaciones que componen el tejido asociativo dan muestra de ello, ateniendo siempre a los más vulnerables y prestando en muchas ocasiones servicios que deberían ofrecer las Administraciones. Estas entidades prestan una magnífica labor a todos los niveles gracias a los voluntarios, que de forma desinteresada regalan su tiempo y sus recursos por las buenas causas.

PTA. El Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), situado en Campanillas, cerró el año 2016 con las mejores cifras de su historia en facturación conjunta, empresas

PASA A LA PÁGINA 14 ►



COSTA DEL SOL TORREMOLINOS LUXURY BOUTIQUE HOTEL

Costa del sol Torremolinos Luxury Boutique Hotel es uno de los máximos referentes de la provincia de Málaga y Andalucía en la denominación de Hotel Halal con Encanto. Situado a tan sólo 300 m de las playas de Torremolinos y a 15 minutos de Málaga capital. En su entorno cercano dispone de numerosos servicios complementarios como Campos de Golf, Centros Comerciales, Hospital, etc.

Dispone de 36 exclusivas habitaciones elegantemente decoradas, todas previstas de la calidad y el confort de un hotel moderno y con encanto. El Hotel cuenta con una piscina climatizada, wifi gratuito, gimnasio, terraza panorámica chill out, Jacuzzi, carpa para eventos, cafetería, restaurante y aparcamiento.



▶ VIENE DE LA PÁGINA 13

instaladas y empleo. El ejercicio consolidó lo que sus rectores vienen denominando como la «segunda ola de innovación» del recinto, y que combina la aportación de las grandes multinacionales del parque, el goteo de nuevas firmas extranjeras que van llegando al recinto y el empuje de los empresarios locales y de las startups malagueñas. El PTA, que este 2017 celebrará su XXV aniversario, clausuró así el pasado ejercicio con 17.776 trabajadores, un 5,97% más que el año anterior (la subida es de un millar de empleos), mientras que la facturación conjunta de sus empresas ascendió a 1.758 millones de euros, con un alza del 8,17%. En cuanto al número de empresas, las 635 firmas instaladas a finales de 2016 suponen un ligero incremento sobre las 620 con las que culminó el año 2015.

PUERTO. En transformación desde 1999, sigue luchando por encontrar un modelo estable en sus tráfico. La apuesta por los contenedores ha sido fallida y ha vuelto a los tráfico tradicionales de graneles, con bastante éxito, mientras sigue explotando los cruceros con buenos datos, y busca servicios como el bunkering o los astilleros para atraer más actividad económica. El problema sigue siendo la regeneración urbana de espacios sin uso: El puerto deportivo, el solar donde iba el auditorio, el Muelle de Heredia o la esquina de los muelles 1 y 2 siguen sin encontrar solución por la falta de inversores. Y donde hay inversores, para el hotel del Puerto, hay un movimiento ciudadano en contra.

QUIMIOTERAPIA. En Málaga tener una enfermedad oncológica es símbolo de lucha y esperanza. Los centros sanitarios de la capital ofrecen toda una cartera de servicios para frenar el cáncer, porque los hospitales cuentan con grandes profesionales no sólo implicados a nivel asistencial, sino que también en investigación, clave para entender el futuro de esta enfermedad que, apuntan, terminará cronificándose. Los laboratorios del Ibima, Fimabis o de la Uma demuestran el grado de compromiso de los pro-

fesionales, que se esfuerzan por poner un código a esta enfermedad para que el tratamiento sea certero y lo más personalizado posible.

ROSALEDA. Apasionada y sentimental, pero también entregada y futbolera. La Rosaleda, el recinto de culto para el malagui y la casa del Málaga CF, es también el templo por donde asoman los sueños que cada domingo se colorean de blanco y azul. Es el escenario donde se representa la función más esperada por los aficionados. Gritos, goles, abrazos o lamentos. Todo tiene cabida en el coso blanquiazul, que ha cumplido 75 años con la mejor de sus galas y tras vivir historias en Champions, ascensos, descensos o partidos para recordar. La memoria del estadio de la avenida de Martiricos es alargada, como la pasión que muestran sus ruidosos aficionados cada partido.



SANIDAD. La sanidad en Málaga goza de un buen estado de salud gracias a sus profesionales, que pese a los recortes de los últimos años o la reducción de personal, no han dejado de poner su mejor cara para atender a los pacientes. Los hospitales públicos dan muestra a diario de que la mejor sanidad puede ser accesible a todos, si bien la privada gana terreno situando a Málaga en la tercera posición del país en lo que a recursos se refiere. La provincia

necesita mejorar, tanto en la recuperación de personal y de sus propios derechos, como en infraestructuras para sacarla del último pueño en listas de espera de quirófano, consultas o diagnósticos.

SEMANA SANTA. La Semana Santa de Málaga es un gran ritual que dura siete días y que viene celebrándose desde hace cinco siglos. Un fenómeno de masas capaz de cambiar una ciudad, que refuerza su propia identidad gracias a las cofradías y que sirve para que más de 80.000 cofrades manifiesten públicamente su fe. Un compendio de religiosidad popular, respeto a la costumbre, cultura y arte que colabora de forma decisiva en la economía local. La gestión de las cofradías es absolutamente altruista y se basa en el voluntarismo y la vocación de servicio a los demás. Las cofradías, aunque parezcan entidades inmovilistas y ancladas en el pasado, no han dejado de actualizarse. No se entendería de otro modo una supervivencia de más de 500 años. La acción de las hermandades se asienta en tres pilares: culto, formación y caridad, colaborando a veces de forma decisiva en paliar las necesidades de muchas familias. Ejemplo de ello es el economato de la Fundación Corinto. En los últimos años, la Agrupación de Cofradías, entidad que aglutina a las hermandades de pasión, fundada en 1921 y pionera en España, estudia un revolucionario plan integral de la Semana Santa, que afectará a un itinerario oficial que apenas ha variado en 90 años, y que permitirá dar respuesta a los numerosos problemas de horarios planteados desde hace años.

SOHO. Si un malagueño escucha Soho pensará, posiblemente, en la almendra urbana que va desde el Muelle Heredia hasta la Alameda, un entorno muy degradado que el Ayuntamiento y unos cuantos empresarios se han empeñado en convertir en el corazón de la cultura alternativa malagueña. Sin embargo, algo no funciona, porque pese a que el Ayuntamiento ha peatonalizado buena parte de este barrio y algunas empresas de restauración y culturales se han instalado en la zona, no tiene tirón alguno ni entre los vecinos ni

entre los visitantes salvo por los que van al CAC. Si usted pregunta qué es el Soho para los malagueños, muchos dirigirán su vista hacia Lagunillas, una degradada vía urbana que se ha revalorizado no por las administraciones, sino por las asociaciones vecinales y culturales y algunos empresarios que sí se han interesado por convertir la zona en un foco cultural.

SOL. La provincia tiene una temperatura media anual de 18,5 grados, según los datos de la Aemet, con julio y agosto como los meses de más calor, superando ambos los 30 grados diarios de media. Málaga suma más de 2.900 horas de sol al año y su excelente clima la convierte en un destino ideal para el turismo, tanto para los visitantes nacionales como para los extranjeros, ya que su temporada alta gracias al buen tiempo se alarga desde Semana Santa hasta el mes de octubre. La precipitación media acumulada anuales de 534 litros por metro cuadrado, si bien en estos últimos años de sequía la provincia está muy por debajo de la media.

TEMPORALES. De Levante, de Poniente o de Terral. El primero suaviza las temperaturas, calienta el agua del mar y pone a los amantes de los deportes extremos como el surf con las orejas tiesas. El Levante trae olas a Málaga y eso no se puede desaprovechar. El Poniente refresca y deja uno de los atardeceres más impresionantes que cualquier persona puede contemplar con un cielo rojo fuego que te deja sin hipo. Y el Terral, el temido terral. Un temporal del que se trata de huir pero cuyo calor te atrapa y te condena. El primer Terral te anuncia la llegada del verano y hasta bien entrado septiembre te puede sorprender. Te enfría el agua y te caza siempre en un día de Feria, no falla.

TRASPLANTES. Son la cara más amable de la sanidad. Los hospitales públicos sacan músculo cada vez que se dan las estadísticas de los trasplantes, demostrando que la solidaridad no tiene límites y que no se olvida incluso tras fallecer un ser querido. En 2016 el Hospital Regional Carlos Haya fue el que más trasplantes



Al servicio de tus necesidades

- Profesionales en trabajos de mantenimiento integral
- Más de 30 años de experiencia en el sector

- Limpieza y Medio Ambiente
- Facility Management
- Servicios Auxiliares Outsourcing
- Centro Especial de Empleo

de riñón hizo de todo el país, además de haber logrado otros hitos, como multiplicar las donaciones de médula ósea gracias a la campaña Pablo Ráez, fallecido en febrero por una leucemia.

TURISMO. Desde los días ingenuos de las suecas y los guateques, pocas palabras han tenido en Málaga tanto éxito y recorrido. Hasta el punto que dejarla fuera significaría descoyuntar la frase, hablar de una provincia coja en su identidad, radicalmente distinta. El turismo es cadencia de esta tierra, fuente de recursos, historias de fama y de leyenda. También sujeto intercambiable. Incluso, de su otro nombre, la Costa del Sol, que nació emparentado con los primeros golpes de popularidad de la industria. Más que una actividad económica, el sector representa con autoridad y con voz propia los últimos setenta años. Su impronta, sin ir más lejos, define y regula el paisaje, el temperamento cultural y urbanístico. E incluso se deja notar en un entramado social cada vez más enriquecido por las muchas generaciones de visitantes que decidieron dar el salto y convertirse en vecinos. Actualmente, los números son incontestables. El turismo forma parte indisociable de la biografía de Málaga, pero también de su futuro. El sector ha tomado las riendas de la economía. Ya sin rubor e imponiendo sus planes y su estilo al resto de actividades. Y garantizando, de paso, la salida de la crisis.

UMA. La historia de la UMA no se entiende sin Málaga y el impulso decisivo de todos sus ciudadanos. El proceso comienza en 1968 con la creación de la "Asociación de Amigos de la Universidad de Málaga", aunque hasta el 18 de agosto de 1972, mediante decreto, no se aprobó su fundación. Las facultades de Ciencias Económicas y Empresariales y de Medicina serían las primeras. Hoy, la UMA, con José Ángel Narváez como rector, es una de las instituciones con mayor reconocimiento social de la provincia, donde estudian unos 38.000 alumnos y con más de 2.300 profesores. Su catálogo de titulaciones alcanza los 67 grados (cinco de ellos dobles), además de los programas



de doctorado, los másteres y otros posgrados. El presupuesto anual supera los 227 millones de euros, dedicando cada vez más recursos a las becas para evitar que ningún alumno se vea obligado a abandonar su carrera por motivos económicos. Y sobrevive con una deuda de la Junta que aún es de 110 millones.

UNICAJA BANCO. La entidad debuta en Bolsa este 30 de junio con la emisión de 625 millones de nuevas acciones que supondrán el 40,3% de su capital. Unicaja utilizará lo que recaude en la emisión por un lado, a devolver al FROB los 604 millones de euros en ayudas públicas que Ceiss recibió en su momento y también a financiar la compra del 21% que el FROB mantiene en esa entidad, con un valor de 62 millones. El resto de lo que obtenga se destinará a reforzar la posición de capital y para fines corporativos generales. El salto al parque reforzará sin duda el papel del equipo de gestión de la entidad, que ha resistido la época más dura del sector sin haber sido absorbida por un banco más grande y habiendo crecido en dimensión con la compra de Ceiss. Unicaja es, además, la única de las antiguas cajas andaluzas que mantiene su sede en la comunidad. El banco cuenta con 56.000 millones de euros de activos a 31 de marzo de 2017, junto a 1.259 sucursales y más de 3,1 millones de clientes. El 82% de sus oficinas está en sus regiones de origen donde cuenta con im-

portantes cuotas de mercado. En 2016 y en los tres primeros meses de 2017, ha registrado un beneficio neto atribuible a sus accionistas igual a 142,1 millones de euros y 52 millones respectivamente. Tras la salida a Bolsa, la Fundación Bancaria Unicaja seguirá como accionista principal con un peso del 51,7%.

VINO. El vino malagueño, como el café, se puede pedir de muchas formas diferentes y cada uno tiene una peculiaridad, un aroma, un sabor, un color diferente. Cada uno, además, combina con una fiesta, un plato, un momento. Un moscatel, un Pedro Ximénez, un Pale Cream, un pajarete... Cada uno con una procedencia: Axarquía, los Montes, la Serranía... Hay vinos y vinos. Y, cada día, con una mayor calidad y más reconocidos. Tintos de Ronda, premiados internacionalmente. Enólogos y sumillers se incorporan al día a día de toda la provincia. Vino y Málaga. Dos términos cada día más ligados.

WATIOS. Málaga ha impulsado en la última década su producción de energías renovables, aprovechando sus condiciones climatológicas. La potencia en instalaciones renovables en la provincia es de 774,05 megawatts, según datos de la Junta de Andalucía. habiéndose multiplicado por más de cuatro en los últimos diez años. Málaga suma 23 parques eólicos con 569,7 megawatts, por lo que ha multiplicado por diecisiete su potencia eólica en la última década. Los picos de consumo más altos se registran en verano, cuando las altas temperaturas disparan la demanda energética por el uso de aires acondicionados y ventiladores. El verano pasado, en agosto, se llegó a superar los 1.300 megawatts de demanda en un día.

X-LAS INCÓGNITAS. Málaga ha crecido mucho en la última década y cuenta con nuevas infraestructuras, pero sólo han servido para recuperar parte del tiempo perdido. Falta la conexión ferroviaria litoral con Marbella y Estepona, la llegada del Corredor Ferroviario Mediterráneo y Central, culminar la unión con Granada

y mejorar la conexión con el Puerto. Pero la lista de temas pendientes es larga y, a veces, con visos de ser ya histórica. El Guadalmedina, Arraiñal o los Baños del Carmen son puntos negros en la gestión de las administraciones. Eso no quita que la sociedad siga creciendo con dinamismo y con una notable capacidad de emprendimiento. Esa característica sigue siendo el elemento diferenciador.

YACIMIENTOS. Ignorada durante décadas, reserva puntual de románticos y de oportunistas, la arqueología, aún por revitalizar en muchos casos, constituye uno de los principales valores de la provincia. Málaga cuenta con un patrimonio vasto, rico en periodos y con fases que van desde los primeros asentamientos y testimonios de vida a la extinción de Al-Andalus o del mundo clásico. El teatro romano de la capital, los dólmenes de Antequera, reconocidos por la Unesco, o las ruinas de Bobastro forman parte de la larga lista, en la que también sobresalen cuevas rupestres, castillos medievales e, incluso, misterios asociados a tumbas. La reciente inauguración del Museo de Málaga muestra la variedad y profundidad de un legado que, aunque ensombrecido en ocasiones por la falta de interés y la desmemoria del ladrillo, habla en muchas ocasiones de comunidades milenarias. Los antepasados, sin duda, de Málaga, pero también su futuro. Tanto a nivel de conocimiento científico como económico, como atestiguan proyectos como el plan estratégico de Cártama.

ZURRAPA. El refranero popular se relame con fruición cuando llega San Martín y se celebra la matanza del cerdo, histórica fiesta de una España que así demostraba públicamente la limpieza de sangre, sin rastros judaizantes. En los Montes de Málaga sigue reinando el plato de los Montes, con una rotunda presencia del cerdo. También están presentes, tanto en los Montes como en otras sierras de la provincia, otros derivados como la zurrapa de lomo, lomo de cerdo frito con manteca de cerdo y sal, una sabrosa redundancia que suele tomarse en el desayuno, untado en pan o molletes tostados.

MIT School Málaga

"Persiguiendo la excelencia"



Premio Internacionalidad 2013 y 2014
Premio Formación Plurilingüe 2014

**ABIERTO PLAZO
DE MATRÍCULA**



Inf., Prim., Sec., Bach.

Colegio Plurilingüe | www.mitschool.com | 952 02 02 81

La encrucijada de Málaga

Málaga se encuentra ahora en un momento para replantearse el rumbo que está tomando. El final de las grandes inversiones y la crisis económica supuso un parón, pero también la oportunidad para asumir los cambios. Ahora toca avanzar sabiendo las fortalezas y debilidades de la provincia

Miguel Ferrary
MÁLAGA

Málaga ha pasado en las dos últimas décadas por dos procesos muy diferentes. Durante el final del siglo XX y primeros años del XXI ha vivido una expansión sin igual. Grandes infraestructuras se han consolidado, inversiones de muchos tipos se han extendido a lo largo de la provincia y el turismo ha crecido de forma espectacular. Este proceso sufrió un parón a partir de 2007, cuando los primeros síntomas de la gran crisis se empezaron a sentir. Durante los años siguientes la prioridad ha sido reordenar el crecimiento, digerir los cambios y replantear los objetivos tras años de cambios. Estabilizado el panorama económico a medio plazo y sin apenas proyectos nuevos en el horizonte, es momento de hacer balance de las fortalezas y debilidades antes de plantearse nuevos objetivos.

Las infraestructuras, claves en una provincia muy dinámica

► Málaga ha dado cinco grandes saltos cualitativos en los últimos años en el sector de las infraestructuras. Dos tienen alcance internacional, como han sido la ampliación del aeropuerto de Málaga y del Puerto. El primero prepara a Málaga para futuros crecimiento, logrando superar ya los 16 millones de pasajeros, y sienta las bases para acoger vuelos intercontinentales. En el caso del Puerto, ha habido una exitosa apuesta por los cruceros y una reconversión doble en el tráfico de mercancías, que está en pleno proceso de consolidación apoyándose en los graneles y dejando los contenedores en un segundo plano. Este cambio, obligado por la competencia de Tánger en el tráfico de contenedores, puede traer un valor añadido a la empresa malagueña, que se encuentra ahora con una oportunidad para acercar sus importaciones y exportaciones, ahorrando costes.

Pero esto son sólo dos saltos. Habría



que recordar otros dos saltos en el ámbito nacional y otro en el local.

En el ámbito nacional la revolución ha venido por el transporte por tierra. El AVE ha conectado a Málaga con la Alta Velocidad, que ya llega a Madrid, Barcelona, Valencia, Zaragoza y, a me-

dio plazo, con Galicia. Eso sin contar la vertebración con Sevilla y Córdoba, ya conectadas, y Granada a medio plazo. A esto se le suma el transporte por carretera, donde la hiperronda y la autopista de Las Pedrizas han mejorado la competitividad. Por último, queda un salto de calidad a nivel local con el metro, que están todavía por culminar y que, una vez que se completen los tramos previstos, se podrá apreciar la verdadera dimensión de la revolución que supondrá en la movilidad. Siempre que el Ayuntamiento de Málaga y la Consejería de Fomento logren un consenso que les permita trabajar juntos por primera vez en este proyecto, ejemplo del enfrentamiento institucional.

Estos cambios, sin embargo, no esconden carencias históricas, como el de una red de Cercanías insuficiente. Tanto la línea a Álora como a Fuengirola padecen graves problemas de servicio, ade-

la provincia, dando servicio a la red de tren convencional para mercancías y potenciando las conexiones ferroviarias en alta velocidad con el resto de España y Europa. Estas apuestas permitirían articular la provincia y mejorar sus conexiones, descongestionando las carreteras.

Cultura y museos, una apuesta de éxito con sus incógnitas

► La capital ha despegado turística-mente con un modelo de turismo urbano basado en la oferta cultural y museística, un Centro cuidado, una restauración variada y museos de gran calidad. Sin embargo, todo el andamiaje se apoya en bases poco sólidas. El contrato con el Pompidou es sobre cinco años asegurados, que acaban en 2020, con una notable incertidumbre sobre su continuidad. Pasa algo parecido con el Museo Ruso, cuya cesión tiene fecha de caducidad, aunque en su caso parece que hay un compromiso mayor. Ade-

más, los altos costes de mantenimiento suponen una importante losa económica sobre la ciudad que apenas ha sido aliviada con los patrocinios. Luego está el papel del CAC, el más caro de la ciudad y con resultados irregulares.

Al menos, la programación del Cervantes y el Festival de Cine parece que están encontrando una senda coherente en su programación. Sin embargo, sigue habiendo carencias que no se terminan de resolver. El fomento a la cultura local sigue una política errática, apenas disimuladas con proyectos locales fallidos como el Astoria o el centro de





creación que se planteó en la antigua Cárcel Provincial. Además, como suele ser habitual en mucha de la programación cultural y de ocio del Ayuntamiento, existe una alta concentración de actos en el Centro, que corre el riesgo de colapsarse, lo que obliga a repensar un mejor reparto entre los barrios de la ciudad, integrando mejor a los ciudadanos en la actividad cultural de la ciudad y dando participación a más gente.

Por otro lado, parece que ya se ha abandonado la idea del auditorio de música, así como los festivales de con-

ciertos con cierto peso.

En la provincia, existe una buena salud musical en la Costa del Sol, al calor del verano y aprovechando las infraestructuras realizadas durante los años previos, algunas veces muy costosas. Todavía está por aprovechar mejor turísticamente los Dólmenes, mejorar la oferta de servicios del Caminito del Rey y completar la gran senda litoral y empezar a plantear otra interior, que podría unir puntos de interés cultural y patrimonial. Por otra parte, la apuesta de muchos pueblos por eventos culturales

propios y diferentes, está creando una red de eventos de interés turístico y cultural de trascendencia incluso por encima de la provincial.

Calidad de vida, una asignatura que hay que mejorar

► En la provincia se vive bien. Es innegable, sin embargo hay aspectos que pa-

recen difíciles de abordar y que tienen una alta incidencia en la calidad de vida de los vecinos. El ruido es quizá el elemento más importante que merma la calidad de vida en muchos barrios. La extensión y concentración de los establecimientos de hostelería, la apuesta por el turismo masivo en muchos municipios y la falta de conciencia ciudadana ocasionan problemas graves. La solución definitiva dista de estar cerca, ya que el peso del segmento hostelero y sus empleos es importante.

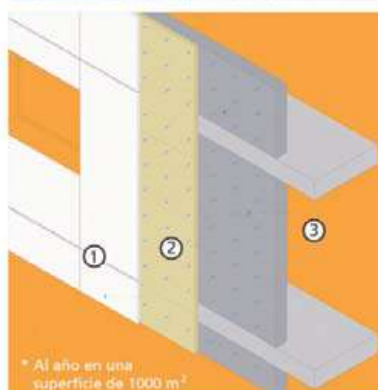
La falta de variedad del comercio lo-

¿Un edificio que elimina la polución de 30* coches?

Con i.active, es posible.

Foto: by: Liana Mericio

Sede central de Vodafone, Milán (Italia).



Solución de hormigón visto

1. Hoja exterior de hormigón i.active
2. Aislamiento térmico
3. Hoja interior estructural

i.active, cementos y hormigones fotocatalíticos.

La familia de productos i.active incluye el principio fotocatalítico TX Active que les proporciona propiedades:

Descontaminantes:

Reduce la contaminación del entorno.

Autolimpiantes:

Evita la acumulación de suciedad en las superficies.

Estéticas:

Acabado y apariencia estética perfecta y duradera en el tiempo.



i.active
TX ACTIVE

cal también empeora la calidad de vida, ya que el consumidor reduce sus opciones de compra, gran parte de los ingresos terminan fuera de Málaga y se rompe la oferta diferenciadora del comercio, mermando la calidad como destino turístico.

La brecha social creciente empieza a ser una losa muy pesada en la provincia. Las altas tasas de paro y la precariedad laboral que no termina de resolverse en una provincia muy dependiente del turismo condicionan el crecimiento de la provincia a medio plazo. Las desigualdades no son una buena noticia para la economía, que depende del consumo interno en gran parte y los bajos sueldos no ayudan a recuperar el territorio perdido.

Málaga está de moda, con lo que supone de bueno y de malo

► Málaga suena en muchos foros, en Europa, EEUU y España. El cambio radical que ha dado la ciudad la ha convertido en una joya para el turismo, en referente en economía innovadora y en motor de una provincia ya de por sí dinámica.

Sin embargo, ese estar de moda tam-

bién incluye aspectos no tan positivos, como las quejas de una creciente saturación del Centro, que en el caso de Málaga es pequeño y eso agrava la sensación. El crecimiento del sector hostelero ha llenado de mesas y sillas las calles, mientras que el comercio local ha sido desplazado por las franquicias y los restaurantes, quedándose en calles secundarias o simplemente, cerrando. El Ayuntamiento de Málaga está ultimando una ordenanza que busca poner orden en ese sector, donde vecinos y hosteleros tienen una actitud enfrentada.

Otra de las grandes carencias de Málaga es su planta hotelera, que se ha quedado corta para atender la demanda creciente de turistas, pese a que se han construido e inaugurado numerosos hoteles en la última década. El hotel del Puerto es la apuesta de las administraciones por resolver esta carencia, aunque no queda claro su futuro por la fuerte contestación social que ha generado entre determinados colectivos al entender que el impacto visual del proyecto es muy importante

Recuperar el viejo esplendor turístico sin caer en la masificación



► La provincia marca cifras récord en turistas y visitantes, aunque empiezan a escucharse las primeras voces de alerta. No hay que perder la calidad de la oferta y de la demanda. La saturación es un riesgo que se corre y la afluencia de un turismo cuestionable, fuente de problemas, pone en riesgo el destino de la Costa del Sol. Queda por trabajar un largo camino para conseguir un equilibrio entre un turismo amplio y numeroso con la calidad debida es complicado, pero

hay que empezar a trabajar por la regulación de los apartamentos turísticos, mejorar la planta hotelera, aumentar la calidad de los servicios (recuperar el CIO Mijas y que La Cónsula sea lo que fue son pasos importantes) y mejorar las conexiones con nuevos mercados de gran capacidad de gasto, como el asiático, se antojan prioritarios, aunque no los únicos pasos a dar. No estaría de más abordar un nuevo modelo urbanístico más sostenible.

MADRID
BARCELONA
VALENCIA
SEVILLA
ZARAGOZA
MÁLAGA
GALICIA
PAMPLONA
BILBAO
GRANADA
CURITIBA
BRUSQUE

DEVELOPING TOMORROW'S BUSINESS LEADERS

EMPRESA MARKETING ECONOMÍA DIGITAL

MASTER
POSTGRADO

30+ YEARS TRAINING

MBAS
BUSINESS & MARKETING SCHOOL **ESIC**

EXECUTIVE
MBA
IMPARTIDO EN ESPAÑOL

♦ **+30** AÑOS

★ **218** EDICIONES

👤 **+4.500** ALUMNOS

🎓 PROFESORES PROFESIONALES DE ÁMBITO NACIONAL E INTERNACIONAL

🌐 **12** CAMPUS ESPAÑA **2** CAMPUS BRASIL

✈️ POSIBILIDAD DE COMPLETAR TU MBA EN EL EXTRANJERO

ESIC MÁLAGA
C/ Severo Ochoa, 49
Parque Tecnológico de Andalucía
info.malaga@esic.edu
952 02 03 69

www.esic.edu/malaga



plan de
desarrollo
profesional

IMPULSA

www.esicimpulsa.com

PARA MATRÍCULAS REALIZADAS ANTES DEL 30 DE JUNIO



ESIC

BUSINESS & MARKETING SCHOOL

Impulsamos tus desafíos.

HIDRALIA

Referente en eficiencia

Hidralia ha ahorrado en los últimos cuatro años más de 17 millones de metros cúbicos de agua

Una cifra que supone el consumo medio de una ciudad de más de 373.000 habitantes



L. O. MÁLAGA

■ Hidralia, empresa referente en la gestión del ciclo integral del agua en Andalucía, mantiene como principal pilar vertebrador de su trabajo el cuidado del agua, su protección y ahorro. Más aún si cabe en la Costa del Sol malagueña, sometida cíclicamente a periodos de sequía.

En los últimos cuatro años, Hidralia ha conseguido ahorrar más de 17 millones de metros cúbicos de agua, lo que supone el consumo medio de una ciudad de más 373.000 habitantes. Es decir, más que el consumo de todos los habitantes de una ciudad como Bilbao e incluso más que los de toda la provincia de Burgos.

La eficiencia en las redes de distribución es fundamental para conseguir este objetivo. Todos los años Hidralia lleva a cabo planes de reducción de las pérdidas y fugas en sus redes aplicando las mejores prácticas y tecnologías disponibles como la sectorización de la red y su monitorización a través del telecontrol, entre otros programas.

Pero Hidralia va más allá y trabaja para conseguir ahorrar este preciado consumo desde su captación en origen, eliminando la fuerte presión a la que están sometidas las tradicionales fuentes de abastecimiento, principalmente las subterráneas. En este sentido, destaca la prueba de técnicas avanzadas para la recuperación de captaciones, como el uso de CO₂ líquido en Marbella y Manilva.



Al cuidado del agua

En Hidralia nos preocupamos por el medioambiente y por nuestros clientes.

Nuestro compromiso es ofrecer un servicio excelente y gestionar todos los procesos del ciclo integral del agua garantizando un uso sostenible.

Al cuidado de ti

www.hidralia-sa.es



Málaga, en primera línea



TRIBUNA
Francisco de la Torre

ALCALDE DE MÁLAGA

La ciudad de Málaga encara la apuesta por el presente y el diseño de su futuro sobre las bases de un Plan Estratégico consensuado que se ha redefinido para trabajar por una Estrategia Integrada de Desarrollo Sostenible Málaga 2020.

Los **cuatro pilares básicos de esta nueva estrategia son**: la **innovación** para conformar una ciudad inteligente e investigadora; la **cultura** base de la educación, la creatividad y la atracción de talento; la **integración** con el objetivo de llegar barrio a barrio, con visión metropolitana y buena gobernanza; y finalmente, la **sostenibilidad** para afianzar a nuestra urbe como puerta de Europa y ejemplo a seguir en el Mediterráneo.

La intensa labor que desde el Ayuntamiento venimos desarrollando desde hace años en este sentido, ha generado una importante transformación de la ciudad que es vista con admiración e interés desde distintas instituciones nacionales e internacionales, y es percibida por la ciudadanía y por visitantes con autoestima y satisfacción.

Desde ese punto de vista, nos estimulan los índices como el IESE Cities in Motion (ICIM) que **nos sitúa en el puesto cincuenta y uno de un total de 180 ciudades del mundo analizadas**. En este índice anual hemos mejorado nuestra posición respecto a años anteriores y somos la tercera ciudad española mejor situada en este ranking que mide la inteligencia y la sostenibilidad, tras Madrid y Barcelona.

Sin duda alguna, el camino que hemos recorrido es correcto y sus frutos se pueden percibir en la economía de la ciudad

y la de su entorno metropolitano, en la economía de las familias y de las empresas. Todo eso ha servido **para dotar a la ciudad de una proyección internacional que jamás tuvo** -el informe del IESE antes mencionado así lo subraya-, para consolidarla como gran destino turístico y cultural, como destino para invertir y para vivir, como destino tecnológico y de innovación desde donde se puede producir para el resto del mundo en unas condiciones muy competitivas, y en un entorno incomparable y conectado con los principales destinos del planeta.

