

Málaga es una «apuesta clara», sostienen las competidoras de Unicaja, que han diseñado estrategias para crecer aquí



NURIA TRIGUERO

✉ ntriguero@diariosur.es



J. VICENTE ASTORGA

✉ jvastorga@diariosur.es

Málaga es un mercado codiciado por la banca; lo ha sido desde su despegue turístico y lo sigue

siendo aunque ahora viva la peor crisis económica de su historia. Y aunque el liderazgo financiero, social e institucional ejercido por Unicaja sigue siendo indiscutible, ya hay quien se atreve a desafiarlo. El proceso de reestructuración de las cajas de ahorro ha eliminado a sus tradicionales rivales regionales -Cajasol, CajaGranada y Cajasur-, pero a la vez ha dado protagonismo a otros venidos de fuera: principalmente La Caixa, que tras la absorción de Cajasol está escenificando una visible ofensiva a todos los niveles en la provincia; pero también la Kutxa, que una vez culminado el saneamiento de Cajasur ha hecho toda una declaración de intenciones al fichar como presidente a Miguel Ángel Cabello, ex director general de Unicaja. Sin olvidar a Cajamar, que, fortalecida tras liderar varias fusiones de cajas rurales, sigue empeñada en hacer sombra a Unicaja. En definitiva, el tablero de las cajas en Málaga ha perdido fichas, pero también ha recibido a nuevos jugadores decididos a comérselo terreno al que hasta ahora ha llevado la voz cantante.

Estos movimientos son más sutiles y complejos que en los años de bonanza, cuando bancos y cajas crecían a golpe de apertura de sucursales. Ahora ocurre al contrario: prácticamente todas las entidades, y especialmente las cajas, están adelgazando su red comercial. Empezando por el líder, Unicaja, que está en proceso de cerrar 97 oficinas (35 de ellas en la provincia de Málaga), y siguiendo por CaixaBank (que ha eliminado algunas sucursales de Cajasol) y Cajamar, ahora con 16 oficinas menos que en 2008. La batalla se libra ahora con otras armas: ofensivas comerciales; alianzas con instituciones, colectivos y grandes clientes y visibilidad social.

La Caixa escenificó el arranque de su ofensiva el año pasado, cuando creó la dirección territorial de Andalucía Oriental con sede en Málaga. Hasta entonces, la entidad catalana había dirigido su negocio en toda la comunidad autónoma desde Sevilla, pero con aquella decisión quiso hacer una «apuesta clara» -en palabras de un portavoz de la entidad- por el mercado malagueño. La misma fuente señala al sector agroalimentario y al turismo como focos prioritarios de su estrategia en Andalucía oriental, incluyendo dentro de este último al codiciado colectivo de los no residentes. Sin olvidar el mercado natural de La Caixa: la banca de particulares. Un segmento en el que la entidad catalana es líder a nivel nacional, pero que en Málaga está dominado indiscutiblemente por Unicaja con sus más de 240 oficinas (La Caixa tiene 98).

La vuelta de Cabello

Orquestando su 'ataque' está Cajamar tras el sonado fichaje de Miguel Ángel Cabello, que fue director general de Unicaja durante 18 años y, por tanto, uno de los hombres que mejor conoce el mercado financiero malagueño y andaluz. El presidente de Kutxabank, Mario Fernández, anunciaba el pasado mayo que su objetivo tras culminar el saneamiento de Cajasur es «consolidar su relanzamiento comercial y su crecimiento en el resto de la comunidad autónoma» y fuentes de la entidad añaden que son Málaga y Sevilla los objetivos prioritarios. El fichaje de Cabello, que precisamente dimitió en Unicaja tras el fracasado intento de fusión con Cajasur hace tres años, ha levantado polvareda en el mundillo financiero, donde se da por hecho el malestar generado en la caja malagueña.