La perspectiva del futuro cercano no nos debe permitir, en todo caso, caer en la complacencia por la bondad del momento, porque es mucho lo que nos queda por hacer, por mejorar, por ayudar a equilibrar las economías familiares, por enderezar la construcción de un modelo económico sostenible y respetuoso con el medio ambiente y con las personas.

Por otra parte, **Málaga sigue teniendo el gran reto de ser reconocida en su justo término**. Una ciudad que, a pesar de no ser capital autonómica, supera en ambición y dinamismo a otras que sí lo son. Una ciudad que quiere ser la primera de España en innovación y modernidad.

Nuestra acción de gobierno tiene su fiel reflejo en los presupuestos municipales en vigor para este año 2017. Un presupuesto que alcanza la cifra de 749 millones de euros con una subida del 9,5% en las inversiones respecto al año pasado. **El primer eje de nuestro presupuesto se concreta en la preocupación por las personas**.

Nuestro gasto social se eleva a 82,7 millones de euros, y contempla un plan de

emergencia social, un plan de lucha contra la pobreza infantil y un plan contra la pobreza energética. Incrementamos las ayudas a las mujeres víctimas de violencia de género y a hijos e hijas, ayudamos a la creación de un centro especializado para la prevención de Alzheimer y demencia, destinamos recursos a la eliminación de barreras arquitectónicas y programas de ocio accesibles, al fomento del bus y el taxi adaptados, a la ayuda a domicilio para mayores y dependientes, aumentamos las partidas de los presupuestos participativos que este año llegarán a más de once millones de euros, crearemos un centro de apoyo y asesoramiento a la población refugiada, y hemos puesto en marcha una red de 12 economatos en los barrios.

Además, **nuestra política de creación de vivienda pública sigue siendo ejemplar en Andalucía y en España**, atendiendo una demanda que debería ser escuchada por la administración autonómica, que cuenta con las competencias y la financiación transferidas por el Estado. Nosotros, este año, iniciamos o continuamos con la construcción de un total de 500 viviendas de protección oficial.

En todo caso, el presupuesto municipal para el presente ejercicio sigue como criterios generales: el mantenimiento del empleo público directo en el Ayuntamiento, sus organismos autónomos y empresas municipales, fundaciones y consorcios; el mantenimiento de la cali-

dad de los servicios públicos; el mantenimiento del plazo medio de pago a proveedores en 23 días desde la entrega de factura y con una media anual de más de siete mil proveedores; la máxima austeridad a la hora de presupuestar el gasto corriente en coherencia con la política desarrollada en años anteriores; la prioridad -como he explicado-, en las políticas sociales y la generación de empleo; y el aumento de la inversión, por cuarto año consecutivo, ascendiendo a 61,5 millones de euros -cifra que se amplía hasta las 68 con las partidas destinadas para planes de conservación de barriadas, polígonos y actuaciones en distritos-, para impulsar la ciudad en todos los sentidos.

La ciudad inició este año con la apertura del Museo de Málaga en la que el Ayuntamiento ha contribuido de manera muy especial preparando el mejor entorno para el museo más esperado, con inversiones en medio ambiente, peatonalización, recuperación urbana y equipamientos culturales con una inversión de cerca de treinta millones de euros. Además, fuimos la ciudad elegida para la celebración de la XXV Cumbre hispano francesa.

Málaga acoge en estos días los XXI Juegos Mundiales de Deportistas Trasplantados y se convierte así en protagonista de excepción de este gran acontecimiento que cumple con el principal objetivo de acercar activamente a muchas personas a la cultura de la donación, promoviendo además la necesidad de incorporar a nuestras vidas más y mejores hábitos saludables y el ejercicio o práctica de algún deporte.

Finalmente, en octubre de este año la ciudad se anfitriona de la XIX edición del Foro España-Japón. Como alcalde me satisface la oportunidad que tendrá Málaga de demostrar a las principales empresas públicas y privadas niponas que somos una tierra con grandes cualidades para ser receptora de inversiones que generen riqueza y empleo en nuestra tierra.

Trabajar por todo ello es hacerlo por las mujeres y hombres de Málaga, por los mayores, por los niños, por todos... Y es un objetivo por el que merece la pena luchar y poner todo el esfuerzo.

Málaga sigue teniendo el gran reto de ser reconocida en su justo término. Una ciudad que, a pesar de no ser capital autonómica, supera en ambición y dinamismo a otras que sí lo son



{ Queremos abogados de valor.

Campaña a favor de la remuneración digna del abogado. Ni más, ni menos.

Como abogado, me comprometo a ser un abogado de valor. Con total profesionalidad y entrega.

Porque mi trabajo tiene valor, debo pedir un pago justo; sin regalar ni devaluar mi esfuerzo.



MÁLAGA Y LA UNIVERSIDAD JUNTAS POR EL FUTURO



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



Buenos vientos



TRIBUNA

Juan Carlos Robles Díaz

DECANO DEL COLEGIO DE ECONOMISTAS DE MÁLAGA

A estas alturas de la película nadie duda que la ansiada recuperación es un hecho. De hecho, Málaga se ha configurado como el indiscutible motor de la recuperación en Andalucía.

No en vano, una de cada tres empresas que se constituyen en Andalucía, lo hace en Málaga, **el número de afiliados a la Seguridad Social crece a un ritmo de 30.000 personas al año** y los sectores característicos de nuestro modelo productivo provincial están funcionando correctamente. En el caso del turismo no tenemos sorpresa. Ha demostrado su profesionalidad y capacidad casi camaleónica para adaptarse a las circunstancias y ha marcado récords anuales incluso en los momentos más severos de la crisis.

Pero nuestro otro sector productivo característico, el inmobiliario, que sí que permaneció aletargado desde el colapso inicial de 2008, sin embargo empieza a dar muestras de una clara mejoría. Las cifras son más que prometedoras. **La venta de viviendas crece a un ritmo del 11% anual** y los nuevos proyectos lo hacen a un ritmo del 35% (proyectos visados por el Colegio de Arquitectos de Málaga). Si comparamos la tasa de paro específico del sector, ha caído en nada más y nada menos que en 22 puntos (del 40,6% en 1T-2012 al 18,6% en 1T-2017). Este clarísimo repunte está tensionando el precio de la vivienda que crece a ritmos del 4%, en lo que podría ser los últimos coletazos al ajuste de precio y que, de seguir subiendo al mismo ritmo podría significar un calentamiento

del sector y las primeras «pompitas» de la próxima burbuja. Habrá que estar atento a este punto en los próximos trimestres.

En el marco nacional e internacional, el crecimiento de nuestro país en el primer trimestre de este año ha sido del 0,8%, insuflado por un mayor impulso de la demanda interna y de la exterior (crecen las exportaciones a un ritmo fuerte del 4% inter-trimestral) a partes iguales. Este crecimiento del sector exterior no se basa ahora solo en turismo, sino también en bienes y servicios por la recuperación de la economía mundial y europea. Se observa en el consumo privado ciertos síntomas de desaceleración, algo que está siendo compensado por el repunte de la inversión. En concreto, aquella destinada a construcción crece, especialmente en nuestra provincia.

El entorno, efectivamente, comienza a favorecerlos, **la eurozona por fin despierta del letargo**: su crecimiento ha sido actualizado al alza por la Comisión Europea hasta el 1,7% para este año y el 1,85 para el que viene. Es un nuevo viento de cola. La propia economía alemana acelera su crecimiento en el primer trimestre hasta el 0,6%, dos décimas por encima del trimestre anterior. Ascendiendo el crecimiento a 12 meses al 1,7%.

Con este panorama, estaríamos hablando de una recuperación característica a partir de los patrones económicos previamente implantados. Por tanto, ahora el foco de atención de las administraciones es (o debería ser) la forma en la que dotamos al tejido pro-



El crecimiento económico de Málaga es más ordenado y más balanceado que el que tuvo tras la recuperación de la última crisis, lo que nos hace ser optimistas

ductivo de las herramientas para un crecimiento ordenado y sostenible.

Pues bien, la buena noticia es que Málaga está experimentando un crecimiento notable en sectores que no son los que tradicionalmente han empujado nuestra economía. Así **el sector agropecuario está dando muestras de una solvencia más que notable**. Su reestructuración ha repercutido en su eficiencia y competitividad que, acompañada por su visión y capacidad de potenciar su sector exterior ha propiciado que su crecimiento haya sido exponencial, colaborando a que

hoy **nuestras exportaciones totales presenten un crecimiento en cifras del 35% interanuales**. Como dato significativo, el sector del aguacate y mango de nuestra costa tropical empatan ya en cifras al sector olivarero.

También la venta de bienes de equipo muestra señales claras de crecimiento o **el sector de la automoción con crecimiento del 11% interanual en matriculaciones**.

Es decir, el crecimiento económico de Málaga es más ordenado y más balanceado que el que tuvo tras la recuperación de la última crisis, lo que nos hace ser optimistas.

Por tanto, como decíamos, debemos centrar el tiro en otras cuestiones que garanticen este crecimiento ordenado y que permita tener una estructura capaz de soportar con más garantías el próximo ciclo de crisis (que nadie tenga la más mínima duda que vendrá).

A nuestro juicio, uno de los males endémicos de la economía española, especialmente acuciante en el sur. El tamaño de las empresas. En Andalucía, **el 95% están catalogadas como microempresas**. Más de la mitad no tienen asalariados. Solo 4 de cada 100 superan los 10 empleados. Las medianas y grandes empresas, solo suponen el 2% de las empresas andaluzas aunque representan más del 50% del empleo asalariado. Tenemos una excesiva atomización empresarial que hace que nuestra densidad empresarial sea, por esta razón, superior a la media española (68,7 por mil frente al 68 por mil nacional). Es decir, muchas empresas demasiado pequeñas que no permiten establecer economías de escala y que son más vulnerables a los envites de ciclos económicos desfavorables.

En resumen, en Málaga nos encontramos en un momento de recuperación sin marcha atrás, con buenas perspectivas y con una reconstrucción del tejido productivo más ordenada y adecuada a las necesidades del crecimiento en nuestra provincia. Soplan buenos vientos.



Especialistas en Tasaciones,
Colecciones y Herencias

¡VISITA NUESTRA
NUEVA WEB!

www.numismaticadiaz.com

Compra Venta de monedas, sellos, billetes y postales

Compra venta de Oro y Plata



Posibilidad de desplazamiento,
consulta tasaciones gratis

Dirección:
Calle Don Juan Díaz, 4
MÁLAGA (España) 29015

Teléfonos: 952 228 848
684 138 273

E-mail: info@numismaticadiaz.com



Creceer. Juntos.

En Cajamar sabemos que el futuro se construye día a día.
Con trabajo... mucho trabajo. Con visión.

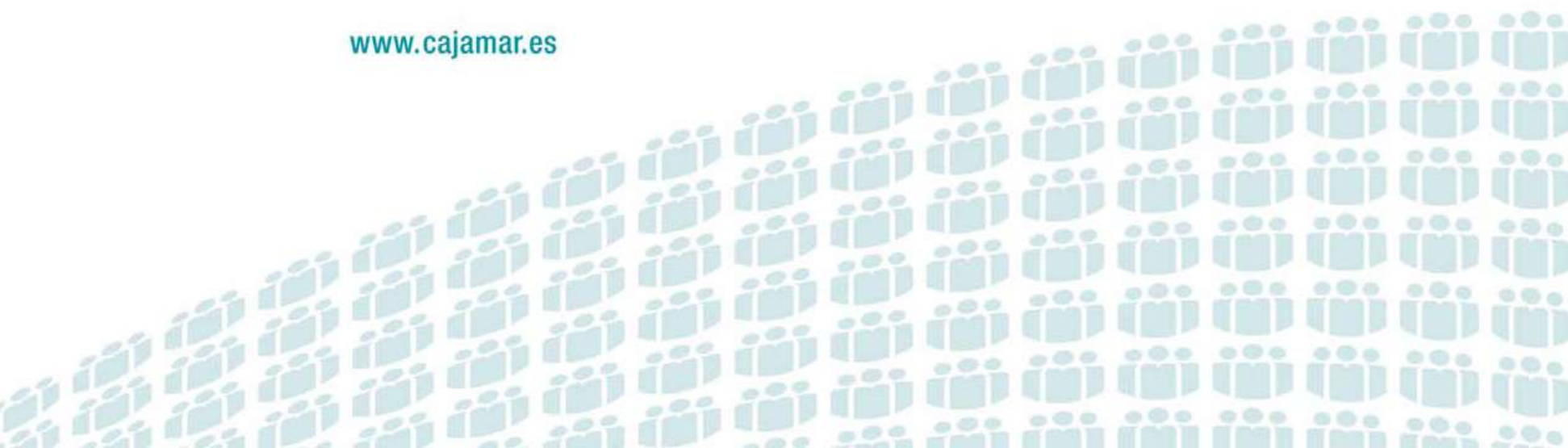
Con el ánimo de crecer. Todos. De Creceer. Juntos.

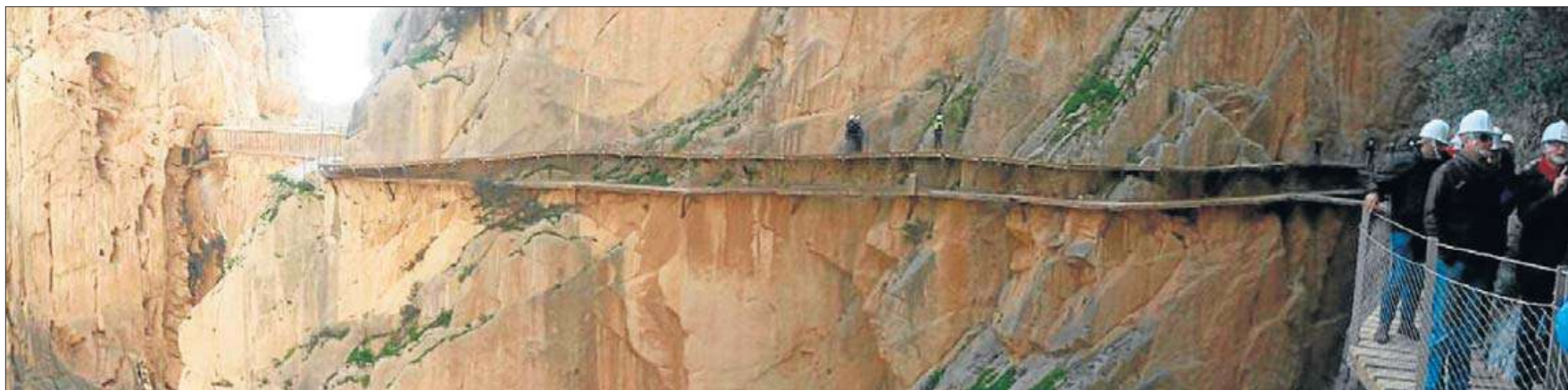
Con una banca cooperativa que trabaja por las personas,
los negocios, la cultura, la tecnología
y el desarrollo de nuestra tierra y de nuestra gente de Málaga.



cajamar

www.cajamar.es





Málaga, un referente turístico, económico, cultural y tecnológico



TRIBUNA

Elías Bendodo

Presidente de la Diputación de Málaga

Málaga, con la Costa del Sol a la cabeza, ha sido uno de los vértices del desarrollo turístico de España. Eso nos ha consolidado como un destino experto, maduro y seguro, garantía de éxito y de calidad, que nos ha proyectado a nivel nacional e internacional, gracias además a la notable mejora de nuestras infraestructuras y a nuestra red de comunicaciones.

Y, en los últimos años, nuestra imagen exterior ha experimentado también un gran impulso, que sigue al alza, gracias a iniciativas de las administraciones públicas y a la apuesta del sector privado, con el que se ha incrementado la colaboración, lo que **nos mantiene como el motor económico de Andalucía**.

Todo esto nos convierte en un referente no solo turístico, sino también cultural, económico y tecnológico, que ha saltado las fronteras de nuestra comunidad autónoma y de nuestro país.

Por ello, no cabe duda de que hoy podemos decir, sin complejos y sin una actitud timorata, sino con orgullo y satisfacción, y a la vez, con humildad, que Málaga constituye toda una marca, un sello de calidad y de excelencia, que se refleja en nuestro día a día. Y puede afirmarse con rotundidad que estamos inmersos en nuestra edad de oro.

Desde la Diputación de Málaga, siempre hemos creído en nuestras fortalezas y oportunidades, y por ello nuestros esfuerzos se han dirigido a

mejorar la vertebración de todo el territorio y a poner en marcha proyectos e iniciativas que han redundado en el desarrollo de toda la provincia en diferentes ámbitos. La recuperación del Caminito del Rey, la Gran Senda de Málaga, la Senda Litoral, la marca 'Sabor a Málaga' y el centro de innovación social La Noria son algunos ejemplos.

Tanto la capital como los municipios costeros y nuestras localidades del interior han sabido sacar a la luz todas sus potencialidades en los últimos años. Y esto nos ha hecho enormemente atractivos, colocándonos como una provincia con una variedad y una heterogeneidad únicas en España.

Hemos superado nuestro tradicional corsé de sol y playa, de destino de mero relax, proponiendo ahora una oferta atractiva, dinámica y abierta a una amplia gama de segmentos turísticos. Y, en este apartado, nuestra gran oferta museística -tanto en la capital, como en Antequera o Vélez-Málaga- y la puesta en valor de la gran riqueza patrimonial que atesora toda la provincia nos ha catapultado a los primeros puestos del ranking cultural del país.

Pero es que, además, hemos sabido aunar los ingredientes para hacer de la provincia de Málaga un punto de máximo interés para vivir y para invertir. Porque Málaga ha sabido posicionarse adecuadamente en los nuevos retos y desafíos del futuro, que pasan

Málaga constituye toda una marca, un sello de calidad y de excelencia, que se refleja en nuestro día a día. Y puede afirmarse con rotundidad que estamos inmersos en nuestra edad de oro

por el emprendimiento y la innovación, por el desarrollo de las nuevas tecnologías.

Estamos a la cabeza a nivel nacional en materia de I+D+i a nivel nacional gracias, en buena medida, a la consolidación del Parque Tecnológico de Andalucía y a la dinámica de innovación de la Universidad de Málaga, lo que ha hecho despuntar sectores como las infraestructuras, el agua y la energía.

Además, la reciente puesta en marcha del Polo de Contenidos Digitales nos ha proyectado como pioneros en un espacio digital único para el emprendimiento, la innovación creativa y la formación avanzada.

Son argumentos irrefutables y contundentes del magnífico horizonte que se nos abre y de la fuerza de Málaga, entendida como **una gran metrópolis que se extiende desde Manilva hasta Nerja y como el gran eje urbano del Mediterráneo**.



CURSO CAMARERO/A

290 horas
Prácticas en empresas
Personas inmigrantes

Inicio 3 julio 2017
Horario: 9-14 h.
de lunes a viernes

INSCRIPCIONES
Málaga 952649963
Fuengirola 952472288

INSCRIPCIONES:

FOREM-a (horario de mañana)
C/ Madre de Diós, 14 y C/ Virgen de Belén, 3

Grabación y tratamiento de datos
Operaciones auxiliares de servicios administrativos
Gestión contable y auditoría financiera
Gestión de llamadas de teleasistencia
Sistemas microinformáticos
Tráfico de viajeros por carretera
Gestión ambiental

Gestión de residuos urbanos e industriales
Confección y publicación de página web
Atención sanitaria personas dependientes
Actividades de gestión administrativa
Venta de productos y servicios turísticos
Promoción turística local





El futuro será mejor si abrimos nuestra energía.

Cada día sentimos la necesidad de abrirnos y relacionarnos con los demás. Esto es lo que nos permite avanzar. Por eso, hemos cambiado nuestra forma de hacer las cosas, basándonos en la innovación y el intercambio, las ideas y el progreso. Bienvenidos a una era donde, **si todos abrimos nuestra energía, podremos crear un futuro mejor.**

marca Málaga



La provincia llega a la hora final de la crisis en mitad de una nueva revolución turística y con una imagen reconocida y ampliamente renovada. El auge de los museos, los cruceros o el golf forman parte de un milagro más que trabajado

L. Martín
MÁLAGA



Vuelve a acaparar portadas. Artículos entusiastas, vídeos en plataformas, conexiones de la tele. A veces bajo el nervio de un reclamo general que va mutando en función del público y que puede ser la Costa del Sol, Málaga o, incluso, Marbella. Pero que siempre tiene el denominador común de una imagen que dista enormemente del tópico imperante hace poco más de una década. La provincia, pese a la conmoción de la crisis, ha sabido reinventarse; y su marca, deliberadamente estilizada, al igual

los datos, que habla de una sociedad en crecimiento, con una economía más variada, que brilla con luz propia en su contexto.

El cartel del *Spain is different*, con toda su estela decadente, ha conseguido al fin un anclaje positivo. Y, además, con una interpretación de la singularidad que en Málaga se resuelve sin complejos, con la autoestima renovada. Lo dicen las cifras, que aluden a un PIB asentado sobre una noción del turismo-

destino de moda, que va a más. Y que ha sabido detener a tiempo el estancamiento y la devaluación que se avecinaba a finales de los ochenta. **Ahora, la Costa del Sol, y con ella el conjunto de la provincia, cuenta con nuevos argumentos.** En muchos casos, con amplio margen de exploración, como ocurre con la tecnología y la industria agroalimentaria.

Las asociaciones han cambiado. Gracias, esta vez, a una suma menos concentrada, en comunión con una nueva generación de profesionales. En apenas quince años, la provincia ha sabido rodearse de recursos que prácticamente eran inexistentes en los últimos días del siglo pasado. Entre ellos, la ciudad de Málaga, con su metamorfosis y su constelación de museos, pero también los cru-

narios de pasajeros que pasaron el pasado año por el aeropuerto dan forma sólida a las esperanzas alentadas en todo este tiempo. Que ya son una realidad, como dan buena cuenta la estadística del INE y los índices internacionales. A pesar de sus fuertes contradicciones, de las amenazas y la tasa de paro, la provincia acelera y fortalece un campo bastante pródigo en cuanto a la irrupción de nuevas oportunidades. La carta del futuro parece asegurada. Y el reflejo llega ya a indicadores tan inapelables como el demográfico. Al contrario que el resto de provincias andaluzas, Málaga sigue ganando población. Con una reputación además que se ve ratificada por la atención que le brindan estudios como el Eurobarómetro de la Comisión Europea, que sitúa a **la capital entre las diez ciudades con mayor calidad de vida del continente.**

Después de un pasado marcado por un desarrollo a trompicones, casi a rebufa de los repliegues y los ciclos vertiginosos del turismo, la provincia ha logrado revestirse de una capa de modernidad que es mucho más que un simple elemento decorativo. Málaga sigue contando con el sol, con su clima y su frescura, pero el cambio de ciclo y de imagen viene por otros frentes, alentado por la madurez de sus infraestructuras (entre las que destacan el AVE o el aeropuerto) y la efervescencia de los nuevos sectores empresariales. En un siglo dominado por la necesidad de confianza y los llamados valores intangibles, la Costa del Sol ha conseguido lo más difícil y lo que más cuesta mantener de manera estable: cambiar su imagen, su sentido. Y lograr que eso cale en todos los foros profesionales. Nada, por supuesto, que sea fruto de la casualidad. Y que con el bagaje de los últimos cincuenta años debería servir de estímulo para no incurrir en errores del pasado y conservar el itinerario de progreso, apostando por la diversidad, sin dejarse guiar por tentaciones y atajos. La parte más compleja ya ha sido insinuada.



que todas, tiene ya otro rumbo. De la estampa monocroma del sol y del pescaito, se ha pasado a una definición casi líquida, dinámica. Una proyección, justificada con

mo moderna y menos encorsetada, con capacidad para transformar el resto de sectores. Málaga es, sin duda, un

ros, la gastronomía, los congresos, el golf, rutas naturales como la de Caminito del Rey. Un ejercicio de reivindicación que ha permitido rotular el nombre de la provincia en mapas poco trabajados hasta este momento, como el de la inversión extranjera y la instalación de empresas. La economía malagueña, tanto en posibilidades como en ingresos, va poco a poco distanciándose de su entorno. La prueba más elocuente está en el turismo, que vive un periodo de ensueño, con nuevas líneas de negocio y unos recuentos de récord. Los 15 millo-

SEIS características de identidad

1 UNA PROVINCIA COSMOPOLITA

• La larga experiencia como destino turístico y la pujanza económica han convertido a Málaga en una provincia multicultural, de gran riqueza en su tejido social y cosmopolita. Ciudades como Marbella, con más de 140 nacionalidades distintas, reflejan cada día un fenómeno, el de la diversidad, que poco a poco se ha ido convirtiendo en el santo y seña de la identidad de la provincia. Con penetración, incluso, en los municipios del interior, donde no sólo destaca la llegada de inmigrantes, sino también la existencia de colonias consolidadas. La más numerosa, la británica, aunque con comunidades permanentes como la de los alemanes en Torrox o los finlandeses en Fuengirola.



3 CALIDAD DE VIDA

• La calidad de vida de Málaga, últimamente ponderada por varios estudios, se apoya en una indudable ventaja: la generosidad del clima, casi sin paralelo en comparación con el resto de Europa. Con una temperatura media cercana a los 18 grados y más de 2.800 horas del sol al año, la provincia se yergue en un auténtico paraíso para los habitantes procedentes de países menos templados. Así lo reconoce, por ejemplo, el Eurobarómetro de la Comisión Europea, que incluye a la capital entre las ciudades en la que mejor se vive del continente. A la admiración contribuye también la diversidad ambiental y las comunicaciones, que permiten acceder con comodidad a propuestas diferentes.



5 MÁLAGA ES SOLIDARIA

• La labor de Pablo Ráez, auténtico referente en la lucha contra la leucemia, no representa un caso aislado. La solidaridad y el asociacionismo forman parte por derecho propio de la cultura social de Málaga, donde existen más de 15.000 personas que colaboran a diario con organizaciones humanitarias. El volumen de las donaciones y el compromiso con entidades dedicadas a ayudar a los más desfavorecidos acredita el espíritu de la provincia, que ha sido sometido en los últimos años a una auditoría implacable: la respuesta a los estragos causados por la crisis. El comportamiento, en este sentido, ha sido ejemplar, con la aparición, incluso, de nuevas agrupaciones dedicadas al reparto de alimentos y a brindar apoyo directo a las personas más golpeadas.



2 DINÁMICA Y EMPRENDEDORA

• La capacidad de reactivación de la provincia se observa también en la frecuencia y vivacidad de sus proyectos empresariales. La estadística, en esta ocasión, sirve como discurso irrefutable: Málaga sigue liderando en Andalucía la cifra de creación de empresas, con una media de 16 nuevos negocios al día, lo que habla muy a las claras del dinamismo de su tejido social. Además, se ha reducido el nivel de mortalidad durante los primeros meses. A la iniciativa local se suma asimismo el número creciente de compañías, algunas de gran predicamento en el mercado, que han puesto sus ojos en la Costa del Sol, cada vez más del gusto de multinacionales e inversores. Y, además, en un abanico de sectores que no se limita en exclusiva a la hostelería y el turismo.



4 LIDERAZGO TURÍSTICO

• El turismo se ha enriquecido enormemente en los últimos años con la renovación de los destinos más veteranos y la entrada en escena de nuevos referentes como la ciudad de Málaga, que ha pasado de no contar para el sector - apenas el 3 por ciento de los viajeros que llegaban al aeropuerto se decidía a visitarla - a ser la sensación en cuanto a los destinos de escapada para puentes y fines de semana. Las cifras generales de la provincia apuntan no sólo al liderazgo, sino de un estado de permanente crecimiento, con un nuevo récord histórico para cada temporada. Las perspectivas para este curso apuntan a una nueva subida, con más de 12 millones de turistas.



6 INNOVADORA Y MODERNA

• El Parque Tecnológico de Andalucía (PTA) ha dejado de ser una isla en la economía de Málaga. La receta de la innovación se ha implantado con fuerza en otros sectores, con reformas y adaptaciones que van desde la flota hotelera hasta la manera de vender activos como la gastronomía o los espectáculos. En lo que respecta a la comunicación interna, la provincia también ha dado un salto de calidad con piedras de toque como la inauguración del metro en la capital, que, pese al retraso histórico, vivirá nuevos capítulos en los próximos años. Otra actividad muy a tener en cuenta es la industria agroalimentaria, que emplea ya a casi 10.000 personas y que se antoja igualmente con mucha capacidad de crecimiento por delante.





Fachada de la fábrica de Cervezas Victoria. L.O.

CERVEZAS VICTORIA

Nueva fábrica en septiembre

Más de 3.300 metros cuadrados conforman la próxima cervecera, ubicada frente al Palacio de Deportes Martín Carpena, que abrirá sus puertas en tres meses y tendrá zona de visitas e instalaciones dedicadas a la elaboración de esta bebida

LA OPINIÓN MÁLAGA

■ Cervezas Victoria regresa a Málaga y en septiembre está previsto que abra las puertas de su nueva fábrica, una nave situada en la avenida De Velázquez (frente al Palacio de Deportes Martín Carpena) y en la que trabajarán 40 personas.

La fábrica, que cuenta con una superficie total de más de 3.300 metros cuadrados, se dividirá en cuatro partes diferenciadas:

Por un lado la Cervecería, donde tendrá lugar el Brassage o cocción de la cerveza. En esta zona también estarán los tanques de fermentación y la bodega de guarda, donde la cerveza madura para ser consumida posteriormente en óptimas condiciones.

La zona de envasado, donde se instalarán dos trenes, uno para botellas y otro para barriles. Además, esta zona dispondrá de un equipamiento especial para poder cargar la cerveza directamente desde la bodega a los camiones refrigerados, que se encargarán de distribuirla recién elaborada a los establecimientos de hostelería que dispongan de tanques para ello.



Interior de la fábrica. L.O.

Además, las instalaciones de distribución estarán ubicadas en la misma nave desde donde se repartirá la cer-

za recién elaborada a los establecimientos hosteleros de Málaga.

Por último, la nueva fábrica contará

con un espacio destinado a visitas, donde los malagueños podrán conocer paso a paso el proceso de elaboración de Victoria y degustarla recién elaborada y envasada en fábrica.

La cervecera ha invertido en este proyecto tan ilusionante entre 5 y 6 millones de euros y prevé ampliar esta inversión a 10 millones de euros en los próximos años. El diseño de la nueva fábrica ha sido encargado al estudio malagueño Gana Arquitectura.

La cerveza de los malagueños

Para conocer los orígenes de Cerveza Victoria hay que remontarse casi 90 años atrás, cuando los hermanos Luis y Ricardo Franquelo, familia de toneleros de Málaga, inauguraron la primera fábrica el 8 de septiembre de 1928, coincidiendo con la festividad de la Virgen de la Victoria en el popular barrio de El Perchel.

La máxima de la familia Franquelo era elaborar cervezas artesanas de primera calidad con la mejor tecnología alemana. De ahí que surgiera la idea del «Alemán» de Victoria como icono vivo de la marca que apareció por primera vez a principios de los años 40 en un famoso cartel publicitario que todavía hoy sigue estando presente en muchos locales de hostelería de Málaga.

Una cerveza, que a lo largo de los años se ha convertido en la de todos los malagueños bajo su lema «Malagueña y Exquisita» y su personaje conocido como «El Alemán de Victoria», que es todo un icono en Málaga. Cervezas Victoria se ha mantenido fuertemente vinculada a la ciudad de Málaga aumentando su popularidad año tras año.

VICTORIA

MÁLAGA 1928

Estamos construyendo...



...nuestra nueva Fábrica en Málaga

BODEGA EL PIMPI

De la Huerta de Málaga a la mesa

El Pimpi se nutre de un Huerto propio y de la explotación en exclusiva de otras cinco huertas en Coín que ocupan una superficie total de 16 hectáreas y da trabajo a más de una decena de agricultores

LA OPINIÓN MÁLAGA

■ La Bodega El Pimpi trabaja especialmente en los últimos años por completar el círculo de producción propia y poner en valor los productos más cercanos, que salen de la tierra y el mar y que especialmente se cultivan en un huerto propio situado en Coín.

Hace algo más de dos años que El Pimpi tiene su propia huerta, conocida como La Huerta del Paraíso donde se cultivan todos los productos de temporada y abastece a la Bodega de frutas y verduras en un 25%. Dicho huerto fue diseñado por el agricultor Alonso Navarro Chaves que, junto a Pepe Cobos, eligieron los productos más idóneos para los terrenos y lo completaron con plantas aromáticas y medicinales en su alrededor.

Alonso Navarro es muy conocido en la zona por utilizar la agricultura biodinámica en la plantación de sus cultivos, el respeto a la tierra y su conexión con el universo, es una técnica ancestral que hace que todo su trabajo se realice de forma muy cuidada, utilizando productos naturales y respetando al máximo el entorno. Pero la Huerta del Paraíso no es suficiente para abastecer a El Pimpi, por eso Pepe Cobos explota en exclusiva otras cinco huertas de la zona del Valle del Guadalhorce que hacen un total de 16 hectáreas y dan trabajo a más de doce agricultores, muchos de ellos han retomado la actividad y explotación de sus tierras gracias a la solicitud de El Pimpi.

Cultivo de trigo

Dentro de dichos cultivos, algunos se dedican a la investigación como es el caso de la hectárea propiedad de Alonso Navarro Chaves dedicada a la plantación de trigo. Inició la plantación hace cuatro años y desde entonces ha realizado pruebas con más de 60 variedades de trigo. Actualmente trabaja con unas 14 variedades distintas entre las cuales está el trigo del corazón. Su origen está en las Pirámides de Egipto, es un trigo bajo en gluten y uno de los más antiguos del mundo. El objetivo es buscar el grano más puro y con más propiedades para el ser humano. De las muestras que ya se han sacado se aplicará para hacer pan y llevar a la mesa de El Pimpi.

Temporada de la patata y el calabacín

Otro ejemplo es el huerto de Rafael García Carrasco y Francisco Sánchez Castro, ahora es temporada de patatas y en sus



Pepe Cobos y Alonso Navarro en la plantación. L.O.



Pepe Cobos recoge la plantación de calabacín. L.O.

tierras se cultiva la mayor variedad, actualmente se centran en siete tipos de patatas: zafrane, espunta, fabula y agria, son de color blanco, perfectas para freír. Luego está la patata morá y terminamos con la repon-tia y desiré que son de color rojo y se utilizan para hacer ensaladillas. Lo mismo ocurre con el calabacín, arcoíris de colores para esta verdura que la encontramos en amarillo, verde, ralladas... Todas ellas van directas a las cocinas de El Pimpi.

La Moringa: Productos originales

La Moringa, más conocido como el árbol de la vida, cura todas las enfermedades. Viene de la India y tiene infinidad de propiedades medicinales. La FAO lo recomienda para alimentar a los animales y aumentar su producción. En El Pimpi se utiliza para todo, principalmente, para hacer zumos.

Gente de campo

Se trata de gente que ama la tierra, gente que no le importa perder para ganar, gente que cultiva de forma natural para ofrecer calidad a costa de cantidad. Las plantaciones de El Pimpi se realizan con todo el cuidado, sabiendo que el producto está vendido con precios pactados y cerrados. Terminamos el recorrido por las huertas de El Pimpi en la tierra de Salvador Morón que, como siempre, nos agasajó con su habitual hospitalidad.

Ahora GRATIS*

1ª Consulta
y Test de
Fertilidad

Mucho más que lograr un embarazo

Reproducción Asistida Quirónsalud

- Seguimiento continuado durante el tratamiento, gestación, parto y posparto.
- Técnicas avanzadas con una eficacia basada en el alto nivel de personalización.
- Atención multidisciplinar.
- En hospitales de primer nivel.
- Profesionales cercanos e implicados contigo.
- Consulta las facilidades de financiación.

Infórmate en
quironsalud.es/reproduccionasistida

Hospital Quirónsalud Málaga
Avda. Imperio Argentina, 1
29004 Málaga
902 448 855

Hospital  **quirónsalud**
Málaga

*Consulta disponibilidad en www.quironsalud.es/reproduccionasistida

COONIC

La agencia que más crece

Dedicados a la comunicación y al marketing digital, esta consultora tiene una trayectoria ascendente en la región andaluza, donde se posiciona en la cima

LA OPINIÓN MÁLAGA

Coonic es una consultora especializada en el posicionamiento de marcas con un modelo poco común en nuestra ciudad. Desarrolla estrategias de comunicación y marketing centradas en la consecución de retorno. «La clave es tener -a través de un equipo amplio- conocimiento de todas las áreas del marketing y la comunicación, y ponerlos a pensar junto al cliente antes de activar ningún proyecto», comenta su director general, Ignacio Luque.

Aunque es una agencia a nivel nacional con grandes oficinas en Madrid y Bilbao, Andalucía ha sido su zona de mayor crecimiento y en los últimos dos años ha doblado el número de empleados (17 en la oficina de Málaga y 90 contando sus otras oficinas nacionales), así como los proyectos que acomete junto a empresas e instituciones andaluzas. Coonic no es una agencia de publicidad al uso ni



Imagen de Coonic. L.O.

un estudio creativo, se trata de una consultora especializada en estrategia, comunicación y marketing digital, cuya vocación es ayudar a las empresas e instituciones en el cambio de paradigma y en su digitalización. Por eso, sus principales líneas de servicios son el desarrollo web, gestión de redes sociales e influenciadores, posicionamiento SEO en Google, formación y publicidad en re-

des sociales y blogs. «Todo ello enfocado al posicionamiento de Marca de nuestro cliente y a la búsqueda de retorno a corto y medio plazo», explica Luque. Desde su incorporación, hace más de tres años, los resultados se han multiplicado por tres y los proyectos cada vez tienen más repercusión.

«La verdad es que nos vienen a buscar por la solidez de los proyectos acabados. Nos sentimos muy orgullosos de cada proyecto, pero sobre todo de aquellos con los que no dejamos de trabajar el día a día». Coonic presume del acabado de sus webs porque las hacen para seguir trabajando en ellas desde los contenidos y desde el SEO. Coonic es una de las empresas con más historia en la generación de contenidos en Internet en España. Su origen, viene de cuando el grupo Vocento decidió en el año 1999 crear una división de contenidos para Internet. Desde

Bilbao hacían los contenidos para algunos de los portales más importantes como Terra, Yahoo o el famoso eConsumer de Eroski. A partir de ese momento comenzaron a hacer webs para algunas de las empresas más importantes y abrieron en Madrid sus oficinas mediante la fusión con Image Group y bajo el liderazgo de su Consejero Delegado, Jesús Alloza. Los clientes del Ibex35 como Telefónica, Repsol o Endesa, se mezclan con otros muchos casos de éxito de la compañía trabajando con startups y emprendedores o empresas familiares dispuestas a crecer y profesionalizar el área de marketing.

En Málaga Coonic ha sido responsable de las redes sociales de la Diputación y de Turismo Costa del Sol y gestiona desde hace un año la comunicación de la Casa Natal de Picasso, Museo Pompidou y Museo Ruso. Recientemente ha presentado un ambicioso proyecto, la Agenda Cultural de Málaga, desarrollado con la Fundación Málaga. Otro más de sus proyectos vinculados a la cultura (Centro Botín, Alhondiga de Bilbao,...) y al turismo o internacionalización (Turrespaña, EsMadrid, Ices,...). También trabajan en el sector agroalimentario con Musa, DCOOP, Eurofresh; en el de la formación con UNED, Esesa, Cesur, Colegio Torrequebrada,... y con varias microempresas andaluzas en fase de expansión y crecimiento.

Nuestro contenido es el Rey

En 1996, Bill Gates escribió 'El Contenido es el Rey', un artículo que habla de la transformación de Internet hacia un servicio de **información y entretenimiento**.

Dos décadas después, **Google** ha convertido esta predicción en la realidad.

En Coonic te ayudamos a **construir y posicionar tu marca** con la estrategia de contenidos que te acercará a tus clientes y traerá otros nuevos.

coonic
contenidos | digital | comunicación



coonic.com
@Coonic_

UNA
GRAN
PROVINCIA
LLENA DE
OPORTUNIDADES



InvestinMálaga®

**Oficina Provincial
de Inversiones**

Asesoramos y facilitamos tu inversión
en la Provincia de Málaga

Plaza de la Marina nº4. 29015 Málaga
T. +34 952 02 90 98

www.investinmalaga.es



diputación de **málaga**



PLAZA DEL TEATRO



ALMINAR II



ELEMENTS

Alguna de las promociones de Grupo Insur. L.O.

LA OPINIÓN MÁLAGA

■ Grupo Insur es una compañía de gestión integral inmobiliaria, que desarrolla la promoción y construcción de viviendas y activos inmobiliarios, respetando el medio ambiente y procurando la mejor calidad de vida para sus habitantes y usuarios, dando solución a sus necesidades de hábitat y espacio.

El objetivo estratégico general de Insur es preservar la continuidad de la sociedad a largo plazo, manteniendo una rentabilidad razonable, y convertirla, mediante una excelente gestión integrada, en un referente en el sector inmobiliario, con un liderazgo en Andalucía y una posición consolidada en Madrid.

Para la consecución de sus objetivos estratégicos, la premisa fundamental de Insur es hacer siempre lo correcto, forjando confianza en los clientes, inversores y financiadores, accionistas y proveedores, asentando nuestra solidez en el negocio patrimonial y en el rigor y la orientación a largo plazo, con vocación de servicio a la sociedad en que la que se integra. Por ello, los valores que conducen el comportamiento de la Compañía y su gestión, son los siguientes:

Integridad y transparencia

Desarrollando nuestras actividades con el estándar más alto de ética en los negocios, integridad empresarial y respeto a las personas, asegurando la transparencia en todas sus operaciones, sumi-

GRUPO INSUR

El éxito de ofrecer un producto de calidad

nistrando información adecuada y fiel al mercado y a nuestros accionistas.

Calidad profesional y trabajo en equipo

Consideramos a nuestro personal como el factor esencial del éxito, procurando el máximo nivel de competencia profesional, con una sólida cultura de trabajo en equipo, estrecha colaboración, formación y superación permanente. Somos proactivos en la gestión, oportunos y precisos en el análisis y estamos orientados a la consecución de resultados.

Orientación al cliente

Comprometidos por conocer y satisfacer las necesidades de todos nuestros clientes.

Innovación y calidad

Perseguimos el liderazgo en el sector por la innovación, mejora continua de procesos, tecnología y gestión, aplicados a ofrecer a nuestros clientes el mejor producto en la mejor relación calidad-precio.

Conciencia social y ambiental

Priorizando la seguridad y la salud de nuestros empleados y colaboradores, respetando y protegiendo el medio ambiente, desarrollando nuestros inmuebles desde una inquietud por la eficiencia energética.

Solidaridad

Comprometidos con el desarrollo del país y la sociedad, llevando a cabo nuestro mejor esfuerzo para lograr su mayor impulso. Valorando y respetando la singularidad de todos los que conformamos la compañía, nuestras aspiraciones y el talento que aportamos.

Diseño

Apostamos por hacer del diseño una de nuestras señas de identidad, investigando e innovando para aplicar las líneas más adecuadas de diseño a nuestros productos, integrando y alineando a todos los actores de nuestro proceso productivo para proyectar al cliente y al mercado en general la imagen deseada de nuestra Compañía.

Sostenibilidad y eficiencia

Fomentamos una construcción sostenible que repercute en beneficios económicos, ambientales y sociales para las personas vinculadas a la vida de nuestras promociones y edificios; incrementando la rentabilidad en la construcción, operación y mantenimiento de las promociones y edificios; reduciendo el impacto en el medio ambiente; proporcionando un mayor confort, menor coste energético y salud para quien vive, trabaja o utiliza las promociones o edificios promovidos por nuestra compañía.

Nuevas promociones, nueva sede

Su política de expansión en los últimos años le ha llevado a estar presente en las provincias de Madrid, Sevilla, Málaga-Costa del Sol, Córdoba, Cádiz y Huelva, una triple presencia con actividad promotora, explotadora patrimonial y de servicios de parking. Actualmente Grupo Insur, apuesta por el desarrollo en Málaga-Costa del Sol de importantes promociones, entre las que podemos destacar: Plaza del Teatro (en el centro histórico), Alminar II (en Marbella) y Elements (en Altos de los Monteros). Esta importante presencia en la Capital de la Costa del Sol, ha propiciado el establecimiento de una sede del Grupo Insur en dicha provincia, ubicándose en el Centro Comercial Málaga Plaza y cuyas oficinas estarán operativas en julio.

Un nuevo tiempo de juego



TRIBUNA

Violeta Aragón Segura

SECRETARIA GENERAL. ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE CONSTRUCTORES Y PROMOTORES DE MÁLAGA

Aparecen de nuevo en el paisaje urbano de las principales localidades de nuestra provincia, señales inequívocas de actividad en la construcción, insuflando vida a esta industria, y transmitiendo la deseada imagen de recuperación, tan largamente esperada.

Las bajas cifras de inversión en obra pública junto a las, muchas veces imposibles, condiciones en las que ésta se adjudica, hace que, cuando se habla de recuperación del sector, sólo podamos fijar la vista en la inversión privada. En concreto, en la promoción inmobiliaria, como el principal motor de la lenta, pero continuada mejoría, que convierte nuevamente a Málaga en la locomotora de Andalucía, concentrando más del 30% de las transacciones inmobiliarias realizadas en lo que va de año de nuestra comunidad

autónoma, y a la cabeza también a nivel nacional, tras Madrid, Barcelona y Alicante, en el número de compraventas realizadas en este periodo.

La actividad inmobiliaria vuelve a ser una realidad en nuestra provincia, pero viene envuelta en cambios a los que tenemos que adaptarnos. Algunas de las causas de este resurgimiento han sido la vuelta del crédito por parte de las entidades financieras, tanto a particulares como a empresas, así como la aparición de nuevas líneas de financiación; una reactivación, todavía incipiente, del mercado laboral; una fortísima demanda exterior capaz de absorber más del 30% de las compraventas en la provincia y una demanda interior que lleva largos años embalsada.

Con respecto al mercado exterior, lo que conocemos como turismo residencial, se percibe tremendamente sensible

a las turbulencias políticas y económicas, no sólo de nuestro país, sino a las que se dan en el país de origen de los potenciales adquirentes, o en los países de nuestro entorno que compiten como destinos alternativos al nuestro. El ejemplo más reciente lo encontramos en el Brexit, que está provocando un descenso en el número de compras por parte de los ciudadanos británicos o los transvases de compradores de destinos que en la actualidad tienen inestabilidad política hacia el nuestro, más seguro y estable. El reto, es conseguir llegar a más mercados y fidelizarlos, en un contexto internacional cada vez más competitivo, en el que la calidad de nuestro destino y de nuestro producto inmobiliario, debe ser el principal reclamo.

En relación al mercado interior, el objetivo en los próximos años, debe ser dimensionar el sector para atender la demanda natural de vivienda una vez despalancada la demanda embalsada y mantener en el tiempo una actividad sostenida y sostenible, sorteando los peligros que encierran nuestras propias fortalezas.

Tenemos que poner en valor lo que aporta el sector, como generadores de ac-

tividad, riqueza y empleo, añadiendo las nuevas exigencias que nos impone la sociedad en innovación, eficiencia y compromiso social. Un primer paso en este sentido, y que debe ser una prioridad es ser capaces de apostar por la excelencia de nuestro producto, sin dejar de lado a ningún segmento de la población y muy especialmente, atender a las necesidades de los jóvenes para acceder a la vivienda, ya que en caso contrario dejaremos a 12 millones de personas sin posibilidad de crear hogar.

Reactivación de la actividad con nuevos retos y objetivos para los que no ayuda la dispersión de competencias, exceso normativo, pesada fiscalidad y largas tramitaciones administrativas, que en la actualidad siguen lastrando la capacidad de ser una Industria que pueda controlar sus tiempos de producción y sus costes.

Se abre un nuevo tiempo de juego, en el que con la experiencia acumulada por todos los operadores que intervienen en el proceso inmobiliario, desde la producción hasta la adquisición: empresas promotoras, intermediación, entidades financieras, tasadores, administraciones y consumidores finales, se debería imponer, para no caer en errores del pasado, el máximo rigor, profesionalidad y responsabilidad.



El trabajo de un grupo

Las grandes infraestructuras se construyen a base de esfuerzo, de capacidad técnica, de trabajo en equipo, de calidad, experiencia y constancia.

En Sando llevamos más de 40 años caminando juntos, sin pausa, con la misma fuerza y entusiasmo del que se reinventa cada día, de quien se adapta a los cambios, repartiendo el esfuerzo entre un equipo de profesionales cualificados para trabajar hacia un mismo objetivo, la superación.

-  construcción
-  concesiones
-  medio ambiente
-  materiales y suministros
-  inmobiliaria


www.sando.com



Arriba, proyecto de la ampliación del centro de Granada. Debajo, imagen del centro de El Viso y del interior de la exposición en el Guadalhorce.



PROINCO

Amplía sus centros

Para este año el Grupo Proinco (Proveedora a la Industria y la Construcción S.A. y Proinco Saneamientos S.L.), tiene prevista la ampliación de tres de sus centros: Granada (Juncaril), El Viso y Guadalhorce para prestar mejores servicios a sus clientes y proveedores

LA OPINIÓN MÁLAGA

■ Proinco es una empresa familiar adaptada a los nuevos sistemas de venta y a los continuos cambios según las necesidades de sus clientes; inquietos ante la especialización del mercado y adecuándose al mismo. Además de distribuidores oficiales de la marca Roca, la empresa se dedica a la venta al por mayor y por menor, tanto a particulares como profesionales de la fontanería, el baño, calefacción/aire acondicionado, piscina, riego, energía solar, hidráulica...

La empresa surgió en Málaga capital en 1974 como Proveedora a la Industria

y Construcción S.A., abriéndose paso poco a poco en el sector hasta consolidarse en el mercado tras años de esfuerzo y sacrificio, y gracias a la relación cordial y de confianza que ha logrado establecer con sus clientes a través de todos estos años y cuenta con una plantilla de 170 trabajadores.

En el año 1987 se inició una nueva etapa de cambios y expansión por toda la comunidad andaluza con el fin de cubrir las necesidades y de dar mejor servicios y más rápido a nuestros clientes, cada vez más numerosos.

La evolución constante a lo largo de

veinte años y su continuo crecimiento han hecho que el GRUPO PROINCO lo compongan once puntos de venta: siete almacenes de PROINCO S.A. en la provincia de Málaga (Málaga, Fuengirola, Estepona y Vélez), y cuatro de PROINCO SANEAMIENTOS S.L. en Antequera, Sevilla, Granada y Algeciras.

Al mismo tiempo PROINCO se ofrece como intermediaria entre proveedores y profesionales, prestando nuestras instalaciones tanto para la exposición de nuevos productos como para la formación de profesionales.

PROINCO actualmente no sólo es

una de las empresas más dinámicas y consolidadas dentro del sector de la comercialización de materiales de fontanería, climatización y baños a nivel andaluz, sino que también se la reconoce como una de las más punteras en el ámbito nacional.

Para este año el Grupo Proinco, según explica su director general, Francisco José Baena Mira, tiene prevista la ampliación de tres de sus centros: Granada (Juncaril), El Viso y Guadalhorce. Con la adquisición de la nave contigua al centro del Polígono Industrial Juncaril, pasa de 1.000 a 2.800 m², agrandando tanto el autoservicio como el almacén y su aula de formación. Contará con dos muelles de carga y parking exclusivo para los clientes.

Por su parte, las instalaciones de El Viso pasarán de los 1.000 a los 3.000 m² y beneficiará tanto a la tienda como a la exposición, pero sobre todo al almacén que podrá dar cabida a materiales para obra civil. Las últimas acciones se acometerán en la sede central del Polígono Industrial Guadalhorce donde sus 1.250 m² de exposición serán renovados para ubicar las principales marcas del sector y sus novedades.

AGUA

FUEGO

AIRE

TIERRA

FONTANERÍA

CALEFACCIÓN

AEROTERMIA

SANITARIOS

JARDINERÍA

ACS

GEOTERMIA

CERÁMICA

PISCINAS

**ENERGÍAS
RENOVABLES**

CLIMATIZACIÓN

OBRA CIVIL

**Los elementos básicos de la naturaleza
son el eje de nuestra actividad**



PROINCO

www.proinco.es | proinco@proinco.es



MÁLAGA CÁDIZ (LOS BARRIOS) CÓRDOBA GRANADA (ALBOLOTE) ANTEQUERA
ESTEPONA FUENGIROLA MARBELLA RONDA VÉLEZ-MÁLAGA SEVILLA

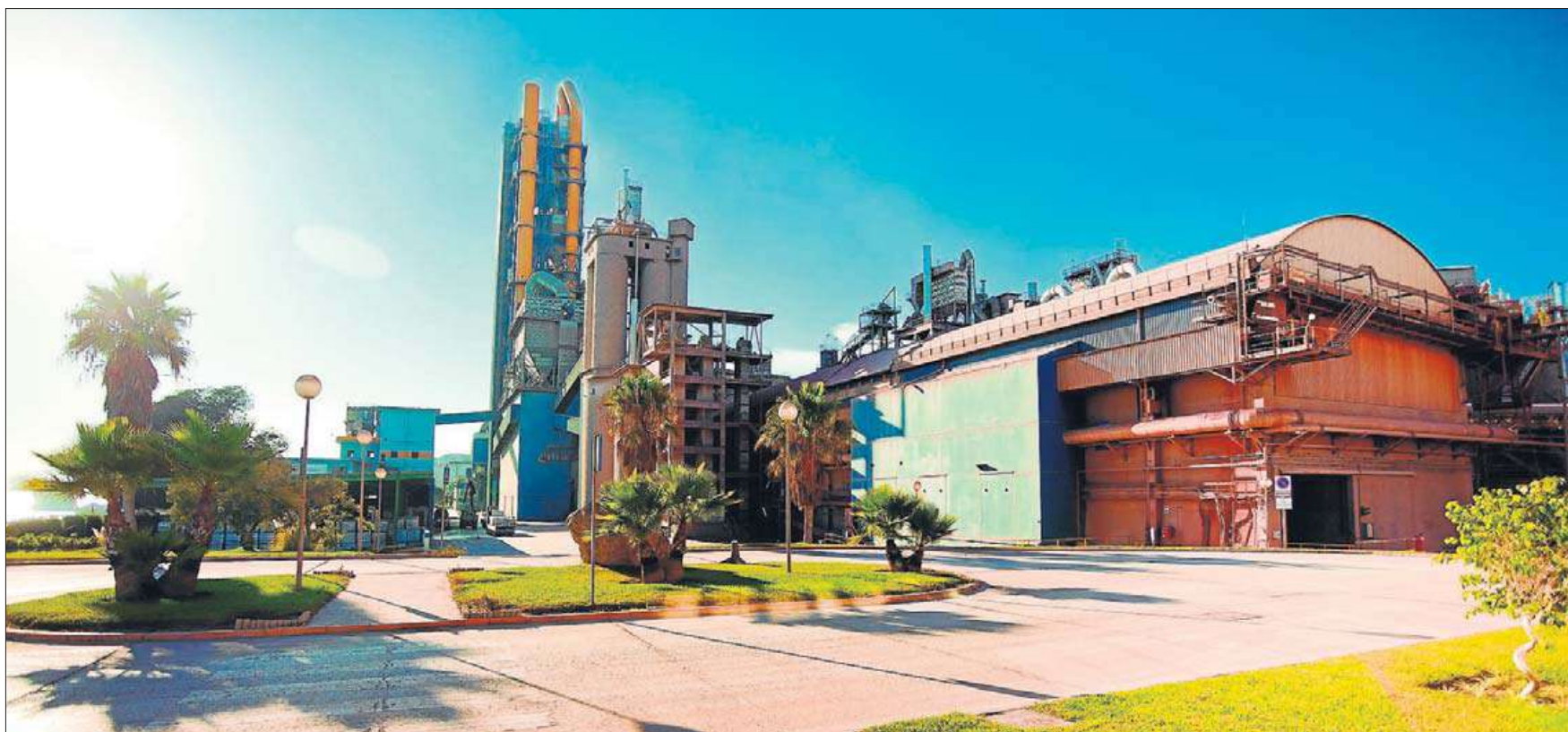


Imagen de la fábrica de La Araña. L.O.

LA OPINIÓN MÁLAGA

■ FYM es parte de HeidelbergCement Group, multinacional alemana líder mundial del sector, siendo el primer productor mundial de áridos, el segundo en cemento y el tercero en hormigón, con presencia en más de 60 países.

En España, HeidelbergCement opera con 30 instalaciones – 11 centros de producción de áridos, 16 plantas de hormigón y 3 fábricas de cemento– generando 550 empleados directos y 1.200 indirectos.

En Málaga, FYM es un marca histórica que mantiene una posición destacada desde hace más de cien años a través de su fábrica de La Araña dedicada a la producción y comercialización de cemento y siendo unos de los principales productores en Andalucía.

En su larga historia la fábrica de cemento de La Araña, también conocida con su antiguo nombre Goliat o por los más nostálgicos «La Portland», ha experimentado una constante evolución. En el año 2000 fue pionera en el sector cementero cuando consiguió el certificado medioambiental ISO 14001 para sus instalaciones. Posteriormente, consiguió la certificación Aenor en el Sistema de Gestión Energética conforme a la norma internacional UNE-EN ISO 50001:2011, una de las más avanzadas de Europa. Esta norma establece los requisitos que una organización debe poseer para ser capaz de mejorar, de manera continua y sistemática, el rendimiento energético de sus instalaciones industriales de una manera eficiente y sostenible, con el consiguiente ahorro de consumo energético y reducción de

FYM

La Araña, una fábrica con proyección

Referente dentro de la industria, en el año 2000 fue pionera en el sector cementero cuando consiguió el certificado medioambiental ISO 14001 para sus instalaciones

emisiones.

Esto ha sido posible gracias a las inversiones realizadas en los últimos años, que superan los 130 millones de euros, convirtiendo la fábrica de La Araña en una de las cinco fábricas más eficientes de Europa y la más eficiente en España.

La apuesta hacia la innovación y la sostenibilidad de FYM no es solo en lo que se refiere al proceso industrial, sino también de productos. Desde su departamento de I+D desarrolla cementos más resistentes, más aislantes, auto limpiantes y descontaminantes, pensados para hacer de las ciudades espacios más habitables para su habitantes y visitantes.

FYM y Málaga un vínculo histórico

FYM-HeidelbergCement ha realizado

una gran apuesta por la sostenibilidad y por la comercialización de materiales innovadores, revalidando esta apuesta por la construcción sostenible y la eficiencia energética.

Esta filosofía es visible en muchas de las obras singulares de Málaga y a lo largo de los años ha contribuido a diseñar la Málaga que hoy conocemos.

Las más recientes como:

El Centre Pompidou Málaga, símbolo de arte y belleza hecho con paneles de «cemento transparente», capaces de dejar pasar la luz desde su representativo cubo de vidrio hasta las plantas inferiores

El Caminito del Rey mediante la instalación de un estabilizador natural de suelos, que permite una total integración en el paisaje, manteniendo el aspecto original del camino con una durabilidad capaz de garantizar su uso durante años

El Jardín Botánico de La Concepción o en la mejora de los accesos a la Alcazaba de Málaga; así como carriles bús más duraderos y seguros, entre otras muchas infraestructuras malagueñas.

La empresa es además, miembro activo de la comunidad empresarial a través de la pertenencia a la Confederación de Empresariales de Málaga, a la Cámara de Comercio, la Fundación Málaga, Málagaport, etc.

FYM además es miembro fundador junto con la Universidad de Málaga de la Cátedra de la Escuela de Arquitectura UMA, y apoya numerosos proyectos de investigación de estudiantes malagueños así como proyectos culturales y patrocinios deportivos.

FYM-HeidelbergCement ha realizado una gran apuesta por la sostenibilidad y por la comercialización de materiales innovadores en Málaga, revalidando esta apuesta por la construcción sostenible y la eficiencia energética

COLECCIÓN
DEL
MUSEO
RUSO

Exposición anual:
La dinastía Románov
Hasta 21 ene 2018

Exposición temporal:
Kandinsky y Rusia
Hasta 30 jul 2017

museo **PICASSO** Málaga

Exposición temporal:
**Bacon, Freud y la
Escuela de Londres**
Hasta 17 sep 2017

Exposición temporal:
**Somos plenamente
libres. Las mujeres
artistas y el realismo**
10 oct 2017 - 28 ene 2018

Museo
Carmen Thyssen
Málaga

Exposición temporal:
Santiago Ydáñez
El corazón manda
23 jun 2017 - 24 sep 2017

Exposición temporal:
Danielle van Zadelhoff
Relatos del alma
30 jun 2017 - 15 oct 2017

cacmálaga

Centro de Arte Contemporáneo de Málaga

Exposición temporal:
Olor de Málaga.
**Percepciones
olfativas
de colección
olorVISUAL**
Hasta 23 jul 2017



museo del
patrimonio
municipal

2007-2017
X ANIVERSARIO

Exposición temporal:
**La apariencia
de lo real.**
**Cincuenta años
de arte realista
en España
(1960-2010)**
Hasta 10 sep 2017

**FUNDACIÓN
PICASSO**

MUSEO CASA NATAL
AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA

Exposición temporal:
Palau mira a Picasso
21 jun 2017 - 08 oct 2017

**Centre
Pompidou
Málaga**

Exposición temporal:
**Starck, dibujos
secretos**
Hasta 17 sep 2017

Exposición taller
de Alexander Calder:
¡Vaya circo!
Hasta 15 sep 2018

**MUSEO
REVELLO
DE TORO**

Nueva exposición
permanente de moda:
**Too much is never
enough**



Exposición temporal:
**El nacimiento
del color
de Jorge Rando**
Hasta 30 sep 2017



Colección permanente:
**104 obras
del malagueño
Félix Revello de Toro.**
**Casa Taller de Pedro
de Mena**

Museo de Málaga: Colección permanente, Colecciones de Arte y Arqueología centradas en Málaga y su provincia. Almacén o reserva visitable de Bienes Culturales. Museo Interactivo de la Música Málaga (MIMMA): Colección permanente, un viaje a distintas culturas y épocas a través de la música. Museo del Vidrio y Cristal de Málaga: Colección permanente, más de 3.000 piezas de cristal de diversas épocas. Ars Málaga (Palacio Episcopal): La esencia de la Belleza. Fundación Francisco Godia (Del 11 de julio al 17 de septiembre). Y mucho más...