Cajamar, por su parte, sigue apoyándose en su tradicional liderazgo en el mundo rural y agrario, así como en su tupida red de sucursales (la segunda de la provincia, con 133), donde mantiene su preferencia por «pequeños clientes, tanto particulares como profesionales autónomos y comerciantes», según sus portavoces.

Y Unicaja, ¿qué hace mientras? Lo cierto es que tiene importantes asuntos que acaparan su atención, más allá de este recrudescimiento de la competencia en su feudo. Tiene que cerrar de forma inminente la adquisición de CEISS, a la que ha de-

dicado más de dos años, y está ejecutando su propio plan de recorte de gastos después de un año complicado en el que asumió a pulmón las provisiones obligadas por el Banco de España. En todos sus mensajes desde que empezó la tormenta financiera, su presidente, Braulio Medel, ha antepuesto el mantenimiento de la solvencia a cualquier otro criterio. Una política prudente y conservadora que la mantiene en el 'top' de los rankings de fortaleza financiera, pero que está siendo aprovechada por sus competidores para intentar ganarle terreno.

El fichaje de Miguel Ángel Cabello, ex número 2 de Unicaja, es una declaración de intenciones de Cajasur

Unicaja Braulio Medel

Proteger su solvencia, cerrar la adquisición de CEISS y aclarar el papel que la futura Ley de Cajas le permitirá ocupar en el banco y la futura fundación son sus prioridades actuales.

CaixaBank Isidro Fainé

Una vez dominada Andalucía occidental con la absorción de Cajasol, está empeñada en ganar presencia en el mercado malagueño.



El liderazgo financiero de Unicaja en Málaga ha ido asociado durante años a su condición de primera Obra Social de Andalucía, pero esto último ha cambiado desde el desembarco de La Caixa. Y es que incluso en una de las entidades más saneadas del país, como es la presidida por Braulio Medel, la crisis y las fuertes provisiones impuestas desde Bruselas obligan a hacer ajustes de los que no escapa una labor cultural y social que tiene 2,36 millones de beneficiarios. La asignación de Unicaja a su Obra Social en 2013 será de 30,4 millones, un 20% menos que en 2012 y muy lejos del récord de 69,5 millones alcanzado en 2009. A partir de ese año comenzó la senda descendente en el presupuesto, aunque desde la entidad destacan que siguen teniendo la tercera Obra Social más importante de España.

Dentro de este contexto restrictivo, Unicaja ha apostado por preservar el capítulo asistencial, que se lleva 12 millones, casi un 40% del presupuesto para mantener servicios muy consolidados que van desde seis

guarderías hasta tres residencias de mayores, pasando por el apoyo a diferentes ONG. Aunque también en esta área ha te-

nido que hacer ajustes, como la cesión de la gestión de hogares de jubilados a municipios y a asociaciones. Los recortes, no obstante, afectarán sobre todo a patrocinio: culturales, que junto a los deportivos absorben 9,8 millones (incluyendo el Unicaja Baloncesto).

Caixabank, mientras, se erige en primer mecenas andaluz, con un presupuesto de 50 millones en su Obra Social para la comunidad autónoma. El anuncio de esa apuesta incluyó satisfacción compartida del número uno de la entidad, Isidro Fainé, y de presidente Griñán en su entrevista en el palacio de San Telmo el pasado marzo. No importó que la cita viniera precedida del anuncio de acciones legales contra Caixabank por desistimiento de su proyecto de instalar un 'Caixaforum' en las Reales Atarazanas para llevarlo a la torre Pelli. La sintonía de Caixabank con la Administración andaluza parece estar por encima de esos desencuentros. E más, 7 millones de euros de La Caixa

CajaSur**Miguel Ángel Cabello.**

El ex director general de Unicaja siembra inquietud en Málaga tras su nombramiento como presidente de la filial de Kutxabank.

Cajamar**Juan de la Cruz.**

La caja rural se apoya en su peso en el mundo rural y su tupida red de oficinas para reivindicar su papel en Málaga.

se destinarán este año a reforzar políticas de empleo de la Junta.