Málaga
CIUDAD
DE MUSEOS

donde habita el arte

www.malagaturismo.com



Ayuntamiento
de Málaga

RIVERVIAL

La diversificación, clave en su estrategia

La empresa malagueña nació hace una década y se ha convertido en una marca de calidad y servicios multidisciplinares dentro del sector de la construcción gracias a su constante reciclaje y especialización

LA OPINIÓN. MÁLAGA

■ La empresa malagueña Rivervial trabaja desde hace diez años dentro del sector de la construcción, un ámbito en el que ha logrado crecer gracias a la diversificación y proyectos de diversos ámbitos que le han valido para hacerse un nombre dentro del mercado.

Rivervial nace en 2007, momento en el que la crisis económica comienza a tambalear uno de los segmentos con más fuerza de los últimos años: la construcción. La situación hace que la empresa busque una alternativa a la usual construcción residencial de obra nueva y el CEO de Rivervial, José Antonio Rivera, expone que la especialización en otros segmentos relacionados con este ámbito hace que puedan sortear una de las etapas más difíciles que ha vivido el sector.

La rehabilitación de viviendas, la edificación industrial, la edificación vinculada al ocio y el sector hotelero y turístico, son algunos de los campos de actuación en los que se adentra Rivervial. Todo ello acompañado por el servicio de subcontratación que han ofrecido a empresas de ámbito nacional que, tras la situación económica, cerraron sus delegaciones y requerían de infraestructuras para actuar en Málaga y otras provincias de Andalucía. «Supimos que el sector iba a tener un retroceso importante en esa área y multiplicamos nuestra presencia en otras», sentencia. En el último año han triplicado su facturación con respecto al año anterior.

La obra pública ha sido otro de los sectores que ha visto mermada su actividad en los últimos años pero aún hay proyectos interesantes que han dado un empujón más a la actividad de Rivervial. Ejemplo de ello es la barriada de José Fernández Castany, ubicada en la calle de Héroe de Sostoa, que estuvo subvencionada en más de dos millones y medio de euros.

Su ampliación de territorio le ha ayudado a lo largo de esta década a especializarse en diversos ámbitos y contar con personal cualificado. Un centenar de trabajadores y cerca de 200 de manera indirecta bajo la marca Rivervial.

Otro de los grandes ámbitos que viene con fuerza en el último año es la adquisición de edificios por parte de in-



Desarrollo de una vivienda coeficiente.



Construcción del hotel Ferrara en Torrox.

Rivervial se marca en el horizonte crecer a nivel nacional e incluso internacional y ya cuenta con una sede en República Dominicana, donde apuesta por el sector hotelero y turístico

versores y promotores para integrarlos dentro de la oferta de apartamentos turísticos. «En algunos casos, el precio del metro cuadrado en el centro histórico ya supera el de Marbella», sentencia.

Objetivos de cara al futuro

El futuro de Rivervial pasa por la expansión de la marca a nivel nacional e incluso internacional. Ya cuentan con una sede en la República Dominicana y el sector hotelero y turístico es una de las bazas de cara al futuro.

En cuanto al horizonte que plantea el sector, José Antonio Rivera señala que las entidades financieras tienen un gran desarrollo dentro del área inmobiliaria en la actualidad. Eso, sumado a los inversores internacionales, para hacer crecer la oferta de apartamentos turísticos, y la irrupción hace un año en el mercado por parte de las Sociedades Cotizadas Anónimas de Inversión en el Mercado Inmobiliario (Socimis) son los tres grandes ejes en los que se mueve el sector. «Es un momento en el que detrás de gran parte de los interlocutores hay una fuerte solvencia. Hay un crecimiento sostenible y seguro aparentemente», sostiene.

Rivervial®

Gestionamos
Financiamos
Construimos
Entregamos

MÁLAGA

C/Armengual de la Mota, 21,
1ºD-E-F
29007-Málaga
Email: clientes@rivervial.com
Tel.: +34 952 104 400
Fax: +34 952 071 896

MARBELLA

C/Ricardo Soriano, 72, Portal B,
Planta 1
29601-Marbella
Email: marbella@rivervial.com
Tel.: +34 952 104 400 (Ext. 5)

CÁDIZ

Z.A.L. Zona Franca. Bahía de
Cádiz. El Fresno
11370-Cádiz
Email: cadiz@rivervial.com
Tel.: +34 952 104 400 (Ext. 5)

SEVILLA

Avenida Eduardo Dato, 69, 5º
41005-Sevilla
Email: sevilla@rivervial.com
Tel.: +34 952 104 400 (Ext. 5)

MADRID

Palacio Miraflores, Carrera de
San Jerónimo nº 15, 2º
28014-Madrid
Email: madrid@rivervial.com
Tel.: +34 952 104 400 (Ext. 5)

REPÚBLICA DOMINICANA

Avenida Tiradentes Esquina Fantino
Falco Plaza Naco 2do Piso. Local 110.
Apartado 08. Santo Domingo.
República Dominicana.
Email: rdominicana@rivervial.com
+34 952 104 400 (Ext. 5)

www.rivervial.com



Francesc Alemany

Director de distribución de Endesa en Andalucía Centro. Obtener información a tiempo real y apostar por proyectos que potencian el uso de las energías renovables son algunas de las líneas que trabaja el gigante eléctrico en los últimos años

«Endesa apuesta por Málaga e invierte en tecnología por la excelencia»

► La empresa trabaja en el proyecto Monica, que permite la monitorización en tiempo real de las redes de distribución de media y baja tensión

LA OPINIÓN MÁLAGA

► **Más de 50 millones de euros invertidos durante el ejercicio pasado para mejorar la distribución de electricidad en Málaga, ¿en qué se traduce esto?, ¿a qué cuestiones ha ido a parar?**

► Dentro del Plan de Calidad de Endesa, que contempla la mejora de la red para dar una mayor calidad de servicio a nuestros clientes, en Málaga hemos llevado a cabo diferentes actuaciones centradas sobre todo en la digitalización de las redes. En concreto en la provincia vamos a duplicar la instalación de telemandos pasando de 350 a 650 con una inversión de más de 10,5 millones de euros. Estos telemandos permiten controlar de forma remota la red actuando de forma inmediata ante cualquier incidencia. Asimismo, en este esfuerzo por digitalizar los sistemas de control de redes se ha reforzado la sustitución de los contadores inteligentes con cerca del 88% del parque de contadores sustituido en Málaga con más de 900.000 contadores inteligentes en la provincia.

► **¿Cuáles son las previsiones para este ejercicio 2017?**

► Las previsiones son seguir trabajando en la digitalización de las redes de distribución andaluzas y en concreto las de Málaga donde, además de los telemandos mencionados, vamos a renovar en 2017 más de 100 centros de transformación, y revisar nuestras redes, entre otras acciones, con inversiones similares a 2016.

► **Sobre el parque de contadores de Málaga que ha sido ya sustituido por contadores inteligentes, ¿en qué se diferencia y qué beneficios ofrece este sistema?**

► Los contadores inteligentes tienen como diferencia fundamental la posibilidad de lectura del consumo eléctrico en tiempo real y la realización de operaciones de forma remota gracias al desarrollo de un sistema de última generación de comunicaciones entre los contadores inteligentes y la compañía eléctrica. Para los clientes, sin duda, uno de los principales beneficios que están experimentando es conocer los consumos en tiempo real, gracias a la lectura exacta que se puede realizar en cada momento del día. Esta información permite adaptar la energía a las necesidades de cada cliente.

► **Vuestra apuesta por la sostenibilidad y eficiencia energética pasa por contribuir en proyectos como Smart City Málaga. ¿En qué trabajáis en este proyecto?**

► Smart City Málaga es un proyecto que ha mostrado la viabilidad de un nuevo modelo de gestión de la energía urbana. Según las cifras de la primera fase del proyecto (2009-2013), Smart City Málaga logró los objetivos de reducir el consumo de energía en un 20% anual, reducir las emisiones de CO₂ en 6.000 toneladas y aumentar la integración de fuentes renovables en la red de distribución. Los objetivos del proyecto se lograron gracias a la integración en la red de fuentes de energía renovables, acercando las instalaciones de generación eléctrica a los usuarios finales mediante la instalación de paneles fotovoltaicos y la instalación de micro sistemas eólicos en la zona. También se emplearon sistemas de almacenamiento, de manera que las energías renovables podían utilizarse posteriormente para la producción de aire acondicionado, iluminación pública y respaldo de red. Además, la movilidad eléctrica también se vio reforzada gracias a la instalación de puntos de recarga. Se demostró que una ciudad inteligente interconectada es una realidad.

► **Málaga es uno de vuestros epicentros dentro del proyecto Monica (Monitorización y Control Avanzado), ¿en qué consiste?**

► Monica, que nace precisamente gracias los datos obtenidos en Smart City Málaga, es un proyecto pionero que tiene como finalidad el desarrollo de una tecnología que permita la monitorización y el diagnóstico en tiempo real de las redes de distribución de media y baja tensión. Este desarrollo es importante, porque hasta ahora sólo se había hecho en la red de alta tensión. El Proyecto Monica supone un hito, porque va a monitorizar la parte del sistema que está más cerca de los usuarios.

► **Hasta hace no mucho era impensable desarrollar un sistema de estas características con información a tiempo real, ¿qué es lo próximo?, ¿en qué se trabaja de cara al futuro?**

► El próximo reto que nos planteamos en Endesa consiste en extender esta tecnología a toda nuestra red. A partir del apren-



El director de Distribución de Endesa en Andalucía Centro, Francesc Alemany.

dizaje del piloto ya hemos empezado a implantar esta tecnología a redes que sufren un mayor nivel de exigencia, como por ejemplo el centro peatonal de la ciudad de Málaga. Con la información que hemos obtenido, podemos repartir mejor la demanda para evitar averías e incluso adelantarnos a que se produzcan.

► **Ciudades como Málaga o Barcelona son los grandes escenarios en materia smart cities del Mediterráneo. ¿Cómo ve Málaga en estos términos?**

► El hecho de disponer del laboratorio Smart City permite a Málaga atraer inversiones en tecnología de múltiples sectores en el ámbito de la energía y la movilidad eléctrica. Desde Endesa entendemos que son dos de los campos con mayor potencial de crecimiento, y por tanto, una fuente de crecimiento económico e industrial.

► **Las energías renovables es otra línea de trabajo e incluso contáis con varios parques eólicos en Andalucía y Málaga, en concreto. ¿Qué supone en términos de consumo aprovechar esta fuente de energía natural?**

► Sin duda una de las grandes apuestas de Endesa es un mayor desarrollo de proyec-

tos basados en las energías renovables. Entre las líneas de trabajo relacionadas con las energías renovables que estamos llevando a cabo destaca nuestra participación en la última subasta renovable donde nos hemos adjudicado 540 MW de nueva potencia. En Málaga Endesa tiene los parques eólicos de Menaute (37,4 MW), El Puntal (26 MW), Angosturas (36 MW), Madroñales (34 MW) y Los Barrancos (20 MW), gestionados por Enel Green Power España, la filial renovable de Endesa. Se unen las centrales hidráulicas en la provincia de Gómbiz (3,3 MW), Iznajar (76,8 MW), Nuevo Chorro (12,8 MW), Paredones (3,12 MW), San Augusto (2,6 MW), San Pascual (1 MW), Taja de la Encantada (360 MW), Chillar (0,7 MW), Buitreras (7,2 MW), El Corchado (11,6 MW), y Ronda (2,2 MW).

► **¿Qué objetivos tiene Endesa en Málaga a largo plazo?**

► Desde Endesa seguiremos apostando por Málaga e invirtiendo en mejoras tecnológicas que nos permitan mantener la excelencia en la calidad de servicio y al mismo tiempo integrar los nuevos retos a los que se enfrentarán las redes eléctricas: la generación distribuida y la movilidad eléctrica.

mayoral

hace amigos

Pon rumbo a
nuestras rebajas...

REBAJAS
HASTA EL
50%

ENCUÉSTRANOS EN TIENDAS MAYORAL*, ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS y MAYORAL.COM*

CC. LARIOS CENTRO - MÁLAGA
CC. PLAZA MAYOR - MÁLAGA
CC. ROSALEDA - MÁLAGA
SÁNCHEZ PASTOR, 1 - MÁLAGA
CC. VIALIA - MÁLAGA

COMEDIAS, 24 - ANTEQUERA
AV. CONDES DE SAN ISIDRO, 30 - FUENGIROLA
CC. MIRAMAR - FUENGIROLA
CC. LA CAÑADA - MARBELLA

CC. RINCÓN DE LA VICTORIA - RINCÓN DE LA VICTORIA
ESPINEL, 5 - RONDA
CARREFOUR COSTASOL N-340 - TORREMOLINOS
CC. EL INGENIO - VÉLEZ-MÁLAGA

made IN Málaga



La provincia viene pulverizando un año tras otro su récord de exportación gracias a la apuesta de las compañías locales por el mercado internacional. El sector agroalimentario y el ámbito tecnológico son dos de las grandes señas de identidad

José Vicente Rodríguez
MÁLAGA

Las empresas de Málaga apostaron a raíz del estallido de la crisis por la internacionalización y las exportaciones para compensar el desplome de la demanda interna, hasta entonces el baluarte principal de las firmas locales. El asalto al mercado exterior era una asignatura pendiente de la economía malagueña y aunque las cifras han aumentado en estos últimos años de forma espectacular nadie duda de que falta mucho por hacer en este campo, ya que todavía son muy pocas las compañías que exportan en relación al número total de empresas que hay en Málaga. Empezando por lo positivo, el año 2016 se cerró en la provincia con un nuevo récord exportador de 1.989 millones de euros en mercancías comercializadas fuera

de España, una cifra que supera en casi un 13% la anterior marca de 1.762 millones obtenida el año anterior y que duplica la que registrada en 2007, cuando Málaga lo fiaba todo al mercado interno.

El sector de alimentación, bebidas y tabaco (1.028 millones) y el de las manufacturas de consumo (260 millones) volvieron un año más los segmentos más destacados de la exportación malagueña. La industria agroalimentaria, con productos tan relevantes en Málaga como el aceite de oliva, el segmento cárnico y los cultivos de subtropicales, rompió por primera vez la barrera de los 1.000 millones de euros en exportaciones, superando en un 21% las cifras de 2015. En el sector agroalimentario malagueño destacan empresas como Dcoop, que se alza como máximo productor mundial de aceite de oliva, Trops, Reyes Gutiérrez y Frutas Montosa (que trabajan el ámbito de las subtropicales, con productos como el man-



go o el aguacate), Almensur, Hutesa o las cárnicas Famadesa y Prolongo. En lo referente a las manufacturas de consumo (que incluyen segmentos como el textil), su volumen exportador aportaron otro 14% al total de ventas de Málaga. El sector, con firmas de gran presencia exterior como Mayoral, aumen-

tó además interanualmente sus cifras un 16,2%.

Los datos de la Agencia Extenda también revelan que la cifra total de firmas que exportan en Málaga, pese a haber aumentado un 53,8% desde 2010, ha retrocedido ligeramente en los últimos tres ejercicios y se ha estancado en el



- ✓ DEFENSA Y APOYO A LA EMPRESA
- ✓ INFORMACIÓN AL DÍA DEL SECTOR
- ✓ ASESORAMIENTO JURIDICO
- ✓ NEGOCIACIÓN COLECTIVA
- ✓ LICITACIÓN OBRA PUBLICA
- ✓ FORMACIÓN ESPECIALIZADA



ACP
Asociación Provincial
de Constructores y Promotor
de Málaga

www.acpmalaga.com

TRES FORTALEZAS PRODUCTIVAS DE MÁLAGA

1 CALIDAD DE VIDA Y TALENTO

• La calidad de vida, los moderados costes productivos y el talento de los profesionales que salen cada año de las licenciaturas técnicas de la Universidad de Málaga están atrayendo en los últimos años a muchas multinacionales y grandes compañías, que eligen a la capital como sede de algunos de sus centros de I+D. Este desembarco se une a la explosión de startups locales que desde Málaga vienen desarrollando exitosos modelos de negocio. Este ecosistema, apoyado por las instituciones desde espacios como el PTA (635 empresas y casi 18.000 trabajadores), el Polo Digital de Tabacalera o el Club Málaga Valley, está contribuyendo a difundir a nivel internacional la imagen de un enclave muy asociado a la innovación y a las tecnologías TIC.

2 UN SECTOR AGRO AL ALZA

• El sector agroalimentario ha dado un salto espectacular en los últimos tiempos. Las tablas de exportaciones en la provincia, con más de 1.000 millones de euros facturados en 2016, recogen ese éxito ya consolidado de variedades hortofrutícolas como los subtropicales axárquicos, principalmente aguacates y mangos, pero también el poderío del sector del olivar o la pujanza de los nuevos negocios bodegueros en la provincia. Los procesos de transformación se están incorporando a un sector agrícola que siempre ha tenido en Málaga un emplazamiento inigualable en cuanto a condiciones climáticas pero al que siempre le ha costado dar el paso de desarrollar una industria centrada en el «agro».

3 MUCHO DINAMISMO EMPRESARIAL

• La provincia de Málaga concentra una de cada tres empresas que se crean cada año en Andalucía y cuenta con un gran número de emprendedores que la sitúan como una de las más dinámicas de España. La Costa del Sol actúa como un enorme imán para muchas inversiones privadas ligas al sector turístico y residencial, algo que siempre termina tirando del resto de sectores. Al igual que cuando llegó la crisis Málaga fue una de las zonas que más notó sus efectos, ahora que se confirma en los signos de recuperación también la provincia es una de las que está liderando los crecimientos. El sector servicios, con el turismo y la hostelería a la cabeza, sigue siendo la principal fuente de actividad, en espera de diversificar más el modelo.

entorno de las 4.400 empresas. Dentro de este conjunto, las 891 compañías que exportan regularmente acaparan casi el 90% del volumen total de ventas al exterior pese a representar tan solo el 20% de las firmas, lo que evidencia que el resto sólo hizo ventas externas de escasa cuantía. Eso sí, la cifra de compañías malagueñas que son exportadoras regulares exporta de forma regular ha aumentado un 62% entre los años 2010 y 2016, pasando en este tiempo de 550 a las citadas 891 y certificando la creciente apuesta de las compañías locales por la internacionalización. Tanto la Cámara de Comercio como la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM) han recordado en varias ocasiones que en la provincia de Málaga hay casi 59.000 empresas dadas de alta en la Seguridad Social, lo que muestra que el número de negocios que exportan sigue siendo bastante exiguo en comparación con el total.

La lista de empresas que más exportan de Málaga (en este caso las cifras corresponden a 2016, recopiladas por Andalucía Económica en colaboración con Extenda) está encabezada por firmas como Dcoop (489,4 millones de euros), Mayoral (270), Fujitsu (134,7), Famadesa (97), Prolongo (89,8), Trops (63), Frutas Montosa (55), Financiera y Minera (46), TDK-Epcos (38), At4 Wireless

(ahora Dekra), con 22,4 millones, Grupo Premo (20,2), Mades (19) o Reyes Gutiérrez (17,1).

El segmento de las nuevas tecnologías es, sin duda, uno de los que están poniendo a Málaga en el escaparate internacional aunque el producto de muchas de las firmas de este sector, por incluirse en el segmento de los servicios, no deje huella en las grandes cifras exportadoras. Al caso de Fujitsu, TDK-Epcos o Grupo Premo, factorías de muchísima solera en Málaga y dedicadas al diseño y fabricación de componentes electrónicos, habría que sumar la legión de empresas surgidas desde los años 90 en la provincia. Dekra, Aertec, Ingenia, Corporación Altra (Airzone), Virus Total, Lynka, Uptodown, GE XXI, Mades, Atyges o Freepik, son algunos exponentes de una larguísima lista de empresas que trabajan desde hace años en el mercado internacional.

También cabe hacer mención en este apartado al sector de la construcción, con firmas que se han aventurado a buscar negocio en el exterior. Sando dispone de una delegación en Polonia y de oficinas en Colombia y Marruecos desde donde desarrolla actividad en obra civil y edificación. Vera, por su parte, ha consolidado su presencia internacional con negocios en Sudamérica, Portugal y el norte de África.

EMT
www.emtmalaga.es

"Aunque a veces seamos INVISIBLES para ti... le ponemos pasión a todo lo que hacemos"
Ana María Martín, Conductora

#VAMOSEMT

Ayuntamiento de Málaga
#malagafunciona

EMT

Plan 50 EMT

Esfuerzo exportador



TRIBUNA

Jerónimo Pérez Casero

PRESIDENTE DE LA CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA, SERVICIOS Y NAVEGACIÓN DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA

A lcanzamos el umbral de la mitad del año y creo conveniente hacer un pequeño balance de cómo van nuestras exportaciones, esas que están haciendo que volvamos a confiar en una pronta recuperación y estabilidad económica, para lo que nuestro tejido empresarial, nuevamente, está siendo capaz de dar lo mejor de sí mismo haciendo que la provincia de Málaga demuestre su pujanza y dinamismo a la hora de crear riqueza y empleo.

Soy optimista y me gusta ver las cosas con cierto grado de positivismo cuando hablamos de nuestras empresas y los datos ponen de manifiesto el nivel de determinación de los empresarios a la hora de afrontar los problemas. Los resultados de estos primeros meses de 2017 son de los más «optimistas» de los años que llevamos padeciendo la crisis, lo que me hace

pensar que, presumiblemente, esto se traducirá a final de año en un significativo avance en el ritmo de crecimiento económico de nuestra provincia.

Precisamente, quisiera recordar, que entre los resultados del informe sobre Perspectivas Empresariales que elabora Eurocámaras con la colaboración, entre otras, de la Cámara de Málaga, las empresas encuestadas el pasado mes de septiembre, al responder el apartado sobre exportaciones se mostraban favorables a una mejora de las previsiones para 2017, y ello, a pesar de la incertidumbre creada por acontecimientos como la salida del Reino Unido de la UE, el nuevo escenario político en EEUU o la moderación que se pronosticaba del comercio mundial.

Esa perspectiva parece que se va cumpliendo. En la actualidad podemos comprobar cómo durante los primeros meses

del año, según datos de ICEX, no sólo se ha mantenido la línea ascendente, sino que, entre enero y marzo, se han exportado 658.040.820 euros, lo que supone un 37,74% más que en el mismo período de 2016, dándonos así un horizonte muy alentador de aquí a final de año.

Igualmente, otro dato positivo lo refleja el número de empresas exportadoras que, entre enero y marzo, ascienden a 1.725, aumentando un 1,8% con respecto a dicho período del año anterior, y **volviendo a ser muy destacable el incremento de un 6,6% de empresas exportadoras regulares**, que han sido 710, obteniendo estas últimas una cifra de negocio de 607.962.300 euros del total exportado antes mencionado.

Por su parte, **la balanza comercial vuelve a ser positiva para Málaga en estos tres primeros meses** de 2017, ya que, mientras las exportaciones han sido de 658.040.820 euros, las importaciones han ascendido a 593.710.490 euros.

En este contexto, realmente positivo, me gustaría destacar también la excelente evolución de las acciones promocionales en comercio exterior de nuestra Cámara

de Comercio desde que se inició 2017, ya que este **ha sido el semestre más activo de su historia en cuanto a acciones de promoción internacional** se refiere: catorce misiones comerciales en las que han participado setenta y cuatro empresas.

Asimismo, se están ultimando las convocatorias para las acciones que tendrán lugar en el segundo semestre del año, más de quince, organizadas específicamente para los sectores agroalimentario, turismo, audiovisual, ocio y recreativo, así como un gran número de acciones multisectoriales en las que puede participar cualquier empresa. De esta forma, nuestra Cámara pretende cerrar un año récord con más de treinta acciones de promoción internacional desarrolladas.

Nuestra provincia vive un buen momento de cara al comercio exterior, lo que nos hace pensar que vamos por el buen camino y debemos continuar avanzando. No podemos relajarnos ni confiarnos en que nos llegará algún tipo de solución externa. Hemos de ser nosotros, nuestras empresas, las que, con duro esfuerzo, continúen trabajando por el progreso de nuestra tierra. La Cámara estará ahí, al lado de las empresas para que sean cada día más competitivas e innovadoras, animándolas y apoyándolas siempre en su estrategia de internacionalización.

VEN Y PRUEBA NUESTRO CONCEPTO MAR Y TIERRA



Iñaki

Asador

Especialistas en carnes a la brasa y mariscos - La mejor calidad al mejor precio

c/ Héroes de Sostoa, 46 - Málaga - 951 769 148 - 677 254 660



La **Opinión** DE MÁLAGA

*Ahora más
cerca de ti*

LOM S+

SER SUScriptor
ES MUCHO **MÁS**



ENTRA EN micuenta.laopiniondemalaga.es/suscripcion/galeria Y ELIGE LA SUSCRIPCIÓN QUE MEJOR SE ADAPTA A TI

SUSCRIPCIÓN
PREMIUM



- ▶ EDICIÓN IMPRESA
- ▶ COPIA DIGITAL

33 €/mes

SUSCRIPCIÓN
DIGITAL



- ▶ COPIA DIGITAL

14.95 €/mes

SUSCRIPCIÓN
FIN DE SEMANA



- ▶ EDICIÓN IMPRESA (sábados y domingos)
- ▶ COPIA DIGITAL

17.95 €/mes

PARA AMPLIAR CONSULTAS LLÁMANOS AL
952 126 238

DE LUNES A VIERNES: DE 10:00 A 14:00



O ENVÍANOS UN E-MAIL
distribucion@epi.es

Málaga el ranking

La locomotora, en marcha El último informe de Infocif confirmaba ya una coyuntura de reactivación económica en Málaga. La mayoría de las grandes empresas mejora sus ventas y resultados. La lista de las 75 compañías que más facturan arrojó el pasado 2015 un global de unos 5.780 millones de euros, con una subida del 12% en relación al ejercicio anterior. Dcoop, Pernod Ricard, Cofarán, Acotral, Mayoral y Famadesa lideran la lista

JOSÉ VICENTE RODRÍGUEZ
MÁLAGA

La mayor parte de las grandes empresas de Málaga cerraron el año 2015 (último dato disponible) con unas ventas al alza, en sintonía con un ejercicio en el que la economía provincial firmó un crecimiento del PIB del 3,5%, el mayor desde el inicio de la crisis, y ratificó la senda de la recuperación iniciada un año antes. Los datos reflejan además que una decena de compañías malagueñas facturan por encima de los 100 millones de euros, según el ranking de empresas elaborado por la plataforma Infocif-Gedeco (el grupo que ofrece información en materia empresarial y otros servicios a partir de los datos del Registro Mercantil).

Según los datos de Infocif al cierre del ejercicio de 2015, las 75 empresas que lideran el ranking de facturación en Málaga presentaron en 2015 unas cifras globales de ventas de alrededor de 5.780 millones de euros, lo que supone una subida del 12% en relación a los datos que presentaban 2014 (algo más de 5.150 millones). Dos tercios de las empresas de esta lista presentaron subidas de facturación respecto al año anterior. En cuanto a la cuenta de resultados, algo más del 50% de las firmas muestran una evolución positiva de sus cifras en relación a 2014, siempre según Infocif.

Como viene siendo habitual en los últimos ejercicios, la clasificación por ventas en la provincia de Málaga está liderada por la cooperativa oleícola y agroalimentaria Dcoop, con sede central en Antequera, que aumenta un 24% su volumen de facturación y alcanza los 939,6 millones de euros.

La segunda posición corresponde a la compañía de bebidas alcohólicas Pernod Ricard España, heredera de la antigua Larios, que arroja una facturación de 331,7 millones de euros en 2015, con un ligero aumento en sus cifras respecto al año anterior.

El tercer puesto es para la cooperativa farmacéutica Cofarán, con casi 280 millones, volumen prácticamente similar al del año precedente. Para este 2016, Cofarán prevé ventas por 283 millones. Cabe mencionar que la cooperativa, presidida por Leandro Martínez, ha aprobado este año su integración junto a otras cooperativas de su sector en el nuevo gigante Bidafarma, que tiene la sede administrativa en Sevilla y la comercial en Málaga.

La cuarta plaza es para la compañía logística Acotral, con sede en Antequera y presidida por Borja de Torres, que a inicios de este 2016 tomó el testigo de su padre, Domingo de Torres. Acotral logró en 2015 una

facturación de 273,3 millones, también casi al nivel de 2014.

Las cinco primeras posiciones se completan con la firma textil Mayoral, liderada por Rafael Domínguez de Gor,



Dcoop
939,6
millones de euros

► La cooperativa oleícola presidida desde junio de 2016 por Antonio Luque lideró el ranking de ventas en Málaga en 2015.

Acotral
273,2
millones de euros

► La compañía logística con sede en Antequera y presidida por Borja de Torres es la cuarta de la provincia que más factura.



que sube sus ventas más de un 9% y firma 237 millones.

Tras ellos figuran la cárnica Famadesa de Federico Beltrán, que se sitúa en el entorno de los 200 millones de euros, la empresa de intermediarios del comercio Bestseller Wholesale Spain (130,5 millones) y el comercio China Red (128,7). A continuación aparece Fujitsu Ten España, cuya fábrica de Málaga registró unas ventas de 116,4 millones de euros en 2014 (aunque el año fiscal japonés discurre del 1 de abril al 31 de marzo) y que viene alcanzando en los últimos ejercicios sus mejores cifras de facturación en la provincia gracias a los buenos resultados del segmento de componentes electrónicos de automoción. De hecho, en 2015 la compañía ha computado provisionalmente 159,5 millones de euros en ventas, aunque la clasificación de Infocf aún no recoge la cifra definitiva. La décima posición de la lista es para Costasol de Hipermarchados, participada por Carrefour, con 113 millones de euros.

El escalafón de las mayores empresas malagueñas de 2015 pone de relieve el momento bajo que mantiene la construcción, con empresas como Financiera y Minera o Sando que presentan retrocesos de facturación. Vera sí sube las ventas pero mantiene en cambio unas cuentas de resultados en números rojos.

Mucho más estable y al alza se está mostrando en general el segmento agroalimentario. Junto a Dcoop hay otras firmas que también crecen de forma notable como Frutas Montosa, que sube casi un 27% su facturación hasta los 80 millones. Además, aumentan sus ventas otras como Frunet, que roza los 28 millones, Eurofresh (26,7), Aceites Málaga (24,4) o Reyes Gutiérrez (23,1).