El gran competidor de Unicaja no está por esperar tiempos mejores para ganar presencia en Málaga, que este año vuelve a contar con 13 millones de euros para una Obra Social que marca el acento en la acción asistencial (sólo el programa contra la pobreza infantil absorbe 5,7 millones) y la divulgación científica y cultural. Precisamente en este ámbito se enmarca el acuerdo de La Caixa con la Diputación para dedicar 250.000 euros para La Noria, centro que se dedicará a fomentar la inserción social de niños y jóvenes. Con el organismo provincial y también con el Ayuntamiento de Málaga, la entidad catalana hace visible su estrategia de tejer alianzas institucionales.

Allanzas institucionales

En el capítulo de relaciones con ayuntamientos, aunque La Caixa está bien posicionada en consistorios como Manilva y Estepona, Unicaja sigue ostentando el papel protagonista en la mayor parte de municipios -en Marbella gestiona 30 millones anuales de transferencias del Estado y es el primer actor financiero en Mijas, Fuengirola, Antequera y Ronda-. En la capital, los acuerdos con La Caixa en materia social y cultural -la plaza de la Marina es escala obligada de sus exposiciones itinerantes- no alteran las consolidadas relaciones con Unicaja, que recientemente concedía un préstamo de cinco millones para hacer 33 VPO en el Centro.

La coyuntura actual añade, sin embargo, prórrogas al deseo de una gran sede en la ciudad para la Obra Social que sea representativa del liderazgo de la única caja cien por cien andaluza. Es la «gran infraestructura» que hace unas semanas reclamaba el presidente de la Diputación,

LOS DATOS

► **Unicaja.** Tiene alrededor de 240 oficinas en la provincia, de las que 100 están en la capital. Su cuota de mercado a nivel andaluz es del 10% en créditos y 13% en depósitos, según el último dato que facilitó, en 2011. Nunca ha especificado cuál es su cuota en Málaga.

► **Cajamar.** En la provincia de Málaga tiene 133 oficinas, 500 empleados y una cuota de mercado del 10%, según sus portavoces.

► **La Caixa.** Tiene 98 sucursales en la provincia y una cuota de mercado del 16% a nivel andaluz, que en Málaga es inferior.

► **Cajasur.** Tiene 44 oficinas en la provincia de Málaga, de las que 13 están en la capital. No aclara cuál es su cuota de mercado.

Elias Bendodo, a Unicaja, como esa «deuda» que otras grandes entidades si tienen ya resuelta con sus ciudades. Lo cierto es que los deseos de Unicaja para un proyecto en esa línea arrastran un histórico fallido. El más sonado fue su apuesta por el CAC. Pagó la mitad de la factura de la rehabilitación del edificio (7 millones) y aunque a tal contribución no estaba ligada a futuros derechos sobre el centro, en 2007 la entidad recibió un inesperado portazo municipal al ser descartada como candidata al concurso público para gestionarlo. El desencuentro entonces entre Medel y el alcalde fue sonado, pero la recurrente idea de un edificio representativo volvería con el Astoria y el puerto como escenario. El espacio municipal bajo el cubo de cristal de la esquina de los muelles es una opción que no disgusta a Unicaja, pero acondicionar sus 6.300 metros de sótanos plantea, hoy por hoy, un argumento disuasorio de ocho millones de euros.

◉ **Han colaborado en esta información:** Jesús Hinojosa, Agustín Peláez, Mónica Pérez, Mari Carmen Jaime, Antonio Guerrero y Vanessa Melgar.

ILUSTRACIÓN: MARTÍ FERRER

30 años al cuidado de la salud dental de los malagueños desde nuestra clínica en

Plaza de la Marina, 2

3º centro. MÁLAGA



**FERNANDEZ
BACA** clínica dental

☎ **952 214 241**

endo@clinicadentalfernandezbaca.com
www.clinicadentalfernandezbaca.com