El ranking también muestra la buena evolución de algunas firmas tecnológicas. Aparte del caso de Fujitsu Ten cabe mencionar entre otras a VR Telecom (41,3 millones de euros), las firmas de productos para mascotas Tiendanimal (37,3 millones) o AT4 Wireless (adquirida en 2015 por la alemana Dekra, y que facturó casi 28 millones).



Mayoral

237

millones de euros

► El grupo textil presidido por Rafael Domínguez de Gor se sitúa como la quinta con mayor nivel de ventas.

TOP 75 empresarial de Málaga

Nº	EMPRESA	VENTAS 2015	VENTAS 2014	RESUL 2015	RESUL 2014
1	DCOOP S. COOP AND	939.646.355	757.652.245,42	1.241.969	3.036.107
2	PERNOD RICARD ESPAÑA SA	331.797.193	316.828.793	19.522.785	59.852.344
3	COFARÁN	279.138.000	281.856.000	222.073	448.904
4	ACOTRAL SA	273.237.025	285.018.777	1.820.851	3.888.539
5	MAYORAL MODA INFANTIL SA	237.030.827	216.997.605	40.211.439	34.756.616
6	FAMADESA	-	199.253.737	-	-
7	BESTSELLER WHOLESALE SPAIN SL	130.568.018	119.643.704	4.301.682	3.831.626
8	CHINA RED SL	128.747.737	100.093.645	4.258.291	4.953.468
9	FUJITSU TEN ESPAÑA SA	-	116.426.000	-	4.020.000
10	COSTASOL DE HIPERMARCHADOS SL	113.027.014	106.700.498	4.580.029	2.698.359
11	SAFAMOTOR	96.248.464	84.810.847	1.829.723	1.473.359
12	CONSTRUCCIONES SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ SANDO SA	95.598.190	109.009.251	589.998	12.447.640
13	MERCAÓLEO	-	95.425.030	-	1.369.202
14	SOCIEDAD FINANCIERA Y MINERA SA	94.191.000	102.009.000	-7936.000	5.744.000
15	UBAGO GROUP MARE SL	91.737.309	84.628.883	2.165.549	1.194.324
16	SERVICIOS DE LIMPIEZA INTEGRAL DE MÁLAGA III SA	86.687.255	85.480.966	347.379	-
17	JOSE LUIS MONTOSA SL	80.550.335	67.571.169	4.684.249	3.252.454
18	FERCAMOTOR	75.834.000	79.337.000	631.000	748.000
19	EMPRESA MUNICIPAL DE AGUAS DE MÁLAGA SA	70.431.391	67.860.947	421.947	432.210
20	AUTOMOTOR PREMIUM SL	69.084.005	56.825.468	1.300.772	983.292
21	OPPLUS OPERACIONES Y SERVICIOS SA	65.391.000	82.405.000	4.286.000	4.179.000
22	PAPELERIAS HERMANOS BENAVIDES SL	64.755.923	56.497.541	3.051.525	2.947.833
23	ACOSOL SA	-	59.580.091	-	4.408.561
24	MASKOMO SL	58.694.334	71.718.579	1.000.717	684.780
25	EMPRESA MALAGUEÑA DE TRANSPORTES SA MUNIC.	57.682.398	54.881.560	3.613.000	3.859.000
26	NEGOCIOS DE RESTAURACION DEL SUR SL	56.918.661	50.023.503	2.025.548	901.280
27	HOSPITAL DE BENALMADENA XANIT SL	56.462.000	51.186.000	12.330.000	49.000.000
28	METRO DE MÁLAGA SA	53.914.033	51.115.376	17.858.853	19.935.616
29	TURISMO ANDALUZ SA	52.943.712	50.340.149	-	-
30	CONSTRUCCIONES VERA SA	51.233.586	17.584.533	-9.922.696	-8.825.261
31	PLASTICOS IMA SA	50.139.685	44.960.108	628.514	317.151
32	TAHERMO SL	49.393.320	37.218.456	587.017	264.352
33	MVCI MANAGEMENT SL	48.109.124	46.721.482	-332.482	-860.584
34	JUEGOMATIC SA	45.921.800	46.003.424	132.844	3.714.123
35	TOUR DIEZ TRAVEL SL	45.909.384	39.857.558	286.970	526.520
36	MERIDIANO SA COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE SEGUROS	-	45.890.792	-	421.865
37	PROMOCIONES CLUB DE CAMPO Y GOLF DE RONDA SL	-	43.915.000	-	-
38	MAYORAL INTERNATIONAL STORES SA	-	42.438.083	-	1.930.136
39	VR TELECOM SL	41.384.325	37.960.201	142.122	1.700.256
40	ROSA-CREMA SL	40.850.719	23.942.070	714.599	419.307
41	ALMARGEÑA DE INTEGRACION SA	40.494.311	40.070.891	429.913	1.492.882
42	MÁLAGA CLUB DE FÚTBOL SAD	40.262.616	40.966.372	3.724.174	-8.344.489
43	BARQUERO HERMANOS SA	38.479.387	33.189.669	265.082	313.131
44	TIENDANIMAL SL	37.332.166	27.903.095	-1.355.132	-835.877
45	MÁLAGA WAGEN SA	36.581.102	30.529.863	52.641	9.629
46	AHUMADOS UBAGO SL	35.928.272	38.255.907	954.645	637.787
47	SOBIMA SA	35.660.358	36.608.499	502.915	-468.151
48	ROMBO SOL 2002 SL	35.575.072	29.719.152	459.058	217.102
49	VIAJES BENAMAR SA	34.848.749	27.910.952	433.015	369.500
50	INMOBILIARIA PEÑARROYA SL	33.634.590	24.786.112	1.893.013	-138.699
51	CENTRAL DE COMPRAS DTODO SL	32.102.654	23.689.510	22.283	122.690
52	A EMBARBA SA	31.526.842	29.248.039	1.178.715	2.205.362
53	SIRO ANTEQUERA SL	31.068.000	34.165.000	834.000	3.714.000
54	CONSTRUCCIONES BONIFACIO SOLIS SL	31.040.469	29.146.152	715.314	541.784
55	INDUMENTA PUERI SL	30.961.490	29.356.583	33.014.548	34.713.018
56	PROCONO SA	30.888.539	29.014.206	5.142.980	6.047.490
57	CIAL. NAVARRO HNOS SA	30.535.661	27.065.182	1.285	-167.447
58	BAEZA SA	28.973.967	26.247.272	375.996	145.860
59	DOBLES PAREJAS SL	28.901.106	16.944.976	828.830	659.646
60	FRUNET SL	27.940.856	25.823.539	2.029.985	1.204.575
61	AT4 WIRELESS SA	27.901.839	25.849.641	6.336.127	3.753.347
62	CLINICA PARQUE SAN ANTONIO SA	27.343.925	22.561.292	1.877.246	1.279.334
63	DECA 1285 SL	26.889.777	31.676.015	-1.206.931	421.398
64	EUROFRESH VEGETALES & FRUTAS SL	26.761.179	7.114.459	1.426.835	550.930
65	HOTELES COSTA MAR SA	26.616.361	21.091.324	-579.23	3.231.677
66	EMBUTIDOS MORENO PLAZA SA	26.467.019	24.868.836	1.026.491	498.400
67	VR MANAGEMENT ESPAÑA SL	26.236.564	25.814.412	796.151	798.916
68	ESTACION DE SERVICIO LA PEÑITA SA	25.946.660	28.176.682	246.008	118.079
69	TTES LA MURCIANA CENTRAL SL	25.733.636	23.652.733	58.160	141.778
70	ALMACENES CARMONA SA	-	25.215.942	-	-
71	PROVEEDORA A LA INDUSTRIA Y CONSTRUCCION SA	24.987.253	21.636.060	979.519	874.682
72	HOSPITAL EL ANGEL SA	24.834.528	23.635.392	1.217.077	888.589
73	ACEITES MÁLAGA SL	24.479.879	20.762.348	371.638	301.320
74	CONCENTRACION Y VENTA INDUSTRIAL DE VEHICULOS SL	23.907.463	15.760.377	355.559	227.619
75	REYES GUTIERREZ SL	23.105.742	20.828.525	366.731	466.458

Que la recuperación económica en nuestra Málaga es una realidad, nos lo confirma los datos económicos con los que cerramos el año 2016, con una tasa de crecimiento del 3 %, una décima por encima de la tasa regional. Y esta recuperación se está viendo consolidada en este año 2017, donde esperamos cerrarlo por encima del 3,1 %, de incremento del PIB.

La provincia de Málaga sigue liderando la creación de empresas y altas de autónomos a nivel andaluz por vigésimo segundo año consecutivo. Málaga es ya la tercera provincia Española con más generación de empresas, después de Madrid y Barcelona, constituyéndose en el año 2016 un total de 5.512 sociedades en la provincia, esto nos da una media de creación de más de 15 sociedades al día.

En el caso de los autónomos cerramos el año 2016 con 108.506 que cotizan y ejercen actividad empresarial, lo que supone un incremento del 3,3% sobre el año anterior 2015.

Esta mejora de la actividad se ha visto reflejada en el mercado laboral, con una tasa de paro cerrado en el año anterior del 25 %, según la Encuesta de Población Activa (EPA), y continua la evolución positiva, donde podremos cerrar este año 2017 en un 22 % (EPA). Siendo el mejor dato de Andalucía.

La realidad en nuestros Parques Empresariales, a nivel de actividad económica, ratifica la situación económica que hemos descrito anteriormente, estamos entre el 85% al 98 % de nuestros espacios ocupados, según el Parque Empresarial al que nos refiramos.

Durante los años pasados de dura crisis, desde 2007, año que se funda APOMA (Asociación de Polígonos Málaga y Parques empresariales de Málaga), que reúne a las comunidades de propietarios o entidades urbanística de cada uno de los polígonos, hemos venido trabajando con las distintas administraciones y preparando nuestros parques empresariales para la nueva actividad que tenemos. Se realizó la carretera Azucarera-Interhorce, se han realizado Acerados, aparcamientos, limpiezas, mantenimiento de estos, jardinerías, pavimentación, instalación de fibra óptica en todos los Parques, reordenación de tráfico, iluminación.

También hemos instalado, en donde el TSJA nos lo ha permitido, la **primera fase de la video vigilancia de los Parques Empresariales**, proyecto que iniciamos su andadura hace diez años, cuando iniciamos APOMA, y que la empresa Elecnor terminara su instalación dentro de dos meses, con una adjudicación a dicha empresa a principio de este año por una cantidad de 280.640,67 €, colocándose 29 cámaras que se repartirán por los Parques Empresariales Guadalhorce, Santa Barbara y Azucarera. Esto permitirá controlar estas zonas desde las siete de la tarde a las siete de la mañana, de lunes a viernes, mientras que los fines

Las necesidades de los Parques Empresariales



TRIBUNA

Sergio Cuberos Lara

PRESIDENTE DE APOMA



de semanas, estarán operativas las 24 horas. Las cámaras de un sistema antivandalico, dotada de visión nocturna y capacidad de alcance para reconocer matrículas para facilitar además la labor de investigación de los cuerpos policiales, siendo las imágenes controladas desde el centro Municipal de Emergencias, situado en la calle la ERA, desde donde los agentes de la policía Local de Málaga manejan las que ya están operativas en el centro histórico de la capital.

En nuestros más de nueve millones de metros cuadrados de superficie **trabajan a diario más de 40.000 personas en las 3.950 empresas**, que se encuentran instaladas en nuestros Parque Empresariales siendo estas de los más distintos sectores: el 35 % de las empresas instaladas son ya de ámbito tecnológico, unas 1.350, según el estudio realizado por la CEM, (Confederación de empresarios de Málaga). Existe una gran cantidad de empresas distribuidoras (24%), talleres, ITV, empresas diseñadoras, industrias textiles, empresas de construcción, talleres metalúrgicos, hoteles, restaurantes, ocio y comercio como las que están en el Parque Empresarial Málaga Nostrum, o nuestra propia China Town dentro del Parque Empresarial Guadalhorce, que es

que se pueda construir ya que al ser publicado los reales decretos que dieron luz verde al Plan Hidrológico de las Cuencas Mediterráneas Andaluzas, entre las que esta el Guadalhorce y al plan de Gestión del Riesgo de Inundación de la zona, aprobados con carácter definitivo por el Consejo de Ministros, y sobre los que la Asociación de Polígonos Industriales y Parques Empresariales (APOMA) ha interpuesto recurso contencioso-administrativo ante el Tribunal Supremo, y ante el Tribunal Superior de Justicia de Andalucía contra los mapas de peligrosidad por inundaciones y los mapas de riesgo de inundaciones de las cuencas Mediterráneas Andaluzas.

Dejando en mínimo la posibilidad de desarrollos de suelos industriales en Málaga ya que en el PGOU de la ciudad, casi todo el suelo dibujado como industrial está afectado por dicho plan hidrológico, así como de otros grandes proyectos de suelo industrial en Alhaurín de la Torre (ciudad aeroportuaria) y en Cartama. O que el vial distribuidor, elemento complementario a la hiperronda, es el eje vertebrador del bajo valle del Guadalhorce, conectando la A7 y el acceso norte del aeropuerto y dando acceso a poblaciones como Churriana, Alhaurín de la Torre, Cartama con Mercamálaga, centro de Transporte, aeropuerto y los Parques Empresariales, la longitud total prevista es 6,1 km y adjudicada desde el año 2009 aún no se haya iniciado por no haberse librado el dinero.

Los parques empresariales dan trabajo a 40.000 personas y piden soluciones al plan de inundaciones, a los retrasos en las recepciones y a la pasividad del Gobierno central

2. El Ayuntamiento de Málaga que aún no ha recepcionado muchos Parques Industriales como El Viso, San Luis, La Estrella, Sta Teresa, Villarosa, etc o las altas repercusiones que le meten al desarrollo urbanístico del suelo (cargas), que hacen inviables poder hacer industrial el poco espacio que se pudiera desarrollar por la repercusión de estas cargas en el precio. O el desdoblamiento de calle Rosamunda que aun después de años de caravanas, aún no ha realizado ni el proyecto de esta.

3. Al Gobierno central ya que después de haber aprobado en consejo de ministro hace un año y medio los Planes Hidrológicos y el Plan de Gestión de las cuencas Mediterránea y de sus medidas correctoras para poder dejar de ser zona inundable, solo ha realizado declaraciones sobre que no es competencia suya ya que fueron recepcionadas por la Junta de Andalucía y que la carretera donde está el famoso puente de la Azucarera, el cual tenía que haber sido modificado después de las inundaciones, ahora es competencia municipal.

Pues aun así con estos políticos con tan poca visión del futuro empresarial industrial de Málaga, los empresarios seguiremos trabajando para crear más puestos de trabajo y hacer más competitiva nuestra economía malagueña.

el mayor de Andalucía con más de 2,5 millones de metros cuadrados y con una estación de tren de cercanías dentro y a un kilómetro del aeropuerto internacional de Málaga, a dos kilómetros del puerto y a cinco kilómetros del PTA; o sea una situación estratégica envidiable.

Pero con estas buenas perspectivas, **tenemos un futuro lleno de nubarrones** y nunca mejor dicho, debido a nuestros políticos y a su nula preocupación y planificación del futuro y estos grandes nubarrones son:

1. Declaración de zona inundable por la junta de Andalucía, imposibilitando en sus planes de inundabilidad el

TU AGUA



NO SE TIRA

TU AGUA ES ACOSOL

Porque en Acosol **damos vida al agua** que te llevamos, depurándola y volviéndola a usar.

Acosol abastece, produce y depura.

www.acosol.es



Rafael Ollero

Director de programas de formación y perfeccionamiento del Instituto I. de San Telmo de Málaga.

«La formación de un empresario es la mejor inversión para afrontar el futuro»

► Más de 1.100 empresarios y directivos de Málaga y casi 3.000 de Andalucía Oriental han pasado por sus instalaciones

LA OPINIÓN MÁLAGA

❏ Dirigir una empresa, ¿requiere formación continua?, ¿hay que reciclarse? o es algo que del día a día, sin necesidad de actualizarse.

R La dirección de una empresa como cualquier profesión se perfecciona con la experiencia y con la mejora de las capacidades de las personas que las dirigen -conocimientos, habilidades y actitudes-. La mejor manera de perfeccionar estas capacidades es a través de la formación. Hoy en día las empresas necesitan nuevos liderazgos para hacer crecer a los equipos de las mismas, que marcaran la diferencia, para crecer y mejorar su rendimiento. La formación continua en este contexto juega un papel fundamental ya que las empresas se enfrentan a nuevos entornos de incertidumbre y cambio permanente lo que obliga al empresario y directivo a estar preparado para reconocer las necesidades del cambio, asumirlo y sobre todo actuar o lo que nosotros llamamos «hacer hacer». Por otro lado, hoy en día vemos que en las empresas cada vez hay un mayor grado de desjerarquización- aplanamiento de las estructuras- lo cual precisa de personas cada vez más preparadas, que se sientan lideradas o dueños de sus propios liderazgos. Por tanto podemos decir que la formación para un empresario/directivo no acaba nunca y que mejorar sus capacidades directivas es la me-

jor inversión para afrontar el futuro.

❏ ¿Qué ofrece el Instituto Internacional San Telmo en Málaga al sector?

R El Instituto San Telmo con su sede de Málaga ofrece desde los primeros años del 2000, una serie de programas de larga duración, tanto de formación- Master y Pymex-, dirigidos a personas jóvenes con poca experiencia, generalmente en puestos de menos responsabilidad pero que en un futuro están llamados a ser las personas que ocuparán los niveles más altos de la dirección de las compañías. Así como de perfeccionamiento- Alta Dirección y Programa de Desarrollo Directivo-, que se enfocan a empresarios y directivos con más experiencia y niveles de responsabilidad mayores. Todo esto lo complementamos con unos Programas de actualización y reciclaje permanente dirigidos a los Antiguos Alumnos. Durante estos años ya han pasado por nuestros programas más de 1.100 empresarios y directivos de Málaga y casi 3.000 si lo extrapolamos a otras provincias andaluzas limítrofes. Además, me gustaría destacar dos actividades que aunque son más recientes también cubren la necesidad de formación de la Alta Dirección, que es nuestro core business, los programas de Alta Dirección impartidos en Marruecos y la Cátedra de Mejora Continua creada por la empresa Mayoral. Asimismo, el Instituto Internacional San Telmo ofrece Programas a medida o In company enfocados a grupos de direc-



Rafael Ollero.

tivos de la misma empresa.

❏ ¿Cómo repercute todo ello en el tejido empresarial malagueño?

R Las empresas malagueñas han entendido que la formación es un driver estratégico de excelencia-competencias- y de compromiso, palancas fundamentales para el cambio. Desde esta perspectiva, modestamente, les esta-

mos ayudando a que en su orientación al crecimiento sostenible busquen márgenes, valor añadido a su productividad y generen riqueza para sus empresas y por tanto para la sociedad. Asimismo estamos ayudando a las empresas malagueñas tanto a retener como a atraer talento lo cual es una gran oportunidad para Málaga. Finalmente, me gustaría

Invierte en ti para transformar tu negocio



José Antonio Capitán
Director General Grupo Capitán

«Me llevo una mochila cargada de muchas ideas y herramientas»

• En San Telmo vi la posibilidad de mejorar mi formación, conocer nuevas experiencias y tener nuevas ideas que trasladar a mi negocio. Al finalizar me llevo una mochila cargada de muchas ideas y herramientas que estoy empezando a aplicar en mi empresa para conseguir mejores resultados. Es increíble lo que se puede aprender en un aula con las experiencias que aportan otros empresarios y directivos.



Miguel Mena
Director General Menbur

«Mis expectativas han sido ampliamente superadas en San Telmo»

• El día a día de nuestras empresas nos hace focalizarnos en el corto plazo. Esta escuela de negocios nos rompe la rutina y nos hace ver y analizar nuestra empresa desde otra perspectiva. Desde este nuevo enfoque vemos oportunidades y amenazas que nos hacen en muchos casos cambiar el rumbo. Yo ya conocía San Telmo de otro programa y aun así mis expectativas han sido ampliamente superadas.

destacar dos aspectos relevantes para Málaga y sus empresarios. Por un lado, las actividades formativas que realiza el IIST tienen un ámbito nacional e internacional lo cual se traduce en una mayor relación con otros empresarios e incluso, facilidad para colaborar y abordar nuevos mercados. Por otro lado al ser nuestra sede de Málaga la receptora de Programas Internacionales de empresas hechos a medida, porque ellos han demandado esta ciudad, permite colaborar en la Marca de Málaga como ciudad y favorece el posible interés de las compañías de nuestra ciudad en esos mercados.

❶ Bajo su experiencia, ¿qué necesitaría mejorar el empresario para ser más competitivo?

❷ El empresario malagueño, al igual que en el resto de España, debe buscar una mayor dimensión y apostar por el crecimiento, para ser más competitivo. Numerosos estudios nos dicen que la dimensión, la internacionalización y la Innovación están relacionados y se retroalimentan. Pero no hay que olvidar que para que una empresa se haga más grande primero pasa por ser mediana y parte de una Pyme que es lo que predomina en nuestra provincia. Para hacerlo de forma exitosa debe incidir en la profesionalización del equipo humano, la mejora continua, la satisfacción del cliente así como alcanzar la adecuada estructura financiera. Sin embargo, lo que estamos notando en el IIST, es que sobre la base del desarrollo del Parque Tecnológico, la apertura de Málaga al exterior y ahora el desarrollo de iniciativas para fomentar las star-up, el tejido malagueño es cada vez más competitivo.

❸ La mujer ha irrumpido en los últimos años con fuerza en el panorama empresarial y laboral. ¿Se forman para puestos directivos o es una asignatura pendiente aún?

❹ La mujer se forma para puestos directivos y vemos como en nuestros programas el número de mujeres es mayor cada año. El problema surge al analizar cuantas de esas mujeres realmente están ocupando responsabilidades de Alta Dirección o dirigiendo empresas. Si tenemos en cuenta que hoy en día casi el sesenta por ciento de las personas que salen de la universidad son mujeres y que sólo un quince por ciento de las grandes empresas están dirigidas por mujeres, el desequilibrio es muy alto. Sin embargo lo que si hemos constatado es que las empresas familiares dirigidas por mujeres es mucho mayor, según estadísticas asciende al treinta y cinco por ciento, ya que son el colectivo que más viene a nuestros programas. Para intentar fomentar la participación de mujeres en nuestros programas y sobre todo para intentar una mayor presencia de las mismas en puestos de dirección hemos creado, el

el IIST, una Cátedra de Mujer, Empresa y Sociedad

❺ Salimos de una crisis económica dura, ¿qué han aprendido los empresarios de este periodo?

❻ Yo creo que la principal lección aprendida y de manera global ha sido darse cuenta que hay que hacer las cosas bien y estar preparados para lo que pueda venir del entorno en el desarrollo su actividad de hay la importancia de la formación. Si vamos a cosas concretas los empresarios han aprendido a eliminar los gastos superfluos y sobre todo a ser más eficientes- conseguir mejores resultados con menos gastos- eliminando la grasa y generando más músculo comercial y financiero, también a ser más flexibles y no dejar escapar ninguna oportunidad de negocio y sobre todo a cuidar más a los clientes. Los empresarios que han superado la crisis hoy son mejores empresarios y les ha servido para darse cuenta que no se pueden hacer tonterías pero también ha servido para que los trabajadores valoren su puesto de trabajo

❻ ¿Cuáles son las previsiones de San Telmo de cara al futuro?

❼ Las previsiones de San Telmo de futuro será que los escenarios de actuación para las compañías, seguirán siendo inciertos y que nos enfrentamos a cambios permanentes donde la tecnología e internet jugarán un papel fundamental y donde la forma de dirigir nuestras empresas deberá ser diferente si queremos obtener resultados. Todo esto, más que verlo como una amenaza ,ya que tenemos que acostumbrarnos a competir con menores márgenes y una competencia global, debemos enfocarlo a las oportunidades que se van a presentar y que marcarán la diferencia entre unas empresas y otras ya que sobrevivirán aquellos que sean capaces de detectarlas y aprovecharlas. Desde San Telmo también miramos el futuro con optimismo y además de ampliar nuestra oferta formativa queremos potenciar nuestra Sede de Málaga como referente para programas In company internacionales de las grandes empresas globales como Coca Cola, Carrefour, Nestlé, etc. Además de continuar impulsando los programas en Marruecos, queremos desarrollar alguna catedra sobre temas especializados como Turismo. Finalmente quiero mencionar nuestro compromiso con Málaga y sus empresas intentando ayudar a los empresarios no solo con acciones formativas, sino con actividades como el Foro del Mediterráneo que contribuyen a dinamizar el tejido empresarial malagueño. Nuestro compromiso es total porque además queremos colaborar en la imagen de marca de Málaga como ciudad y creemos de manera modesta que lo hacemos aportando valor a través de la formación.



— Invierte en ti para transformar tu negocio —



Pedro García
Director General
Los Malagueños

«Soy más analítico, reflexivo y efectivo en las decisiones»

- una de las cosas que me llevo del programa es haber aprendido a si-

tuar a los trabajadores en el sitio adecuado, delegar y saber coordinar. El día tiene 24 horas y aunque se intente no se puede convertir en un día de 48 horas. Es fundamental crear el equipo de trabajo y delegar.

De forma más personal a mí me ha servido para templarme más como persona. Soy más analítico, más reflexivo y en consecuencia soy más efectivo en la toma de decisiones.



Rafael Torres
Director Promoción
Andalucía Grupo
Insur

«El programa AD1 me ha aportado herramientas para ser mejor»

- El programa que realicé en San Telmo me cayó inicialmente como

un excepcional bálsamo. Sin embargo, hoy he de reconocer que este programa AD1 en particular y San Telmo en general, me ha aportado herramientas para ser mejor. Mejor profesional, mejor esposo, mejor amigo, mejor hijo, mejor padre, mejor compañero. Esas herramientas son «pautas» y «criterios» que estoy deseando aplicar y contar ahí afuera.



Iván Domínguez
Director General de
Pont Grup

«Esta experiencia me ha hecho crecer en mi faceta personal como directivo»

- Pasar por las aulas de San Telmo suponía una magnífica oportunidad

de mejorar mi formación y habilidades como directivo.

El análisis de tantos casos me ha permitido aprender tanto de sus errores como de sus éxitos, y ponerlos en relación con mi propia empresa.

Esta experiencia me ha hecho crecer en mi faceta personal como directivo y espero poder estar a la altura para aplicar este aprendizaje dentro de mi empresa.

Carlos Díez de la Lastra

Director de Les Roches en Marbella. Escuela Internacional de Alta Dirección de Hotel. Con 18 años de experiencia dentro de la formación, desde hace cuatro años está al frente de esta universidad en la que asegura haber conocido la excelencia

«Formarse en Les Roches asegura un punto de partida y progreso»

► Desde la última edición cuentan con un programa de marketing y turismo de lujo y en octubre arranca un postgrado executive en dirección hotelera para aquellos que no pueden desplazarse por motivos profesionales

LA OPINIÓN MÁLAGA

📌 **Número dos dentro del ranking mundial en empleabilidad en la industria de hostelería y turismo por parte de QS World. No hay mejor carta de presentación.**

📌 Ha sido una sorpresa porque no sabíamos que la acreditadora tenía un área de hostelería y lo han hecho por primera vez. Es muy riguroso ya que hace miles de entrevistas dentro de la industria y son profesionales y expertos del sector los que nos han definido. Es una combinación de factores: tradición, 60 años de historia y prestigio formando a directivos capaces de manejar servicios de lujo. Esa es nuestra especialidad.

📌 **Cada alumno logra unas cinco ofertas de empleo al terminar sus estudios. Suena a utopía que esto suceda al terminar la universidad.**

📌 Llevo dedicado a la formación universitaria 18 años y es la primera vez que veo la excelencia. El ratio de cinco propuestas no lo había visto en ninguna universidad y se logra porque el profesional sabe comportarse de una manera muy particular. Un alto directivo me dijo que los clientes de tan alto nivel necesitan un servicio en el que les traten como un amigo del alma pero, por cualquier circunstancia, ese mismo cliente puede que al día siguiente quiera que le sirvas con una distancia muy grande rozando casi el servilismo. Es eso lo más difícil de encontrar y aquí lo obtienen.

📌 **Entre los objetivos de Les Roches usted mismo señala «dotar al alumno de la educación de más alto nivel para impulsar su desarrollo personal, intelectual y profesional». ¿Cómo se consigue esto?**

📌 Primero con disciplina. Los alumnos a las 8.45 horas están en fila como si fuera el ejército y les revisan la ropa, zapatos... Hay normas muy estrictas con respecto a la vestimenta y si tiene un comportamiento inadecuado se le quitan puntos. Cada alumno tiene seis puntos y si los pierde, es expulsado. Cada semestre expulsamos a unos 5 o 6 alumnos.

Otro eje es la humildad. Quieren ser directivos pero están sirviendo y para ello hay que tener humildad y pasan por cada una de las funciones que luego van a dirigir. Tienen que entender todos los puestos,



El director Carlos Díez de la Lastra. | L.O.

disfrutar y sufrir en cada uno de los trabajos para no dirigir desde la distancia. Por último está la conexión con el mundo profesional. Nosotros formamos para un sector complejo y muy rápido a la hora de tomar decisiones y es muy valioso conocer la realidad. La casuística del día a día es difícil cogerla en libros tienes que hacerlo practicando. Cuando estas tres cosas se logran hacen el cambio, las grandes cadenas lo perciben y valoran. Solo tienen que explicar el detalle, el alma de la compañía porque el saber estar ya lo tienen.

📌 **¿Estudiar en Les Roches es asegurarse el futuro?**

📌 Por supuesto, según las estadísticas te abre las puertas. Muchas padres vienen y dicen que van a hacer el esfuerzo y yo respondo que nada más salir no serán directivos de hoteles, solo en algunos casos, pero sí les garantizo que si se forman con nosotros habrá un punto de partida mayor y un progreso más rápidos. Damos un plus pero el nivel lo define el estudiante.

📌 **¿Cuál es el perfil de los alumnos?, ¿qué no debe faltar?**

📌 El último semestre hubo 76 nacionali-

dades en el campus. el año pasado de burkina faso para cubrir el mapa del mundo. Hay muchos que terminan su periodo escolar y y empiezan su formación universitaria entre los 17 y los 18 años, dependiendo del país. Otros vienen de experiencias universitarias que no son satisfactorias y después, en algunos casos, hacen una segunda carrera o profesionales que se reciclan. En el posgrado, en cambio, ya han hecho turismo u otra carrera y vienen a formarse con nosotros e incluso hacen un parón en su formación. Con respecto a qué no puede faltar, tiene que gustarle las personas. Es muy importante para dar servicios conectar. También tiene que tener flexibilidad y apertura de mente. Si es racista, xenófobo o actitudes de incomprensión tampoco le recomendamos que estudie con nosotros. Aparte de esas cosas, suma tener actitud de trabajo, pasión, un pequeña base de análisis o idiomas. Pero esto se lo podemos dar, el resto no.

📌 **¿Qué cree que debería hacer la Costa del Sol para ser más competitivos?**

📌 Tenemos una base de producto como destino maravilloso y no somos conscien-

te. Un clima único que, si lo combinas con el nivel de seguridad, servicios hoteleros y experiencia somos una potencia turística a la que nuestra cultura les ayuda mucho. Lo que falta es que no le hemos dado la importancia que tiene al turismo, no tenemos Ministerio de Turismo siendo el mayor motor y no hay una estrategia fuerte con apuesta decidida. Además, las playas deberían estar perfectas y el destino limpio. En un lugar de lujo como Marbella, por ejemplo, hay que vestir el entorno para acompañar. No podemos competir en precio con el Norte de África ni en infraestructuras porque se gastan lo mismo para construir pero la diferencia es la seguridad y el alrededor.

📌 **De los cuatro lugares en los que está presente Les Roches (Suiza, EEUU, China y España) ¿qué aporta al alumno formarse en Marbella?**

📌 Suiza es la cuna de este tipo de escuelas, después fue España que el destino más potente en desarrollo turístico y mejor ejemplo de buenas prácticas. Shanghai es el mayor emisor futuro de turistas en el mundo. El futuro lo va a marcar esa cultura y ya estamos allí presentes y desde el año pasado tenemos una pequeña experiencia en Chicago ya que la transformación del sector hotelero y tecnología está allí. Cualquier alumno puede saltar de una sede a otra.

📌 **El turismo se recupera de una crisis pero afronta nuevos retos. ¿Cómo cree que evolucionará?**

📌 El turismo va a crecer a un ritmo del 5 por ciento en los próximos 20 años a nivel mundial y eso es una barbaridad. El turismo va a ser una fuente de crecimiento económico y la clave es saber dónde. Los flujos repuntan en un país o en otro según influya el terrorismo, por ejemplo. Por la situación político y social del Norte de África, España es uno de los países más potentes pero eso es cíclico. Hay que hacer que esa experiencia para que sea de valor para que cuando el mercado se normalice al turista no le merezca la pena irse. La transformación digital ha incrementado de manera exponencial el número de turistas y no ha disminuido la ocupación hotelera. Gente que antes no viajaba ahora sí lo hace, lo que falta es regular todo porque no es justo que estén con reglas distintas.

¿QUÉ DIFERENCIA UNA EMPRESA 5 ESTRELLAS DE OTRA EMPRESA 5 ESTRELLAS?

En Les Roches no sólo preparamos directivos.

Formamos líderes capaces de marcar la diferencia en la empresa en la que trabajen, en el país donde residan, en el continente que elijan.

"Yo soy
la  que
marca la
diferencia"

- ☆ Grado en **Dirección Hotelera Internacional** 4 especialidades
- ☆ Postgrado en **Dirección de Marketing para el Turismo de Lujo**
- ☆ Postgrados en **Dirección Hotelera Internacional**

Centro Universitario Suizo

Universidad Top 3 mundial en empleabilidad (QS Ranking 2017)
5 ofertas laborales por alumno


les
Roches

MARBELLA • SPAIN

lesroches.es

Málaga en Europa

Convergencia La capital de la Costa del Sol ha recibido desde 2009 más de 50 millones de euros de la UE en diez programas y la urbanización de su Centro, pero está lejos de la media en el PIB per cápita, indicador clave

nes desde principios del siglo XIX y que acababan arrastrando al resto del continente, lo mejor era vincularse en un gran espacio económico que, poco a poco, caminó hacia una unión política. Y, cada vez que un nuevo país se une, la idea es ayudarlo a converger. Eso pasó desde que España se sumó al club en 1986 y de ello, claro está, se han beneficiado tanto Andalucía como Málaga. La provincia es hoy, indudablemente, el corazón económico andaluz y uno de los polos de crecimiento del país, pero la crisis inmobiliaria y sistémica que azotó a todo el mundo, incluida la Costa del Sol, ha hecho que su convergencia en relación a los parámetros españoles y europeos sea lenta, costosa, difícil. De hecho, hasta 2008 la cosa iba bien, pero el tren descarriló en cuanto comenzaron a caer los chiringuitos financieros y promotores en todo el mundo.

Un dato lo explica bien: el PIB per cápita de la UE en 2007 fue de 27.800 euros; en Málaga era de 18.302 euros. En 2014, este indicador en la Eurozona era de 30.100 euros, mientras que en la provincia ascendía a 16.384 euros. En 2008, primer año de la crisis, el PIB per cápita de la UE era de 29.600 euros, frente a los 18.498 de la provincia. En términos relativos, el PIB per cápita de Málaga en 2008 suponía el 62,5% del de la UE; en 2014, era del 54,43%, es decir, la convergencia, debido a la crisis, había retrocedido varios puntos porcentuales y eso significa que la riqueza media, también.

No obstante, Málaga es un polo de atracción turística y económica para toda la Unión Europea, porque más allá del turismo, que ha sufrido la crisis pero sigue tirando del carro; y de la construcción, que se recupera pero nunca volverá a alcanzar los niveles de frenesí inmobiliario previos a la crisis, en la ciudad hay una importante apuesta por la economía del conocimiento y del I+D+i, lo que se concreta, por ejemplo, en el Polo Digital o el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), donde empresas de todo el mundo se instalan para producir aquí.

Converger es llegar a un mismo punto desde destinos distintos sitios. Es una transición, un viaje o, como diría un literato, un paseo. Esa es la idea fundacional de la Unión Europea (UE) desde que grandes mentes políticas se sentaron en una mesa en Roma en 1957 y concluyeron que, para acabar con las matanzas periódicas en las que se metían franceses y alema-

José Antonio Sau
MÁLAGA



LAS CLAVES DE MÁLAGA EN LA UNIÓN EUROPEA

EL PIB PER CÁPITA DE MÁLAGA, EL 54,43% DEL DE LA UE
Convergencia

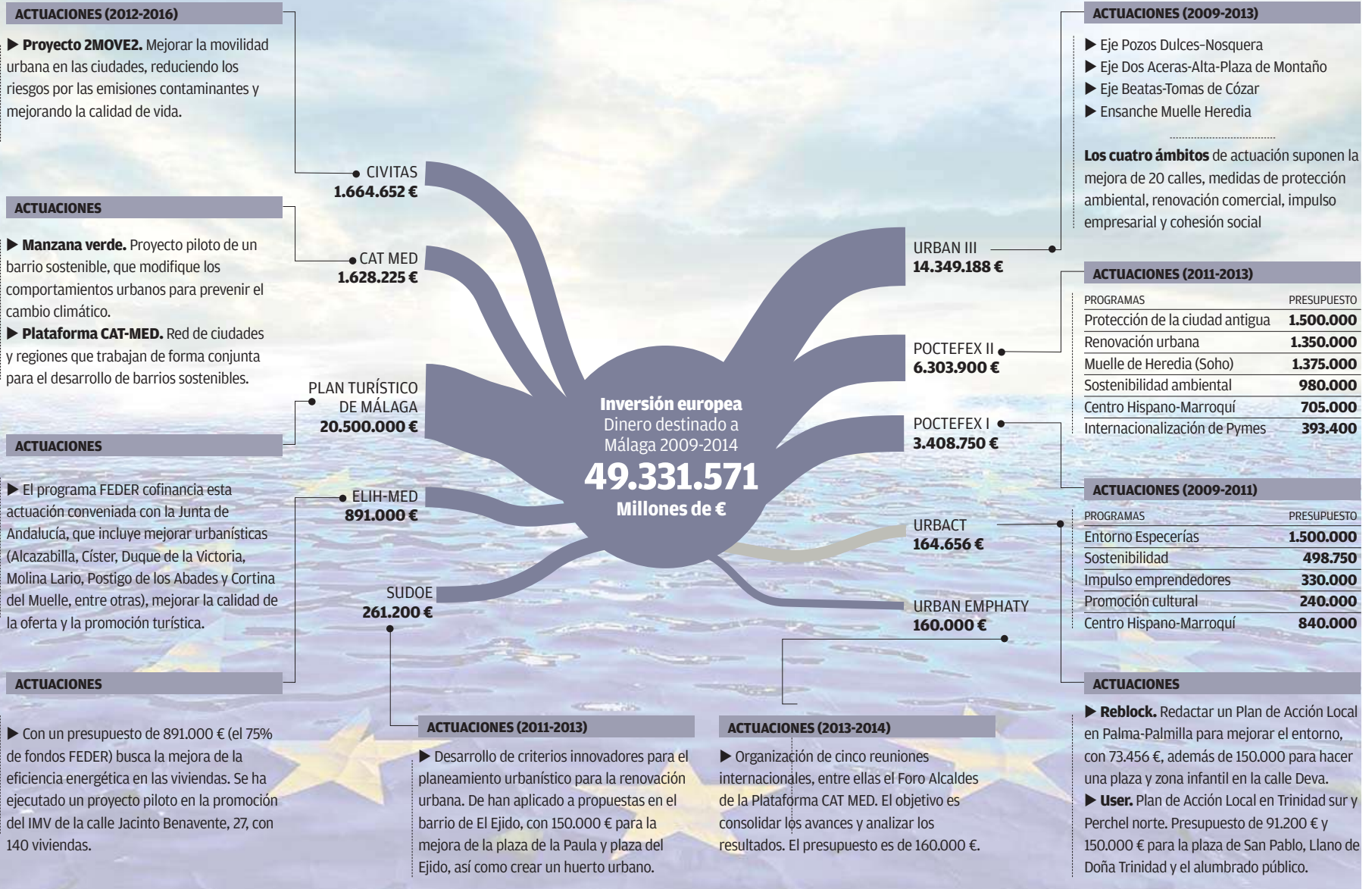
1 En 2008, el PIB per cápita de Málaga suponía 62,5% del de la Unión Europea; tras la crisis y tomando como referencia el año 2014, supuso un 54,43%, con lo que las políticas de convergencia siguen teniendo muchos aspectos por limar, pese a que la provincia ha sido muy beneficiada por la entrada del país en la Unión Europea.

PLANES EUROPEOS Y PEATONALIZACIÓN CON DINERO EUROPEO
Inyección económica

1 Málaga ha recibido desde 2009 más de 50 millones de euros para diferentes proyectos. Por poner un ejemplo, en torno a medio centenar de calles han sido reformadas o van a serlo a medio plazo, con sumas de la UE. Se trata de buena parte de las peatonalizaciones del corazón urbano, lo que tiene un impacto directo en la vida de los malagueños. Además, la capital de la Costa del Sol participa en diez planes europeos, la mayoría relacionados con la calidad de vida y la sostenibilidad urbana

Inversión realizada o en marcha de la Unión Europea en la ciudad

DIEZ PROGRAMAS EUROPEOS REALIZADOS EN MÁLAGA



Fuente: Observatorio del Medio Ambiente Urbano (OMAU)

► LA OPINIÓN

Eso sí, Málaga y Andalucía reconocen la importancia que los fondos de cohesión de la Unión Europea han tenido en su desarrollo. Ese dinero es el estímulo que necesitaba una economía exhausta en 1985, poco diversificada, basada en el ladrillo, el campo, la mar y el turismo y escasamente competitiva. El salto ha sido tal que Andalucía, muy castigada por la crisis y el paro y con desequilibrios sociales muy pronunciados, ha dejado de ser región objetivo uno de estas subvenciones a serlo en transición: ¿hacia qué? Volvemos de nuevo al concepto de convergencia, de camino, de paseo.

Desde 1986, la autonomía ha recibido 40.000 millones de dinero europeo. Parece casi nada en tanto tiempo, pero esa suma ha permitido a Andalucía superar la grave e histórica carencia de infraestructuras que impedía articular un territorio similar al de Portugal y dificultaba las conexiones con el resto de España. Se hicieron carreteras, infraestructuras hi-

Andalucía usó las primeras ayudas para hacer infraestructuras

dráulicas, mejoras en los aeropuertos y muchos kilómetros de vías de tren. En el periodo 2014-2020, Andalucía recibirá de la UE 9.357 millones de euros, un 22% menos que en periodos anteriores porque ahora, volviendo al símil del camino, andamos más rápido.

Una vez que se pusieron los cimientos básicos, llegó el turno de hacer una economía andaluza competitiva, diversificando la producción, orientando nuestra capacidad financiera hacia el conocimiento, con parámetros ecológicos y sostenibles y, desde hace relativamente poco, aunque sean unos años, hacia la Investigación y el Desarrollo. Son pasos lentos, pero se dan.

Por poner un ejemplo, desde 1994 se

han construido más de medio millón de kilómetros de vías de ferrocarril de ancho europeo y se ha conectado, verbigracia, Málaga con Madrid por Alta Velocidad (también con dinero estatal); otro ejemplo: desde 1994 y hasta 2009, se proyectaron 1.800 kilómetros de autovías, autopistas y carreteras, se construyeron más de 2.000 y se acondicionaron 1.300.

Málaga, por su parte, tampoco ha escapado, menos mal, de este dinero europeo. De hecho, la UE ha destinado a la ciudad casi 50 millones de euros desde 2009 invertidos en diferentes proyectos. Así las cosas, en torno a medio centenar de calles han sido reformadas, o van a serlo a medio plazo, con sumas de la UE. Se trata de buena parte de las actuaciones de peatonalización del corazón urbano, lo que tiene un impacto directo en la vida de los malagueños.

Asimismo, la capital de la Costa del Sol ha participado en diez programas europeos, la mayoría relacionados con el au-

La segunda parte del dinero se ha usado en ganar competitividad

mento de la calidad de vida y la sostenibilidad urbana.

Por otro lado, Málaga está entre las diez ciudades europeas con mayor calidad de vida, una exclusiva lista que encabezan Aalborg (Dinamarca), Viena (Austria) y Belfast (Reino Unido), según el Eurobarómetro de la Comisión Europea. Este estudio recoge la percepción de los ciudadanos europeos sobre sus ciudades. También recoge la opinión sobre elementos tales como la contaminación acústica, los espacios verdes o la limpieza, tres aspectos en los que Málaga suspende, aunque la capital de la Costa del Sol sigue siendo una de las más pujantes en los últimos años gracias a la transformación de su corazón urbano.

Un lugar para la inversión



TRIBUNA
Antonio Pedraza Alba

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN FINANCIERA
DEL CONSEJO GENERAL DE ECONOMISTAS

Aquella Málaga, como diría Steiner, urbe de lo secundario, de la banalidad y del saber instrumental, ya por fin desperezándose de su sueño de años. De la laxitud, abulia o procrastinación de la que siempre la tildaran su casta intelectualizada, aparentando tener la pócima mágica para despertarla, para en lo que dura un parpadeo sumergirla en la modernidad.

Hoy, sin embargo, estos augures, tan frecuente cosecha en el devenir histórico de la ciudad, prendidos siempre de las almenas de sus castillos en el aire, sobrados desde esas alturas donde solo se conjuraban quimeras, se frotan los ojos ante esta ciudad remozada y renacida, espabilada y fresca como recién salida de una ducha de madrugada.

Comenzamos refiriéndonos a la ciudad, la capital, porque no deja de ser el frontispicio que da nombre a una provincia, cuya franja costera siempre ha parecido marcar las pautas del desarrollo económico, quedando la metrópoli y el interior a expensas de lo colateral y tangencial que le llegaba. Al rebojo de un emblema y una marca que era Costa del Sol.

Y es que en la actualidad, la capital y la provincia, costa e interior, parecen darse la mano marcando sincrónico paso, de forma que el reclamo sale fortalecido como destino no solo turístico sino de recepción de inversiones o apuestas empresariales. Unido a ello, lo innegable de unas infraestructuras de comunicación modernas y de extraordinaria calidad. En este sentido, la ampliación del aeropuerto, su segunda pista son un exponente de posibilidades inmensas en cuanto a operatividad global, estando todavía sin uti-

lizar al máximo su enorme capacidad instalada, lo que entraña un recorrido de futuro que no alcanzamos a valorar.

El AVE, que se comprueba absolutamente saturado los fines de semana en su destino a la capital y con una media de pasajeros diaria que supera todas las previsiones. La red de autopistas y autovías, que nos acercan con comodidad al resto del país y que comunican las áreas de mayor desarrollo y capacidad de tracción de la provincia, especialmente su franja mediterránea. Un puerto remozado, donde la internacionalidad debe convertirse en factor vital, máxime con una posición geográfica que le convierte en prominente fachada de nuestra península y con una diversificación de actividades que pasan por las de cruceros, mercancías, contenedores, deportivas y ocio, amén de la subsistencia de la tradicional pesquera.

Este **elevado grado de desarrollo de las comunicaciones** puede estar permitiendo algo que comienza a ser perceptible, que disminuya la estacionalidad de nuestro turismo, al alargarse cada vez más la temporada veraniega extendiéndose a otoño y primavera. Independientemente de lo que el cambio climático y la moda de fraccionar las vacaciones estén contribuyendo a ello.

En definitiva, lo que parece constatado es que infraestructuras y comunicaciones están ampliando el margen del crecimiento de nuestra economía.

Pero existen unos focos de atracción o interés para el inversor, que no todos confluyen en nuestro entorno. Recayendo la responsabilidad, mayormente en las circunstancias que se dan en el país, en nuestra comunidad autónoma, o incluso



Seguimos con una excesiva carga burocrática y presión fiscal. Necesitamos estabilidad regulatoria y seguridad jurídica

en las administraciones locales. En este sentido, lo mismo que solemos sacar buena nota en factores como: medio natural y hábitat, en seguridad, calidad de los servicios educativos y sanitarios, estilo de vida, trato con los expatriados y grado de integración de estos. Sin embargo, las tornas se invierten en lo concerniente a epígrafes relativos a: **carga burocrática, estabilidad regulatoria, seguridad jurídica o presión fiscal**. En este último apartado y referido a los residentes extranjeros se echa en falta una discriminación positiva que suavice la obligación de declarar en España los bienes que se posean en el extranjero, la propia sujeción a los impuestos de patrimonio o de sucesiones. Para colmo, el trato diferente según la comunidad autónoma donde residan: asimetrías fiscales dentro del propio país.

La localización geográfica, el tamaño del mercado y el acceso desde el mismo

a otros países son factores en el punto de mira de aquellos que quieren jugarse su dinero invirtiendo. Teniendo en cuenta que la predilección de estos por sectores en concreto, se centra sobre todo en servicios e industria. Aunque **en la provincia comienza a destacar el empuje del sector primario**, con industrial auxiliar incluida, ello fruto de unas condiciones climáticas que han permitido el cambio a cultivos selectivos de mayor calidad en su demanda.

Algo a tener en cuenta, que en nuestro caso se da un grado de madurez del mercado inferior al que presentan provincias más saturadas, lo que confiere un potencial de crecimiento mayor. Aunque este deba venir unido inequívocamente a la productividad y en tal sentido a la competitividad. Por lo que el control de los salarios, de los precios (vigilancia de canales de distribución), la moderación de la inflación en suma, deben coadyuvar a las fortalezas que presenta la provincia, que se demuestran indudablemente mayores que sus debilidades.

Una de las características que se nos antojan vitales en el caso de nuestra capital y provincia es su ecosistema tecnológico, un magma que está latente y se percibe, con masa crítica suficiente para atraer inversores que buscan mayormente compañías emergentes de perfil innovador o un terreno abonado donde se puedan crear y establecer las nuevas. En este sentido ir de la mano las administraciones públicas, universidad y empresas pueden marcar un camino de amplio recorrido para un sector industrial renovado que no tiene nada que ver con el que nos caracterizara en otros tiempos.

Todo ello unido a la **esperada normalización del sistema financiero** y de una modernización en el mismo que están precipitando la competencia de Fintech, start up y canales alternativos, pueden hacernos concluir que corren vientos favorables para una provincia con unos diferenciales favorables y, en tal sentido, con un potencial que viene diversificando nuestra oferta y acabando con un monocultivo que era presa fácil de las crisis y los ciclos.

Escuela de Negocios cámara malaga Donde crecer como líderes

MÁSTERS Y PROGRAMAS DE EXPERTO

Administración de Empresas - Internacionalización - Marketing y Comunicación Digital - Máster en Ingeniería de Comunicaciones Móviles
Dirección Financiera - Idiomas - Comercio Internacional

Consulta nuestra amplia oferta para una formación de postgrado dentro un modelo inmerso en la realidad empresarial en: escueladenegociosmalaga.com

cámara Málaga

MÁS INFORMACIÓN: 952 211 673 | www.escueladenegociosmalaga.com

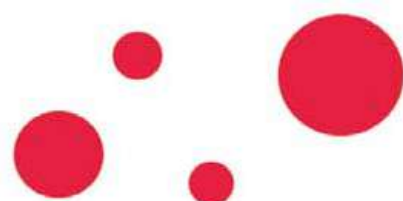
En el
Corazón
de Málaga...

ALEGRÍA
LUGAR DE ENCUENTRO
SOL

ARTE CATAS
SIMPATÍA MÁLAGA
PASARELA CULTURA AMISTAD
EL PIMPI BODEGA BAR
MALAGUEÑO TERRAZA CINE FLAMENCO
TERTULIAS TRADICIONES CINE MARISCOS
PINTURA ESPACIO ÚNICO DESFILES
REVOLUCIÓN DEL AMOR
POESÍA FIESTAS SENSACIONES
BAILE ESPACIO GASTRONOMICO
RECETAS PESCAITO FRITO
COCINA VIRGEN VERDIALES
SOLIDARIDAD TAPAS OLE
FERIA MODA VINO COSTA
DESFILES ES MEROC DEL
GASTRONOMIA VINO SOL
CORAZÓN DE MÁLAGA SAVOR
PRODUCTOS DE LA TIERRA MÁLAGA

El Pimpi

...un lugar para
todos



Emprender para crecer en Málaga



TRIBUNA

Enrique de HoyosPRESIDENTE DE AJE MÁLAGA.
CEO DE TDSISTEMAS.

Emprender se ha convertido en una opción real de futuro en la que los jóvenes creen, ya quedaron atrás esas estadísticas universitarias en las que el 70% de los encuestados querían hacer una oposición para ser funcionarios. Los últimos años, coincidiendo con la crisis económica, el espíritu emprendedor se ha visto estimulado de formas muy variadas: por el ejemplo de algunos jóvenes exitosos, por el esfuerzo de organizaciones públicas y privadas, y también por la necesidades de crear un puesto de trabajo que de otra forma se veía escaso y complicado, pero siempre con la ilusión de crear un proyecto propio que te hiciera ver el futuro con esperanza.

Muchos han seguido este camino

del emprendimiento, unos han conseguido crear su propia empresa y hacerla funcionar, otros no, pero todos han aprendido de la experiencia.

Ahora que hemos logrado crear nuevas empresas, nos encontramos con una barrera difícil de franquear. Resulta que **la gran mayoría de las empresas de nuestra región tiene un problema de tamaño**, son demasiado pequeñas y por tanto menos competitivas. No pueden aplicar economías de escala y no generan suficientes recursos propios.

Sin duda hay factores que hacen que en Málaga y en España en general sea difícil crecer con una empresa, especialmente si es una empresa de reciente creación, como son la política fiscal y las dificultades para acceder a la fi-

nanciación, pero no vamos a hablar de esto, hoy vamos a poner el foco en el ámbito de la empresa y vamos a ver cómo puede crecer una empresa.

Para ello lo mejor es recurrir a los estudiosos de la materia y en este aspecto aporta mucho el profesor estadounidense **Philip Kotler**, Catedrático de la Universidad de Northwestern, autor de numerosos títulos sobre la materia es considerado uno de los padres del marketing moderno.

Kotler establece ocho formas de crecer para una empresa:

- 1) Aumentar la cuota de mercado: mejorar proceso de trabajo y de venta que nos haga captar más clientes que la competencia.
- 2) Aumentar el compromiso de las personas vinculadas con la empresa: clientes, usuarios, socios.
- 3) Potenciar tu marca: cuanto mayor sea el valor de tu marca mayor será el valor percibido del producto.
- 4) Crecer innovando: la innovación, que se nutre de la creatividad, es la única manera de seguir el ritmo a un mercado que no para de evolucionar.
- 5) Internacionalización: los mercados cada vez son más globales y especializados, las tecnologías han reducido los costes e internacionalizarse ya es una opción para las medianas y pequeñas empresas, siempre que sigan una estrategia adecuada.
- 6) Fusiones, alianzas y adquisiciones: no debemos empeñarnos en hacerlo todo solos, podemos mirar a nuestro alrededor para buscar alianzas que

Si mejoramos el tamaño de la nuestras empresas seremos más competitivos a nivel global, lo que traerá más diversidad y estabilidad

complementen nuestra empresa y nos abran nuevos mercados.

7) A través de la Responsabilidad Social Corporativa: conlleva valores positivos que vinculan el cliente a la empresa.

8) Colaboraciones con la Administración: puede aportar solidez a la empresa, pero hay que estar preparados y especialmente en nuestra región necesitamos prever posibles retrasos en el cobro. Se recomienda tener un buen reparto del negocio en entre cliente público y privado para evitar problemas de liquidez en este sentido.

Estas maneras de crecer no son excluyentes entre si, de hecho suele ser una combinación de algunas de ellas lo que realmente hace crecer a las empresas. Lo que si está claro es que hay que aplicarlas y seguir esforzándonos por hacer crecer nuestras empresas.

Si mejoramos el tamaño de la nuestras empresas seremos más competitivos a nivel global, lo que traerá más diversidad y estabilidad a la economía de la provincia de Málaga, creando mayor riqueza y empleo.

SERVICIO DE ORIENTACIÓN JURÍDICO LABORAL

UNA GARANTÍA PARA EL MUNDO LABORAL Y SEGURIDAD SOCIAL

"Siempre dispone de un Graduado Social cerca de usted"

9:30 - 13:30h
(de lunes a viernes)

951 931 160

Ciudad de la Justicia
(Málaga)

Excmo. Colegio Oficial Graduados Sociales de Málaga y Melilla

graduadosociales.com



Juan Carlos Maldonado

Alcalde de Mijas. Con una situación económica saneada, la localidad tiene como motor principal el turismo en el que las playas y campos de golf adquieren un gran valor para sus visitantes al que se suma la estampa tradicional de Mijas Pueblo

«Mijas es un municipio moderno con esencia de pueblo andaluz»

► Uno de los retos que afronta la localidad es alcanzar el pleno empleo de calidad durante todo el año



El alcalde de Mijas, Juan Carlos Maldonado.

LA OPINIÓN MÁLAGA

► ¿Cuáles son las posibilidades de futuro en Mijas?

► La situación económica del municipio con las arcas saneadas y la deuda cero nos permite apostar por un futuro claro para Mijas: por un lado las oportunidades de inversión y por otro la idea de aliviar la carga impositiva a los ciudadanos para que aumenten su posibilidades económicas desde el punto de vista de mayor disponibilidad de consumo interno. La confianza que hemos impregnado en los empresarios ha provocado que podamos crecer y eso se debe a la situación de solvencia que atravesamos así como por el cumplimiento íntegro de los procedimientos administrativos, llevando como baluarte la bandera de la legalidad. Toda esta inversión privada se suma a las circunstancias de nuestro entorno como la anu-

lación del PGOU de Marbella que ha provocado que de forma indirecta inversores localizados en destinos de alto nivel vean a Mijas, también por proximidad, como un lugar importante para dejar sus ahorros y generar riqueza. También el trabajo conjunto con otros municipios del entorno de la Costa del Sol está ayudando a consolidar una misma marca y a mejorar las cifras de visitantes.

► ¿Qué sectores destacan en el municipio?

► Sin duda el motor económico de Mijas es el turismo y, por tanto, nuestros 14 kilómetros de playa adquieren un valor especial para el visitante que busca el sol, así como los 13 campos de golf con los que contamos que nos permite recibir turistas amantes de este deporte con alto nivel adquisitivo. Este último segmento nos ayuda, principalmente, a luchar contra la estacionalidad al igual que la bella

estampa de pueblo típico andaluz que supone Mijas Pueblo. A estos tres factores muy pronto les vamos a sumar nuevas tácticas que nos permitan ampliar horizontes. La Universidad de Málaga está inmersa en la elaboración de nuestro Plan Estratégico de Turismo con el cual queremos dar un impulso a nuestros puntos fuertes y descubrir y potenciar nuevos segmentos. Todo esto unido va a permitir que nuestro destino sea en unos años un punto de referencia absoluto dentro de Andalucía y España.

► ¿Cuáles son los retos de la economía mijeña?

► Este equipo de gobierno tiene como objetivo alcanzar el pleno empleo de calidad y sostenible todo el año. Para ello hay una serie de cuestiones importantes en las que estamos trabajando. En primer lugar la de recuperar inversiones e infraestructuras que eran emblemáticas y reconocidas como por ejemplo el Hotel Byblos que va a generar 200 puestos de trabajo directos y 500 indirectos. Además, podemos añadir lo que supone el desbloqueo del Parque Empresarial de Mijas que desde Urbanismo se está intentando recuperar aprovechando la anulación del POT. De esta manera, Mijas podrá tener un espacio para empresas en una zona estratégica en la Costa del Sol conectando con intereses logísticos que nos permitan desarrollar nuestra industria del turismo pero también, evidentemente, servicios relacionados con la misma en un entorno avanzado donde podamos incidir en el desarrollo del conocimiento que nos permita exportar todo este valor añadido.

► ¿Cómo se llevan a cabo esas metas?

► A nivel turístico está claro que será el «Plan Estratégico» el que nos marcará la hoja de ruta pero, en el ámbito del desarrollo y el conocimiento, la apuesta de este Ayuntamiento y el horizonte que desea es el de recuperar el CIOMijas como centro de formación y como referente nacional en materia turística. Esto significa generar mano de obra cualificada y, por tanto, ser un destino competitivo, no solo por los esfuerzos de la administración local, sino también por el proyecto de la iniciativa privada para poder dis-

poner de ese centro para contar con mano de obra cualificada y que nuestros empresarios puedan ser competitivos frente la resto de municipios. Todo esto genera empleo de calidad y riqueza en la ciudad.

► ¿Es Mijas un municipio moderno?

► Sí, es un municipio moderno que ha sabido con destreza guardar la esencia de pueblo andaluz, lo que le genera un valor añadido importante, sobre todo, desde el punto de vista turístico. Mijas ha crecido mucho en el campo de cultivo de los derechos de las personas. Los mijeños tienen una mentalidad avanzada que permite que convivan en total armonía 125 nacionalidades diferentes. Desde Servicios Sociales e Igualdad hemos logrado dar grandes pasos en pro de dotar de los mismos derechos a todos los mijeños y, a su vez, desde Urbanismo e Infraestructuras estamos trabajando para llevar esa igualdad al ámbito de las urbanizaciones, para que todos los residentes, vivan en el punto de Mijas que vivan, puedan disfrutar de los mismos servicios. Prueba de ello es el 'Plan de recepción de Urbanizaciones' así como el impulso de las canalizaciones de abastecimiento en las zonas rurales. Mijas es un lugar moderno que conserva su esencia y eso es lo que lo hace tan atractivo, especialmente, al turismo residencial.

► ¿Cómo cree que perciben a Mijas desde España y Europa?

► Mijas es internacionalmente conocida y así lo he podido constatar en todas las ferias de turismo a las que he asistido. Aparte de esa imagen de pueblo andaluz, es muy admirado a nivel internacional el grado de buena convivencia entre culturas. Somos un ejemplo de integración dignos de ser modelo en otras sociedades civiles. Todo esto está permitiendo que nuestro turismo crezca porque, además de la diversidad que existe y la amplia oferta en todos los ámbitos y segmentos, la seguridad que hay en el término municipal y la confianza que genera hacer las cosas bajo el paraguas legal llama la atención de todos aquellos que buscan el buen clima, especialmente, a la hora de jubilarse. Somos un pequeño paraíso al sur de Europa.

VÉLEZ-MÁLAGA

Dos años de políticas participativas

Impulsar el Parque Tecnoalimentario, peatonalizar el centro de la ciudad o crear la Oficina del Intermediación Hipotecaria, algunos de los proyectos del equipo de gobierno

LA OPINIÓN MÁLAGA

■ Tras dos años de Gobierno tripartito, la localidad de Vélez-Málaga, gobernada por el PSOE, PA, GIPMTM y un concejal no adscrito, hace balance de estos primeros 24 meses de mandato, un ciclo marcado por las políticas participativas y próximas a los vecinos de la localidad.

El alcalde del municipio, Antonio Moreno Ferrer, y el primer teniente de alcalde, Marcelino Méndez-Trelles, destacaron algunos de los proyectos que se han impulsado en este tiempo como la peatonalización del centro de la ciudad, la puesta en marcha de la Oficina de Intermediación Hipotecaria, la consecución de los fondos de la Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado (EDUSI), el impulso al Parque Tecnoalimentario, con el 80 por ciento de suelo ya reservado, o retomar el proyecto del tranvía, entre otros.



Foto de familia del equipo de gobierno de Vélez-Málaga. L.O.

Hasta 10 millones de euros recibe la localidad a través de los fondos EDUSI, una cuantía que dedicará a diversas actuaciones dentro del municipio como el la renovación del casco histórico de Vélez o el entorno del antiguo castillo de Torre del Mar.

Anivel cultural, el gobierno actual también ha dotado de nuevas infraestructuras a la localidad como la puesta en marcha del Museo de la Ciudad, Muvel, con más de 1.700 piezas sobre la historia del municipio y la comarca. O incide en actividades de promoción como el 30 aniversario de la prestigiosa Fundación María Zambrano para mostrar la vida y obra de la pensadora. Una actividades que comenzó el año pasado con la figura de Cervantes en la Vélez Ciudad Cervantina.

En materia de empleo, las políticas llevadas a cabo han logrado que 2.000 veleños consigan un puesto de trabajo. Además, para fomentar la participación ciudadana se puso en marcha el Consejo Social de la Ciudad que cuenta con medio centenar de representantes de entidades, colectivos y diversas personalidades que permiten la puesta en marcha de los presupuestos participativos.

Anivel deportivo y medioambiental, la localidad también ha hecho esfuerzos estos años atrás con la eliminación del «tasazo» de portivo o la transformación del Parque María Zambrano, que será un miniparque de las Ciencias y las Letras.

conoce
VÉLEZ-MÁLAGA
www.velezmalaga.es

ALH. DE LA TORRE

La ciudad del emprendimiento

El municipio está inmerso en una nueva transformación que apuesta por el talento y la mejora empresarial

L. O. MÁLAGA

■ Alhaurín de la Torre pone la directa hacia su segunda gran transformación. Una vez consolidado el municipio entre los más pujantes de la provincia y con mayor calidad de vida, ahora toca dar el salto con su nuevo sello de calidad y excelencia: convertirse en la ciudad del emprendimiento, del talento y de la mejora empresarial.

Sin duda alguna, fruto del esfuerzo y de la visión de futuro del Ayuntamiento de Alhaurín de la Torre, con el apoyo de los agentes sociales y entidades privadas de la localidad, esta va a ser la legislatura de la apuesta clara emprendimiento joven, del apoyo a la industria innovadora, del deporte, la cultura y la

participación ciudadana. Al Consistorio, encabezado por el alcalde, Joaquín Villanova, le avalan numerosos proyectos e ideas y poco a poco irán llegando inversores e iniciativas que apuestan por el I+D+I y por nueva industria agroalimentaria, por poner solo un ejemplo.

Desde hace un par de años se ha intensificado la celeración de foros y seminarios especializados, cursos de innovación y reciclaje de empresarios y emprendedores, un fuerte impulso a la industria cultural y de las artes, así como ha tenido lugar la inauguración y dinamización del Vivero Municipal de Empresas, del Edificio de Promoción y el Edificio Inteligente.



FusionFresh, Edificio de Promoción. LORENZO CARNERO

En esta legislatura, además, se ha puesto en marcha un amplio paquete de medidas para estimular la participación ciudadana, (reglamento, ordenanza de transparencia y buen gobierno, consejos sectoriales y una oficina específica), así como la aplicación de incidencias «Línea Verde» y el desarrollo de herramientas para fomentar la administración electrónica y la interactividad con la ciudadanía a tiempo real.

Alhaurín de la Torre, igualmente, está entre los municipios elegidos para con-

vertirse en Smart City, al haber sido incluida en el programa Smart Costa del Sol del Gobierno.

Dando estos pasos hacia la modernidad y la vanguardia, de acuerdo a una concienzuda planificación estratégica por parte del Ayuntamiento, Alhaurín de la Torre está logrando que el futuro ya sea presente y que, en breve plazo, nuestro municipio adquiera el marchamo de ciudad residencial excelente, sostenible, saludable, creativa y competitiva.

**ALHAURÍN DE LA TORRE:
CIUDAD DEL EMPRENDIMIENTO Y EL TALENTO
EL FUTURO YA ESTÁ AQUÍ**

**VIVERO DE EMPRESAS
ALHAURÍN DE LA TORRE**

Edificio de Promoción

LA PLATEA

INAUGURACIÓN CENTRO DE OCIO Y ARTES LA PLATEA

**Ayuntamiento de
ALHAURÍN DE LA TORRE**

Málaga genera confianza, y **la confianza es sin duda la mejor marca para una ciudad y una provincia.** Ese aspecto, construido con esfuerzo en los últimos años con la contribución de muy diversos sectores, nos ha hecho convertirnos en un lugar atractivo para el exterior.

Una confianza que nos ha permitido crecer exponencialmente y uno de cuyos cimientos fundamentales es una red de infraestructuras y comunicaciones a la altura de muy pocas grandes ciudades europeas. La red de carreteras, el tren de alta velocidad, el puerto de Málaga, uno de los aeropuertos más importantes de España o el Metro son algunos de los ejemplos de un sistema de comunicaciones que es una de las piedras angulares de un futuro próspero para una ciudad y una provincia.

Sin duda los motores económicos de Málaga y su provincia están directamente relacionados con esta capacidad de conexión y accesibilidad desde cualquier parte del mundo y a través de cualquier medio de transporte. Y con esa base se ha apoyado fundamentalmente el turismo, un sector turístico que ha sabido crecer con sentido común, con respeto y con calidad, factores que han consolidado el destino Málaga y Costa del Sol como uno de los más reconocidos y valorados mundialmente.

Málaga «necesita cabeza» para seguir siendo líderes en turismo, porque si llegar es complicado, mantenerse en el liderazgo lo es aún más. No debemos conformarnos y debemos seguir apostando por la recualificación, la calidad en el empleo, la renovación de nuestros diferentes segmentos y la innovación aplicada al sector.

Lo hemos hecho bien: somos un destino que ha ido añadiendo a los atractivos tradicionales de sol y playa más alicientes para atraer a distintos tipos de público. El turismo cultural encabezado por el Museo Picasso de Málaga, el turismo de naturaleza con

Málaga genera confianza



TRIBUNA

José Luis Ruiz Espejo

DELEGADO DEL GOBIERNO
DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN MÁLAGA



La Marca Málaga ha ido añadiendo a sus potencialidades otras muchas facetas que han supuesto una diversificación de su oferta y de sus atractivos para generar riqueza encontrando de este modo otros sectores económicos de gran pujanza

ingredientes como el Caminito del Rey, el turismo patrimonial con el Sitio de Los Dólmenes como primer lugar de la provincia en ser patrimonio Mundial de la Unesco, son ejemplos de que hemos sabido ir un paso por delante de las necesidades del mercado para conseguir nuevos atractivos.

Pero la Marca Málaga ha ido añadiendo a sus potencialidades otras muchas facetas que han supuesto una diversificación de su oferta y de sus atractivos para generar riqueza encontrando de este modo otros sectores económicos de gran pujanza.

Uno de ellos es el **sector agrícola y ganadero** de la provincia de Málaga que, a pesar de la gran crisis económica vivida en España en los últimos

años, ha sabido reinventarse y adaptarse a los nuevos tiempos convirtiéndose en otro de los pilares fundamentales de Málaga.

Los datos son inequívocos: el sector agrícola y ganadero de la provincia de Málaga alcanzó el último año una producción cercana a los 900 millones de euros, unos resultados que se fundamentan en una creciente optimización de los procesos productivos, una importante inversión en la industria agroalimentaria y, cómo no, una constante mejora en la calidad de los productos del campo malagueño. Con el turismo vivimos de cara a la costa, pero nuestro interior de la provincia nos ofrece los mejores productos agroalimentarios, con unas empresas también líderes en sus respectivos sectores.

Málaga es también uno de los principales enclaves a nivel nacional e internacional en el **sector de las nuevas tecnologías y la investigación** y el desarrollo gracias al Parque Tecnológico, que no sólo ha logrado ser una plataforma de lanzamiento para el talento local, sino un polo de atracción para las grandes multinacionales en el campo de las telecomunicaciones, y queremos liderar también la nueva revolución de las smart cities, siendo laboratorio para muchas de las tecnologías que hoy se ensayan pero que en los próximos años serán la realidad con la que conviviremos.

Hemos construido unos buenos cimientos, sobre los que ha ido creciendo un edificio de buena base, consolidado, arraigado en un entorno en donde se respeta y protege el medioambiente y en el que se cuida la calidad. Todo ello nos hace afrontar con esperanza el futuro de los próximos años, en los que el talento de nuestros jóvenes será fundamental para afrontar los desafíos que nos marca una sociedad cada vez más digitalizada y global, en donde las respuestas deben ser eficaces, rápidas y también de forma globalizada. Málaga, por su carácter, por su gente, por su experiencia, asume el reto con confianza.



Organización Impulsora Discapitados

*** es**

¿quieres trabajar?

En la OID hay
trabajo para todos,
personas con discapacidad
y sin discapacidad desempleadas

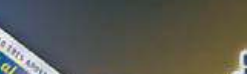
MÁLAGA ESTEPONA

952 275 851 952 792 710

TELÉFONO NACIONAL
902 113 883

visita nuestra web
www.oid.es

teléfono nacional **902 113 883**
www.oid.es - www oidtv.com



#YoSoyOID

#LaOIDTeToca

#BoteBeloto



Imagen de Puerto Banús, Marbella.

MARBELLA

Lista para un verano de récord

Con cinco playas y un puerto deportivo con banderas azules y diversos eventos, la ciudad afronta la temporada con una oferta de primer nivel

LA OPINIÓN MÁLAGA

■ Marbella es símbolo de calidad y de excelencia turística y de nuevo este año se ha preparado para un verano de récord. Cinco playas y un Puerto Deportivo con banderas azules, grandes eventos como conciertos o galas benéficas como la Global Gift, una infraestructura turística de primer nivel y una oferta en todos los sentidos inigualable conforman un cóctel que de nuevo atraerá a miles de visitantes hasta el municipio.

Las previsiones apuntan de nuevo a un verano extraordinario para la ciudad y, en este sentido, desde el Ayuntamiento se está trabajando para dar respuesta a las demandas de los turistas que visitan la ciudad en los meses de temporada alta.

Los datos son muy optimistas y apuntan a un 95% de ocupación media hotelera durante el mes de julio, que subirá hasta el 98% durante agosto, con picos en ambos casos del cien por cien. Para septiembre se prevé un 90% y en octubre un 80%, ya que la temporada se suele es-



tirar cada vez más.

Las playas ya están a pleno rendimiento y en perfecto estado después de un gran esfuerzo realizado por las administraciones competentes para que presenten su mejor aspecto pese a los temporales que han azotado este año el litoral del municipio.

Junto a las playas, la ciudad cuenta con grandes atractivos y una magnífica oferta e infraestructura turísticas, de las

más modernas del mundo, que satisfacen las altas demandas de los visitantes más exigentes.

A ello se añaden quince campos de golf, 600 restaurantes con una oferta gastronómica internacional (con hasta cuatro establecimientos que suman cinco Estrellas Michelin en total), tiendas exclusivas que colocan a la ciudad en los primeros puestos por facturación entre los destinos españoles de compras de lujo y un entorno natural e histórico que sorprende por su riqueza.

¿Quién da más? Pues sin duda, Marbella. Que también cuenta con una importante oferta de eventos sociales, culturales y musicales, como grandes conciertos, con los mejores artistas internacionales, o el paso de muchos famosos por sus galas benéficas, como la Global Gift, con Eva Longoria y María Bravo.

Una oferta que llenará de glamour las noches de Marbella y que dará un toque de distinción a una ciudad moderna, cosmopolita y que nunca deja de sorprender.

LAS CLAVES DE MARBELLA

Playas de bandera

1 Sin duda, los 27 kilómetros de litoral son uno de los grandes atractivos de Marbella, con playas magníficamente equipadas para todos los usuarios y que este año han vuelto a conseguir cinco Banderas Azules más la del Puerto Deportivo Virgen del Carmen. De esta forma, Marbella lidera el ranking provincial de Banderas Azules, con distinciones para Cabopino, Guadalmina-San Pedro, El Cable, Casablanca y El Faro. Este año el mantenimiento de los galardones ha supuesto un esfuerzo extra para conseguir que las playas presenten el mejor aspecto después de haber sufrido importantes temporales a lo largo del año. Todo dirigido a que el bañista cuente con la mejor de las experiencias en el litoral del municipio, con unas playas que disponen de todo tipo de servicios e infraestructuras para hacer más cómodo el baño y la estancia en las mismas. Sin olvidar que este año se han previsto de nuevo zonas de baños asistidos y otras dos playas caninas en El Pinillo y Ventura del Mar.

Regresan las inversiones

2 Las grandes inversiones turísticas regresan a Marbella como bien demuestran los dos recientes anuncios para la construcción del Hotel W Marbella y la reapertura, por parte del Club Med y Magna Hotels, del antiguo Don Miguel para primavera de 2019.

La apertura del hotel de lujo W Marbella, en una de las zonas más paradisíacas del municipio, es fruto del trabajo del equipo de gobierno para captar capital internacional, y marcará una nueva etapa para la ciudad, logrando afianzar su liderazgo turístico. El establecimiento, con una inversión de 150 millones, ofrecerá 200 habitaciones y convertirá a España en el único país europeo con tres hoteles, junto al de Barcelona y el ya anunciado en Madrid. La reapertura del emblemático hotel Don Miguel será otro hito en las inversiones turísticas para la ciudad, con una previsión de 70 millones de euros y la creación de 300 empleos directos.

Isabel Izquierdo

Marketing Manager de Frutas Montosa. La empresa abrió sus puertas hace más de 30 años y exporta sus productos, sobre todo el aguacate y mango, al mercado europeo

«El aguacate y el mango tienen aún mucho recorrido en Europa»

► Cuenta con más de 400 empleados y trabaja con 1.500 agricultores en la provincia

L.O. MÁLAGA

■ La clave para ser una de las empresas punteras dentro de los subtropicales es proteger el producto y su calidad «por encima de cualquier cosa», según Izquierdo.

❶ El aguacate, el mango y productos derivados como el guacamole o la salsa de mango les ha valido para posicionarse como uno de los gigantes del cultivo subtropical en el país. ¿Cómo lo han logrado?

❷ Montosa cuenta con más de 30 años trabajando por ofrecer un producto de calidad los 365 días del año. Desde el principio, Montosa se propuso ser una empresa diferente. Que no sólo honrase a los productores de siempre, sino a una tradición que unía continentes distintos a través de un sabor genuino. Protegemos el

producto y su calidad por encima de cualquier cosa, exigiéndonos una altísima responsabilidad trabajando codo con codo con nuestros productores. Quizá este sea nuestro secreto.

❸ La exportación es una de las fortalezas de Frutas Montosa, ¿Cuáles son sus principales países receptores? ¿Hay nuevas rutas o mercados previstos en el horizonte?

❹ Montosa está centrado en el mercado europeo. Países como Francia o Alemania tienen gran peso en nuestras ventas. Aunque los países asiáticos están descubriendo los productos y experimentando grandes crecimientos año a año, de momento no suponen una prioridad para nosotros.

❺ Ya hemos mencionado sus productos estrella, ¿contemplan en el futuro trabajar con nuevos productos o crear



Aguacates de Frutas Montosa. | L.O.

nuevos?

❶ Montosa es conocido por su carácter innovador, siempre estamos trabajando en nuevos formatos para conseguir satisfacer las necesidades de los clientes.

❷ Cuentan con 1.500 agricultores y más de 400 empleados, ¿qué impacto tiene Frutas Montosa en la economía local?

❸ Montosa lleva más de 30 años contribuyendo al crecimiento y desarrollo del origen español, motor económico y social de nuestra tierra. Junto con estos más de 1.500 agricultores y 400 empleados, hemos constituido una gran familia, una sociedad conectada para conseguir el mejor aguacate del mercado.

❹ ¿Cuáles son sus proyectos a largo plazo?

❺ Tanto el aguacate como el mango tienen aún mucho recorrido a nivel europeo. El descubrimiento de estos productos es reciente en estos destinos y la aceptación que estamos viendo es muy positiva. En países como Chile, el consumo por persona/año de aguacate es de unos 5 kilos; en España aún no llega a un kilo por persona/año. Aunque el sector ha avanzado mucho, creemos que aún tenemos un gran recorrido y grandes posibilidades de desarrollo. Además, la percepción de los consumidores es muy positiva por las cualidades que ambos productos tienen para la salud, siendo considerados *superfood* (producto healthy).

montosa
the avocado society

*Los 30 primeros años
no fueron más que el principio...*

www.frutasmontosa.com

Mijas

AYUNTAMIENTO
TURISMO

Mijas, sensaciones todo el año
Mijas, sensations all year round



||||| **Mijas, siente el mediterráneo** *Mijas, experience the mediterranean*

14 kilómetros de playas

Mijas tiene un amplio y cuidado litoral donde la combinación de playa, naturaleza y sol ofrece una experiencia muy agradable y especial, cumplimentado por una gastronomía marinera y la hospitalidad de su gente.

Las playas de Mijas lucen ocho banderas Q de Calidad turística, mientras que el resto del litoral posee la Certificación Medioambiental ISO 14001 que garantiza la conservación de los valores de nuestra costa.

🏌️ **Mijas, siente el green** *Mijas, experience the green*

12 Campos de Golf

Mijas ofrece a los aficionados a este deporte una de las mejores ofertas de Andalucía.

En cada uno de los campos los jugadores podrán elegir el handicap que mejor se adapte a sus condiciones.

Lo que tienen en común todos nuestros campos de golf es la luz que inunda los Greens y las temperaturas que permiten disfrutarlos todo el año.

🏡 **Mijas, siente la tradición** *Mijas, experience the tradition*

Ofrece al viajero el contraste entre la imagen tradicional de estas tierras y la adaptación a nuestro tiempo, todo ello sin perder la esencia. El paseo por rincones encalados, los patios, los jardines, las ermitas... el pueblo conserva el ritmo pausado y el encanto de antaño, cobijado por la sierra y extendiendo la mirada al campo y al mar.

Mijas Pueblo presenta una arquitectura típica andaluza con sus casas blancas en vivo contraste con el verde de los pinos de la sierra y el azul del mar mediterráneo.



Avda. Virgen de la Peña. 2A 29650 Mijas (Málaga)
Web: turismo.mijas.es - E-mail: turismo@mijas.es
Tel.: 952 58 90 34 - Fax: 952 58 90 35

La era de la incertidumbre



TRIBUNA

Felipe Romera

DIRECTOR GENERAL DEL PTA DE MÁLAGA

El desarrollo económico de la humanidad en los últimos 200 años ha estado ligado a las llamadas revoluciones industriales y estas se han producido por las innovaciones tecnológicas. Algunas de ellas han sido disruptivas y han causado olas de innovación que han transformado los lugares en donde se han ido produciendo. Observando la historia de Málaga podemos analizar que **se han producido cinco oleadas de innovación que están asociadas a cuatro espacios de la ciudad.**

Estos espacios son el Parque de Huelin, las playas de la Misericordia, el entorno de Intelhorce y el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA), en este lugar es donde se han desarrollado las dos últimas olas de innovación.

La característica de estas olas es que cada una dura la mitad de la anterior. Así

la primera duró 120 años, 60 la segunda, 30 la tercera, 15 la cuarta y 7 la quinta más o menos, pero lo cierto es que forman una serie convergente que ya ha colapsado. ¿Qué está empezando a pasar?, pues que **ahora se generan múltiples olas de innovación de forma simultánea** que se enhebran entre sí creando un ramillete de oportunidades, pero también de riesgos. Todas se producen casi en tiempo real. Las grandes transformaciones que han creado las antiguas olas permitían que la sociedad tuviera un cierto tiempo para adaptarlas. Ahora no es así, todo es más rápido y esto genera un gran nivel de incertidumbre.

Estas nuevas olas (el coche conectado, la inteligencia artificial, la robótica, el big data, la Smart City, la ciberseguridad, el blockchain, la industria 4.0, etc.) constituyen lo que se denomina la economía

digital o la cuarta revolución industrial, e influyen directamente en la sociedad que actualmente no está preparada para el gran cambio que se avecina. La desconexión de este modelo rompe la sociedad y favorece el desarrollo de los populismos. El mundo que viene, rodeado de incertidumbre, no es sólo más tecnológico o digital, sino que con todos estos nuevos atributos la gran incertidumbre es cómo se va a adaptar la sociedad a estos procesos de transformación y cambio. Aunque todos estos procesos son globales, su adaptación en los entornos locales constituye un elemento clave y fundamental

La pregunta sobre **¿qué va a pasar en Málaga en esta era de la incertidumbre?** es cada vez más relevante. No veo demasiada inquietud sobre este tema en las agendas políticas. Hay que preguntarse sobre todo cómo vamos a integrar a los desconectados de esta cuarta revolución industrial y cómo nos vamos a conectar a ella.

En este escenario la educación de nuestros ciudadanos se convierte en un objetivo fundamental. No sólo hay que mejorar y adaptar el sistema reglado, sino

que hay que preparar a las personas para que sigan aprendiendo a lo largo de toda su vida.

Esta nueva revolución digital necesita de unos profesionales formados en las disciplinas de ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas (acrónimo STEM en inglés) y la paradoja se produce porque en las últimas décadas, en todo el mundo, el número de estudiantes que optan a esos estudios disminuye. El caso de las mujeres es paradigmático porque todavía siguen siendo minoría en carreras como informática.

En el PTA observamos que ya ha comenzado una nueva era de innovación alrededor de estas tecnologías, donde cada día hay más empresas internacionales que se alojan en el recinto; en el Rayo Verde se están desarrollando las nuevas relaciones entre las empresas del Parque y los profesores y alumnos de la Universidad de Málaga; están apareciendo nuevas start-ups que utilizan estas nuevas tecnologías con la intención de ser más globales; el conocimiento universitario está más demandado por nuestras empresas y cada vez tenemos un entorno tecnológico más internacional. Son los primeros síntomas de lo que está por llegar pero, ¿cómo se va a desarrollar Málaga en esta nueva era de la incertidumbre?

Descubre la Ortodoncia invisible



Dra.
Concha Gross



gross
dentistas

952 220 775 • grossdentistas.com

 **Sonríe.**



Garum Motor

NUEVA GAMA SUV

Desde **13.490€**

Consulte Condiciones

Ford NUEVA GAMA SUV



Avd. Juan XXIII, 33 - Telf. 952 040 242
www.garummotor.com

7
AÑOS DE
GARANTÍA

B BOU HOTELS

Una estancia de ensueño

La apuesta por la calidad, el lujo por el detalle y la atención personalizada están presentes en todos sus hoteles: B bou Hotel La Viñuela & Spa y B bou Hotel Cortijo Bravo, y otro unido a la marca, B bou Hotel Molino del Arco en Ronda

L. O. MÁLAGA

■ Desde la experiencia de años al frente de un hotel de referencia en la Costa del Sol como es La Viñuela, una trayectoria reconocida con el premio Andalucía del Turismo al Mejor Empresario/a 2016 para María Herrero, co-fundadora del grupo junto a su hermano Andrés y otro joven empresario, B bou nace de la inquietud por compartir una forma diferente de viajar, sentir, disfrutar y vivir.

Sus dos espacios únicos en la Axarquía, **B bou Hotel La Viñuela & Spa** y **B bou Hotel Cortijo Bravo**, y otro unido a la marca, **B bou Hotel Molino del Arco** en Ronda, son únicos pero comparten una filosofía: la de enamorar al instante gracias a unas señas de identidad claras: la apuesta por la calidad, el lujo por el detalle y la atención personalizada, guiados siempre por la armonía y la pasión. B bou nace de un guiño, «somos boutique», pero el «be» queda abierto para que el cliente ayude a transmitir las sensaciones que experimenta; porque B bou es muchas cosas y ninguna, es atreverse a ser distinto y a sentir, es ilusión, deseo y sensaciones.

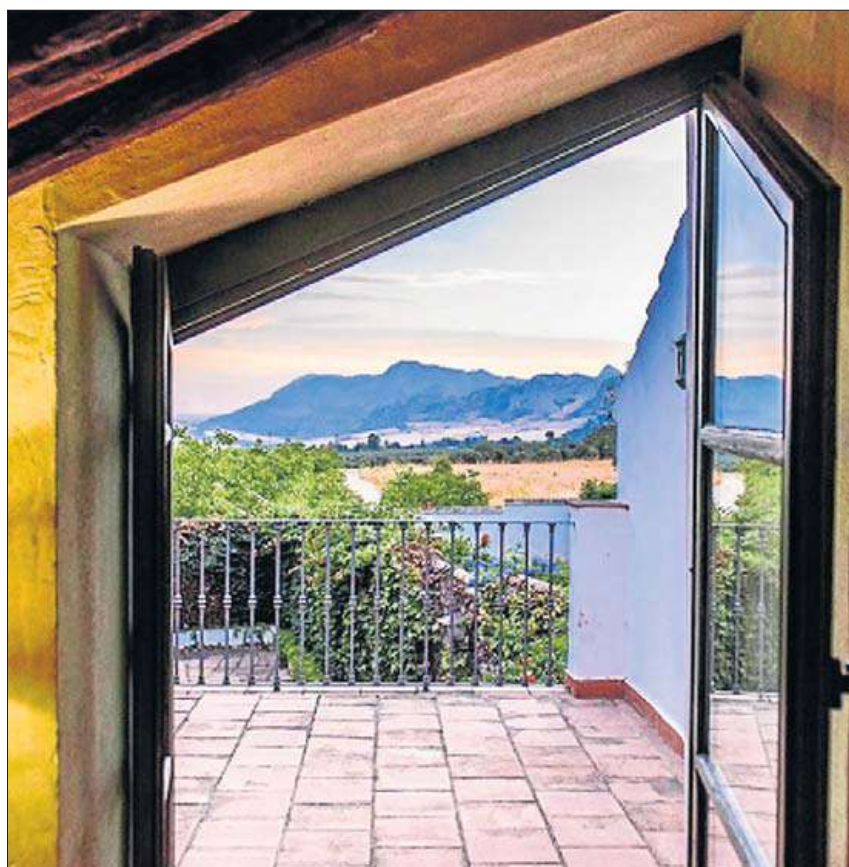
En sus hoteles se unen una arquitectura singular, espacios incomparables de la Costa del Sol, la Axarquía y la Serranía de Ronda, y actividades pensadas tanto para el relax absoluto como para el disfrute de la cultura y el turismo activo, ya sea recibiendo los mejores tratamientos en un spa privado a orillas de un hermoso embalse y junto al Parque Natural de la Sierra de Tejeda-Almijara (B bou Hotel La Viñuela & Spa); nadando en la preciosa piscina de un romántico cortijo andaluz del siglo XIX, entre aguacates y mangos y con la silueta de Vélez-Málaga y el Mediterráneo al fondo (B bou Hotel Cortijo Bravo); o paseando por el jardín de 10.000 metros cuadrados diseñado por Miguel Fisac que rodea a una antigua almazara cuya historia se remonta a la Reconquista de Ronda (B bou Hotel Molino del Arco).

B bou convierte sus eventos en únicos, como los espacios que los acogen, momentos para vivir en presente y recordar para siempre. Sea una boda, una sesión de coaching, una cena de trabajo o una reunión de amigos de la infancia. Cada propuesta se trata de manera cuidada y personalizada.

Además, B bou no se entendería sin



Imagen del B bou Hotel La Viñuela & Spa. L.O.



Vistas del B bou Hotel Molino del Arco, en Ronda. L.O.

la gastronomía, una de su máximas prioridades. Es el objetivo que lleva defendiendo más de tres lustros B bou Hotel La Viñuela & Spa, Mejor Establecimiento de Cocina Tradicional 2016 según la Academia Gastronómica de Málaga, y que el Chef Ejecutivo Manolo Ramos ha trasladado al resto de hoteles, ofreciendo unas señas de identidad comunes pero sin restar protagonismo a las especialidades de cada zona. La calidad en todas las etapas, el respeto por la materia prima, la coordinación con los proveedores para conseguir el mejor producto local de temporada y la fusión de sabores son las guías que definen a la gastronomía de B bou; una gastronomía con mucho Sabor a Málaga pero abierta al mundo.

La familia Herrero no descarta nuevos proyectos en otros bonitos espacios únicos como, por ejemplo, Posada de Ronda. Siempre, eso sí, manteniendo el alto nivel de calidad que le ha proporcionado reconocimientos como el premio Málaga Avanza 2016 de Onda Cero Radio porque, más allá que la conjunción de simples hoteles, B bou es un grupo fiel a su filosofía, que trabaja de manera continua para conseguir la felicidad del cliente.

SERTASA

50 años en la automoción

La empresa cumple medio siglo dentro del sector ofreciendo a los malagueños firmas de primera calidad y colaborando en proyectos solidarios

LA OPINIÓN MÁLAGA

■ Sertasa ha querido celebrar su 50 aniversario al servicio de la automoción malagueña, devolviendo a Málaga la emblemática firma británica Jaguar, para ello, tras una importante inversión, ha modernizado sus instalaciones, duplicando su superficie y adaptándola al siglo XXI incorporando las últimas tecnologías en todos sus departamentos.

La ampliación de sus instalaciones ha permitido prácticamente duplicar el capital humano que presta sus servicios para la firma Decana de la automoción de Málaga, lo que sin duda es una buena noticia para el mercado de trabajo.

En su afán de colaboración con la sociedad malagueña, Sertasa incorpora personal para todos sus departamentos de programas de inserción laboral solidarios como los llevados a cabo por Cruz Roja Málaga, lo que ayuda a me-



Fachada del concesionario de Sertasa en Málaga. L. O.

jorar su entorno social.

La incorporación de Jaguar a sus instalaciones permite a Málaga poder disfrutar del espectacular Jaguar F-Pace, galardonado por la prensa especializada como mejor SUV del año 2017.

Resulta difícil destacar algún modelo concreto de la firma británica de entre los demás, porque podemos encontrar desde la deportividad del Jaguar F-Type SVR con su motor de 5.000 CC y 575 CV a la elegancia del Jaguar XJ y del XF o la versatilidad del nuevo Jaguar XE.

Sertasa y Land Rover continúan de la mano apostando fuerte por un mercado que se ha mostrado acogedor con la firma de todo terrenos británica, que año tras años sigue mostrando su pasión por modelos como el rompedor Range Rover Evoque, el aventurero Discovery en sus dos opciones, el Sport y el New Discovery; como buques insignia de la marca británica los clientes encontrarán el Range Rover Vogue y el Range Rover Sport, los vehículos más elegantes y fornidos que se pueden ver llevando a la Familia Real Británica o subiendo por un terraplén imposible para otros vehículos.

Con esta importante inversión desde Sertasa esperan poder celebrar otros 50 años en la capital de la Costa del Sol haciendo realidad los sueños automovilísticos de miles de malagueños.



DESCUBRE
LA GAMA
JAGUAR
LAND ROVER
EN MÁLAGA

SERTASA

Av. Velázquez 321, 29004 Málaga
952 176 828

FUTURO PROBABLE

Once noticias posibles

¿Cómo será Málaga dentro de 50 años? ¿Qué noticias nos gustaría leer? En un ejercicio de imaginación y deseo, apoyado en cierta probabilidad, hacemos una proyección de once noticias que podrían ser posibles en el año 2067. Por lo menos que nos sirva para reflexionar sobre el futuro que queremos



Miguel Ferrary
MÁLAGA

En un ejercicio de imaginación, casi de ciencia ficción, nos ponemos en la piel de un malagueño que se dispone a leer el periódico en el año 2067. No irá al quiosco a comprarlo, sino con sus gafas de realidad aumentada, que le da acceso a la información de una forma sencilla e inmersiva. Se sentará en el parque urbano que hay en la Carretera de Cádiz, en unos terrenos que acogieron antiguos y olvidados bidones de petróleo y, a la sombra de un almecino, se sentará en un banco de un novedoso material desarrollado a partir de plásticos reciclados a leer las informaciones del día.

01

Málaga cumple su sueño de unir toda la costa con un tren

► La noticia esperada durante casi dos siglos de historia ferroviaria en la provincia de Málaga se pudo cumplir ayer con un solemne acto que inaugura el último tramo del tren entre Nerja y Estepona, que quedan unidas por un servicio de Cercanías de doble vía y en su mayor parte por un trazado soterrado. Tras superar numerosos obstáculos en su planificación y ejecución, los nuevos trenes eléctricos empezaron a funcionar ayer con la previsión de mover unos 300 millones de pasajeros al año en toda la línea y uniendo las principales poblaciones del litoral malagueño. El presidente del Gobierno destacó que se ofrece un servicio clave para consolidar el desarrollo turístico de calidad que se ha afianzado en los últimos años y el gran polo tecnológico desarrollado en la capital. Esta línea, que opera con trenes eléctricos de última ge-

neración y que apenas consumen energía, conectan toda la costa con el Aeropuerto de Málaga, que recientemente ha ampliado sus conexiones intercontinentales, y con la estación de tren, que desde hace seis años ha mejorado sus conexiones europeas gracias a la llegada de los trenes de levitación, que reducen el viaje a París en apenas una hora.

02

Derriban la última vivienda de Los Asperones

► El núcleo de Los Asperones ha tardado 60 años en desaparecer. Esta población, que se construyó con el cartel de provisional para acoger a familias desplazadas de barrios de chabolas, ha sido durante 60 años un ejemplo de la incapacidad política para dar una solución a sus habitantes. Los planes de empleo y educativos de los últimos quince años, así como una apuesta por la integración de las familias allí alojadas, ha permitido poner fin a este grupo de viviendas, que se encontraba ya en muy malas condiciones. José Herrera se convirtió en el último habitante de Los Asperones, para convertirse en un vecino más de la barriada del Nuevo Nuevo San Andrés, tras el derribo y reconstrucción de la barriada.

03

El bulevar Adolfo Suárez consigue la financiación para su terminación

► El sueño de crear un gran bulevar en la zona Oeste que sustituya a la avenida Velázquez parece que se verá culminada en los próximos años. La reconstrucción del distrito de la Carretera de Cádiz, con la renovación de barriadas que habían quedado en muy mal estado por el paso del tiempo, dar un salto definitivo con la terminación del bulevar. Siguiendo las re-

comendaciones del Plan de Movilidad, el diseño del bulevar será con cuatro carriles para bicicletas (dos por sentido), dos para transporte público, otros dos para vehículos eléctricos y dos para vehículos sin conductor.

04

Cierra la última gasolinera de la provincia en Antequera

► El puerto seco de Antequera mantenía hasta ahora la última gasolinera de la provincia, casi una rareza ya y que en los últimos años casi se había convertido en lugar de peregrinación de coleccionistas de coches antiguos, que veían en ella el único punto de repostaje abierto. Con su cierre, por la escasa actividad que tenía y el alto precio del combustible, sólo quedan en España otras ocho estaciones de servicio con surtidores de gasolina de 94 octanos Plus, la única permitida desde hace 20 años. El presidente de la Asociación de Coches Antiguos de Combustión, Manuel Gutiérrez, explicó que sus asociados se van a organizar para disponer de un surtidor que les permita alimentar sus vehículos y para ello han pedido una autorización al Gobierno. Gutiérrez recalcó que sólo será para uso exclusivo de los socios y estará abierta un único día de la semana, los domingos, que es cuando pueden circular este tipo de vehículos, únicamente con un fin recreativo.

05

Crece el comercio de cercanía como alternativa a las grandes corporaciones

► El comercio de cercanía sigue ganando terreno en Málaga con la creación de un nuevo mercado orientado a los productores locales y un auge de los pequeños talleres de producción. Tras la crisis económica del año 2014, en que la burbuja

de la logística mundial colapsó por los problemas de abastecimiento y el encarecimiento de los costes, se ha consolidado el comercio de cercanía. La apertura de pequeños talleres de producción local, aportando diseño y ejecución diferente a las grandes marcas y reduciendo los costes de distribución, han permitido ganar peso al mercado local. Esta tendencia, que comenzó a coger fuerza hace cuarenta años con el sector agroalimentario y la popularización de la iniciativa de 'La Colmena que dice Sí', esta tendencia se ha ido extendiendo a otros sectores. Lagunillas, Miraflores, Ciudad Jardín, Teatinos y El Palo se han convertido en importantes puntos de distribución de los productos locales, que han ganado en peso económico.

06

El metro plantea su ampliación a Ciudad Jardín y Puerto de la Torre

► Ya está sobre la mesa la ampliación de la red de metro desde la calle Blas de Lezo hasta Ciudad Jardín y desde la parada de Carranque hasta el Puerto de la Torre, dando así servicio a la nueva zona de expansión de la ciudad. Los proyectos tienen en cuenta la necesidad de dar servicio a nuevas zonas de la ciudad, que llevan más de una década reclamando la llegada de este medio de transporte. Para la ampliación a Ciudad Jardín se continuaría por el trazado en superficie que ahora termina junto al Nuevo Hospital Regional, con las nuevas máquinas sin catenarias que operan desde hace cinco años en Metro de Málaga. Además, se incluye un ramal desde Carranque en dirección al Puerto de la Torre, que saldría a la superficie a la altura de la barriada de Hacienda Paredes. Con este proyecto se consigue la segunda gran ampliación del Metro de Málaga desde que fuera inaugurado a finales de 2019. La primera fue

la incorporación de Campanillas y el PTA en la red desde el año 2031.

07

La peatonalización de la avenida Velázquez, para abril de 2068

► Los trabajos de peatonalización de la Avenida de Velázquez afrontan ya su fase final con el tramo que enlaza con la avenida de Molière. Los últimos 500 metros se ejecutarán en poco menos de un año, de forma que para abril de 2068 se pueda disponer de la gran plataforma peatonal desde la estación María Zambrano hasta la avenida Molière. Como en el resto del proyecto, sólo se permitirá el paso de las bicicletas por su carril bici y habrá un único carril por sentido para vehículos eléctricos. Pese a las protestas vecinales, al final se optó por desviar el tráfico de los coches sin conductor por las calles adyacentes, ante el temor de que compartir la calle con los peatones pudiera ocasionar más accidentes.

08

La Semana Santa de Málaga afrontará el año próximo el cambio de itinerario

► Los 47 hermanos mayores de la Agrupación de Cofradías de Málaga alcanzaron anoche un acuerdo histórico para cambiar el recorrido oficial y volver a recuperar el paso por la Alameda y la calle Larios, después de intensos debates durante los últimos dos años y tras las críticas al recorrido actual por estar ya saturado tras las últimas incorporaciones. El presidente de la Agrupación, Kevin González, destacó que se quieren recuperar entornos históricos como la Alameda, que aunque ya no cuenta con los ficus de las imágenes antiguas, desde que hace 40 años se sustituyeron por almecinos.

09

Culmina la rehabilitación de los Baños del Carmen

► Parecía que nunca se iba a terminar, pero al final ha sido posible completar la rehabilitación de los Baños Carmen, recuperando el viejo esplendor del balneario y manteniendo la zona de pedregal, tan característica de este entorno. Los nuevos Astilleros Nereo, recuperados hace 20

años por los herederos de los originales, siguen manteniendo la carpintería de ribera y se han convertido en una actividad protegida. Esta rehabilitación permite mantener un entorno muy querido por los malagueños y que llevaba 40 años sin tocarse después de que en 2027 se completase un proyecto de reforma que, pese a su ambición inicial, se centró en recuperar el edificio histórico y reordenar la zona verde.

10

La factoría de vehículos eléctricos alcanza su coche un millón

► La fábrica de coches eléctricos de Málaga completó ayer su coche cien millones, lo que convierte a las instalaciones de Tesla en líderes europeos en producción de este tipo de vehículos. El CEO de Tesla destacó que sigue vigente su apuesta por Málaga, que se encargará de la producción del nuevo modelo de esta marca, con una previsión de 500.000 unidades en los dos primeros años y que se combinarán con otros modelos.

Guadalmedina que aspira a ser definitivo, tras el fracaso de las propuestas presentadas en los últimos dos siglos. El planteamiento es de dejar el cauce abierto en la parte alta y cubrir la parte final, aunque tienen que desviar parte del caudal por un túnel que hay que construir en la base de la presa del Limonero. Pese al ingente presupuesto de este proyecto, el regidor estimó que podría acometerse en los próximos diez años

si se consigue el consenso adecuado. Una plataforma en contra del soterramiento del Guadalmedina ha iniciado una campaña para impedir este proyecto, mientras que la administración regional advierte de que lo tendrá que pagar el Gobierno. El Ayuntamiento de Málaga insiste en que ellos no tienen dinero y quieren colaboración leal para financiarlo.



11

Presentan un plan definitivo para darle uso al Guadalmedina

► El alcalde de Málaga ha presentado un nuevo Plan

Victor A. Gómez
MÁLAGA



La cultura ha sido considerada tradicionalmente en el ámbito de lo estrictamente artístico, como si lo 'único' que pudiera proporcionar es alimento para el alma, herramientas educativas y otras bondades fundamentales pero generalmente intangibles. Sin embargo, más allá del goce y satisfacción estéticas, diversas experiencias en el mundo han probado que **el hecho cultural puede situarse en el centro mismo de la estrategia económica y de promoción de una ciudad; ser, en suma, un motor de su economía de primer orden**, un factor de desarrollo que trasciende la experiencia cultural misma. La cultura puede ser, además de una necesaria herramienta de conocimiento, una estrategia comercial de primer orden; que los museos, festivales de cine y otras iniciativas de diversa índole cultural pueden funcionar como armas para el posicionamiento nacional e internacional de una ciudad.

Málaga se ha sumado a esta red oficiosa de ciudades que han entendido que lo mejor y más destacable que puede ofrecer una ciudad de sí es su acervo, su stock artístico, su conjunto de experiencias estéticas. Y es que el 70% de las

Málaga es Cultura

Estrategia. La apuesta por los museos y el cine ha contribuido a una reinvenición de la ciudad hacia dentro y hacia fuera, dinamizando y modernizando su imagen y diversificando su actividad

decisiones a la hora de elegir destino vacacional tienen en consideración la oferta cultural.

De ahí que en 2016 los museos más notables de la ciudad atrajeron a cerca de 900.000 visitantes (cifras sólo rebasadas por Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao, hasta ahora una liga a la que aparentemente no podríamos aspirar ja-

más) y la ciudad está encaramada en el top 5 del *hit parade* cultural que elabora anualmente la Fundación Contemporánea.

En realidad, la apuesta decidida por la cultura de Málaga viene de (relativamente) lejos. Concretamente, de cuando a la entonces alcaldesa de Málaga, Celia Villalobos, impulsó una cita cine-

matográfica que iba a ocupar un hueco clamoroso en el calendario cultural: el Festival de Cine Español (hoy En Español). Hoy, con la mayoría de edad cumplida, habiéndose convertido en la casa del cine español y buscando cada vez con mayor intensidad su horizonte natural, el cine latinoamericano, **podemos decir que Málaga es la capital del cine español**. Todo un logro, especialmente si tenemos en cuenta la excesiva centralización que suele aquejar al panorama cultural español. Justo aquí comenzó la operación para que Málaga empezara a ser un nombre que sonara a cultura.

El segundo hito que marcó el comienzo de la transformación cultural malagueña fue **la apertura del Museo Picasso Málaga, la aventura de gestión artística más sobresaliente, mejor ejecutada y más perfectamente desarrollada de todas y cuantas se han sucedido en nuestra ciudad**. Con la pinacoteca del Palacio de Buenavista, la ciudad dio el salto cualitativo y se autoconvenció de que debía exigirse la ambición y la excelencia. Las cifras avalan la aventura: más de 600.000 entradas despachadas cada año convierten a la pinacoteca en la más visitada de Andalucía, 30 millones de euros por temporada de impacto económico, según un estudio de la Fundación Ciedes y Analistas Económicos.

Curiosamente, el tercer hito fue un



**CONSTRUYENDO
EL FUTURO**





fracaso: la lucha por la Capitalidad Cultural Europea 2016. Málaga cayó en primera ronda pero la campaña del Ayuntamiento había calado en ciertos sectores de la ciudad. Por primera vez, diferentes gestores, talentos y hombres y mujeres de la cultura, gentes que casi siempre trabajan en la soledad de sus aventuras más o menos personales, se reunieron para poner en común preocupaciones, ideas y ambiciones. Aunque fuera sólo una vez. Y otro intangible: la cultura se coló en la primera línea informativa de la ciudad, abriendo las

portadas de los periódicos, trascendiendo ese estrecho espacio que da color y gracia a una primera página coronada por los temas supuestamente importantes de verdad; la cultura ya no era la exposición del artista más o menos afortunado, el recital más o menos vibrante y con más o menos entradas despachadas, sino un posible valor económico, un motor que había que engrasar y que podría devolver con creces, no sólo en términos de imagen y fotos, las inversiones que en ella se hicieran. Un motor, un factor de transformación so-

cial. A pesar del no de la primera ronda, había quedado claro que la cultura era algo *capital* para nuestro futuro inmediato.

Faltaba atinar, buscar la diana concreta hacia la que dirigir la flecha. Y el alcalde de Málaga, **Francisco de la Torre, pronto determinó el objetivo, el lugar al que apuntar: la ciudad de los museos.** Sin una estrategia concreta detrás pero sí notable entusiasmo y ambición, abrieron sus puertas el Museo Carmen Thyssen y las delegaciones del Museo de San Petersburgo y del Centre

Pompidou; grandes nombres, grandes marcas registradas de la cultura a las que asociar el todavía infalible nombre de Pablo Picasso. Así, se ha generado una red de museos (hay 37 en toda la ciudad) que buscan atraer al turista de la cultura y generar experiencias de ciudad, darle contenido a una urbe que hasta hace no tanto sobrevivía, en términos de imagen y promoción, de las sempiternas fórmulas climáticas y gastronómicas. Sólo el Ayuntamiento de Málaga invierte 10 millones cada ejercicio en mantener sus pinacotecas, pero es que las cifras de vuelta son importantes: por ejemplo, la actividad museística vinculada al turismo genera 450 millones anuales y 6.000 empleos. No son números nada malos para un puñado de cuadros y esculturas, ¿verdad?

En definitiva, **la apuesta por la cultura ha conseguido un triple objetivo:** por un lado, meter de lleno a Málaga en el pujante circuito del turismo cultural; de otro, modernizar y prestigiar su imagen, algo lastrada por el lugar común del sol, playa y espetos, y, finalmente, personalizarse, hacerse un hueco propio en el saturado mercado de nichos y destinos turísticos. A lo largo de estos años Málaga se ha dotado de una serie de armas para su reinvencción como ciudad y la diversificación de su actividad. Se ha ganado su futuro inmediato en sus propios términos.

REBAJAS

LOVERS



Ama lo que vistes. Ama lo que compras. Ama las rebajas de Larios Centro desde el 1 de julio.

Un centro comercial con
#muchorollito



La economía malagueña presenta una serie de fortalezas que, de aprovecharlas, deberían colocar a nuestra provincia en una muy buena posición de salida de esta crisis, y aún mejor si desde las administraciones públicas se diera el impulso definitivo tanto desde los presupuestos generales del Estado como autonómicos, con la complicidad firme y reivindicativa de los ayuntamientos; con visión y misión de ciudad.

En este sentido, la actividad económica, que en nuestra provincia presenta mejor dinamismo que en el resto de Andalucía, está vinculada a una actividad de sol y playa, y así llevamos décadas. No es menos cierto que el 85% del PIB provincial lo genera esta actividad.

Sin embargo, este sector productivo sufre un parón en seco en el momento que cruzamos la antigua Carretera Nacional 340, observando que Málaga vive exclusivamente mirando al mar, pero de espaldas a éste. Por eso **el desarrollo de una economía azul vendría a dar un valor añadido adicional** a una actividad en la que el beneficio personal del empresariado o el beneficio extractivo de las grandes cadenas hoteleras debería equilibrarse con la inversión y el desarrollo en la provincia.

Pero la situación cambia drásticamente si nos adentramos en las comarcas más deprimidas de nuestra provincia, caso de Ronda, Guadalteba o Nororma, en las que apenas se genera nueva actividad empresarial, y en las que el turismo rural de fin de semana no es suficiente para una población obligada a desplazarse para mejorar su nivel de vida, levemente, ante la escasa creación de empleos.

Por eso es tan necesario para Málaga que todas las organizaciones sociales y políticas trabajen priorizando actuaciones y fijando objetivos, **impulsando sectores productivos emergentes como la agroindustria y la transformación de sus productos**, - hoy sólo representa el 2% del PIB pro-

Mejorar le economía malagueña requiere voluntad política y empresarial



TRIBUNA

Fernando Muñoz Cubillo

SECRETARIO GENERAL DE COMISIONES OBRERAS MÁLAGA



vincial-, presentando un modelo sostenible de nuestro urbanismo rural y urbano, impulsando el peso de su PIB provincial por encima del 7%, y dando seguridad y estabilidad a un desarrollo productivo no dependiente de estacionalidades estivales.

En este sentido y como ejemplo, **el proyecto del tren litoral**, del corredor ferroviario mediterráneo o central, o el

soterramiento de las vías del puerto, le daría un impulso a la actividad empresarial malagueña, tanto en las comarcas más deprimidas como en el entorno del propio puerto de la ciudad, con una actividad de mercancías, que por activa o por pasiva, está en declive y en riesgo de desaparición.

El peso político que los partidos con amplia representación tienen en sus respectivos gobiernos del Estado y de Andalucía no es suficiente para impulsar nuestro desarrollo productivo. Y en este sentido, ni los presupuestos generales del Estado recogen partidas para el desarrollo de esta inversión ferroviaria, ni los presupuestos de la Junta de Andalucía implementan en sus presupuestos partidas económicas para llevar a cabo una verdadera industrialización de nuestra comunidad en su conjunto.

En este contexto, a la provincia de Málaga sólo le cabe esperar -como agua de mayo- a los inversores privados, y ejemplos los tenemos, unos inversores que no tienen reparos en exigir las modificaciones legales y de planeamiento urbano necesarias que garantice un beneficio privado, imponiendo sus condiciones al conjunto de malagueños y malagueñas, sometiendo a la ciudad de Málaga al beneficio extractivo de rentas. Llevándose el beneficio fuera de nuestra provincia e incluso fuera de nuestro país.

Eso sí, algunos en Málaga se miran los zapatos y ven que dejan algunos millones de euros en nuestra ciudad, con carácter puntual y no permanente, pero no queremos ver, en el horizonte, que la verdadera riqueza que se debe quedar en nuestra provincia debe estar vinculada a los salarios y a la calidad de vida de sus ciudadanos. Esto se consigue fundamentalmente con la derogación de las reformas laborales, que ha devaluado el factor trabajo, ha promovido la precariedad laboral, la temporalidad, la parcialidad de los contratos, y todo ello al servicio de un beneficio que la agresiva ingeniería financiera hará desaparecer eludiendo la fiscalidad.

Hay que impulsar sectores productivos emergentes como la agroindustria y la transformación de sus productos

ESTRENAMOS INSTALACIONES

CURSO 17/18: NO TE QUEDES SIN PLAZA

- ESCUELA DE MÚSICA.
- ESCUELA DE EMPRENDEDORES.
- INGLÉS, ALEMÁN Y FRANCÉS.
- ESCUELA DE ÁBACO Y LÓGICA MATEMÁTICA.
- ESCUELA DE ROBOTICA Y DRÓNICA.
- 21.000 M² DE INSTALACIONES EN UN ESPACIO NATURAL ÚNICO.

NUEVA OFERTA DE CICLOS FORMATIVOS

colegio El Pinar
Alhaurín de la Torre

Comprometidos con el talento

www.colegioelpinar.com
Camino de la Acequia, s/n. 29130
Tel: 952 413 731

C. DE CRIOCIRUGÍA

Tratar el cáncer congelando el tumor

Con sede en Málaga y clínicas colaboradoras en Italia, cuenta con los mejores profesionales en distintos ámbitos

L. O., MÁLAGA

■ El Centro Internacional de Criocirugía y Criomedicina, con sede en Málaga, se ha convertido en referencia mundial en el tratamiento del cáncer mediante la congelación de tumores. Cuenta con un equipo médico multidisciplinar internacional que impulsa, junto a la Fundación americana Haakon Ragde y otros profesionales en España e Italia, un estudio pionero para el tratamiento contra el cáncer, basado en la Criocirugía. Este proyecto trabaja para paliar el cáncer de pulmón, próstata, riñón, hígado, mama, páncreas y huesos, y está abierto a especialistas internacionales de diferentes disciplinas, como radiología uróloga, cirugía general, digestiva, torácica y trau-

matología. Málaga se establece como ciudad base de este proyecto para implantar en Europa y Oriente Medio el tratamiento inmunomodulado con inmunostimulación criocirúrgica contra el cáncer. La Criocirugía es un procedimiento quirúrgico que, mediante la destrucción del tumor con frío, permite además reforzar las defensas internas del organismo para combatir la enfermedad.

Con ese afán de trabajo multidisciplinar para buscar siempre una calidad asistencial que mejore notablemente la calidad de vida del paciente; los especialistas del centro también se han convertido en referencia para la práctica de la Biopsia por Fusión para el cáncer de próstata. El nuevo sistema de biopsia por



El doctor Torrecillas, con nuevo instrumental. LA OPINIÓN

fusión indica dónde se debe realizar la punción

El diagnóstico del cáncer de próstata solo puede confirmarse mediante biopsia. La modalidad de biopsia por fusión permite asimismo diagnosticar de manera mucho más eficaz y segura para la biopsia con una precisión infinitamente superior a lo habitual.

El tratamiento se realiza con anestesia epidural en quirófano, durante 90 minutos, y el paciente recibe el alta dentro de las 24 horas. La gran ventaja de la criocirugía en el cáncer de próstata es que, siendo un tratamiento mínimamente in-

vasivo, tiene una alta tasa de curación sin secuelas como la Incontinencia Urinaria.

Más información en la web www.iccc-med.com y en los perfiles de Facebook y Twitter del Centro Internacional de Criocirugía.

Precisamente en la Incontinencia Urinaria, los profesionales del Centro Internacional de Criocirugía, se han asociado con otro tipo de especialistas para ser vanguardia en la lucha contra esta dolencia que sufre casi el 100% de las mujeres que han dado a luz y que tiene una solución definitiva.

Centro Internacional de Criocirugía

Especialistas mundiales en el tratamiento de cáncer por congelación de tumores



Centro Salud Íntima de la Mujer

INCONTINENCIA URINARIA
REJUVENECIMIENTO VAGINAL
BLANQUEAMIENTO VAGINAL
ATROFIA VAGINAL

PROLAPSO PÉLVICO
LABIOBLASTIA
CONDILOMAS
VERRUGAS

Contamos también con los
mejores profesionales
en la Salud Íntima de la Mujer

659 831 160

952 22 17 00

incontinenciaurinariamalaga.com





Fachada del hospital QuirónSalud Málaga. L.O.

QUIRÓNSALUD MÁLAGA

Un referente sanitario

El grupo hospitalario llegó a Málaga en 2009 y cerca de 2.000 profesionales de una amplia cartera de especialidades repartidos en toda la provincia atienden a diario a la población con la tecnología más puntera y un servicio en el que el paciente es lo primero

LA OPINIÓN MÁLAGA

■ Quirónsalud es el grupo hospitalario más importante de España y el tercero de Europa. Está presente en 13 comunidades autónomas, cuenta con la tecnología más avanzada y dispone de una oferta superior a 6.200 camas en más de 100 centros, así como con un gran equipo de profesionales altamente especializados y de prestigio internacional. El grupo Quirónsalud se estableció en la ciudad malagueña en 2009 con la apertura del Hospital Quirónsalud Málaga y, en solo ocho años, se ha convertido en referente sanitario local.

El Hospital Quirónsalud Málaga ha sido el centro de Grupo Quirónsalud en Andalucía que mayor crecimiento ha registrado en estos últimos años, tanto en actividad como en facturación, incluyendo el Centro Médico Quirónsalud de La Malagueta que ha celebrado en el mes de mayo su primer aniversario. Anualmente, en el hospital se producen 30.000 estancias, se realizan 13.600 intervenciones quirúrgicas, 1.200 partos, 272.000 consultas

médicas, 104.000 urgencias y 85.000 estudios radiológicos. Desde la apertura del centro, unos 7.000 malagueños han nacido en el hospital.

Más de 2.000 profesionales

En Quirónsalud trabajan en Málaga capital, entre el hospital y el centro médico, cerca de 900 profesionales, sumando más de 2.000 en toda la provincia. La presencia de Quirónsalud en la Costa del Sol se completa con el Hospital Quirónsalud Marbella y el Centro Médico Quirónsalud Fuengirola. En Andalucía, el grupo también está presente en Sevilla, con el Hospital Quirónsalud Sagrado Corazón, el Hospital Quirónsalud Infanta Luisa y varios centros de especialidades; y en Cádiz, con el Hospital Quirónsalud Campo de Gibraltar. Próxima apertura, un hospital en Córdoba.

El Hospital Quirónsalud Málaga, en su compromiso con la sociedad malagueña, ha ido poniendo en marcha multitud de acciones en estos años, desde promociones especiales a sus pacientes en áreas como cirugía láser

El Hospital Quirónsalud Málaga, en su compromiso con la sociedad malagueña, ha ido poniendo en marcha multitud de acciones en estos años, como promociones especiales o apoyar diversas causas

ocular, dermoestética, cirugía plástica o reproducción asistida, hasta apoyar causas tan importante calado como el Reto Pelayo Vida, la campaña de donación de médula emprendida por Pablo Ráez o los Juegos Mundiales de Trasplantados, que se celebran desde el pasado 25 de junio hasta el próximo 2 de julio y de los que Quirónsalud Má-

laga es proveedor médico.

El Hospital, además, cuenta con un completo programa de chequeos, de los cuales ofrece algunos de ellos de forma de gratuita a sus pacientes con la finalidad de detectar y prevenir enfermedades. Es el caso del cribado de cáncer de colorrectal, del Servicio de Aparato Digestivo. Se realiza una visita médica, con la entrega de un kit de detección de heces en sangre para diagnosticar lesiones asintomáticas y tratarlas antes de que avancen, y así, hacer posible detectar lesiones precursoras del tumor como son los pólipos y extirparlos antes de que avancen. Este cribado es especialmente importante para las personas entre 50 y 76 años, ya que son los más indicados para padecer este cáncer, que es el prevalente en España.

Por otro lado, el pasado sábado 17 se ofreció de manera gratuita un cribado de aneurisma de aorta abdominal, que contó con cerca de un centenar participantes y que el Servicio de Angiología y Cirugía Vascular ha decidido que se mantenga de forma periódica durante todo el año. Consiste en una ecodopler, una prueba muy sencilla que sólo lleva unos minutos, para visualizar los vasos sanguíneos y ver el estado de las arterias, asegurándose de que tengan el tamaño adecuado y no exista ningún riesgo. Este *screening* está pensado para personas fumadoras o que lo hayan sido, y aquellas personas que tengan una carga hereditaria para padecerla, ya que hace posible prevenirle cualquier síntoma de la enfermedad.

AMAZINGHOMES

MÁLAGA & MÁRBELLA



ALTOS DEL RETIRO



PUERTA DEL MAR



PLAZA DEL TEATRO



SINGLES



ALMINAR II



LA RESERVA



ONE



ELEMENTS

DESCUBRE LA MEJOR OFERTA INMOBILIARIA DE ANDALUCÍA.
ENTRA EN **GRUPOINSUR.COM** O LLAMA AL **954 27 84 46** Y ENAMÓRATE.

insur
GRUPO

MÁS DE 70 AÑOS DE SOLVENCIA INMOBILIARIA.

MÁLAGA

CIUDAD DE NEGOCIOS

El Ayuntamiento de Málaga pone a disposición de empresarios e inversores tanto locales como internacionales la oficina de Economía Productiva para crecer juntos.

Málaga is **Open for Business**

Más información en

openforbusiness.malaga.eu
economiaproductiva.malaga.eu



Ayuntamiento de Málaga
Área de Economía Productiva
#malagafunciona

OPEN4 Business
Malaga
A Smart Mediterranean City

Área de Economía Productiva
Pº Antonio Machado 12, bl. B, 6ª pl., 29002 Málaga
Teléfonos: 951929161 / 659 057 688