

## De la Torre ve «potente» la marca Málaga Valley, pero reconoce que hay que avanzar

■ SUR

**MÁLAGA.** El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, volvió a defender ayer la marca Málaga Valley, de la que dijo que «está claramente consolidada y es potente», aunque «siempre mejorable, como todas las cosas en la vida». En este punto, sí reconoció la conveniencia de «avanzar más en la parte local» del club, de modo que «haya sensación de pertenencia». Ante

las críticas al club Málaga Valley, especialmente por parte de Juan Cassá, portavoz de Ciudadanos-grupo que facilitó su investidura como alcalde-, que llegó a proponer su desaparición, De la Torre dijo que comparte «plenamente» con el concejal de C's «el interés en los temas de tecnología e innovación», agregando, además, que «la visión de que Málaga es un lugar extraordinariamente bueno

para captar talento lo compartimos los dos».

«Juan Cassá está interesado en la vertiente tecnológica, en la Málaga innovadora, y en eso coincidimos porque está en el Plan Estratégico de la ciudad», manifestó el regidor 'popular'. Si abogó De la Torre por trabajar para que «haya más sensación de utilidad del club, de intercambio de ideas y de experiencias y de trabajar juntos. La marca es bue-

na y reconocida», insistió, aunque precisó que «siempre estoy abierto al diálogo y a la reflexión para hacer las cosas mejor». Matizó, no obstante, que el concepto Málaga Valley no es sólo el club y sus reuniones, de las que aseguró que «son una oportunidad de visibilidad muy importante», sino que tiene otros componentes, mencionando el Parque Tecnológico de Andalucía, la Universidad de Málaga, el conjunto de 'startups', la red de incubadoras y aceleradoras, el proyecto de 'smart-city' y la conversión de la ciudad en un 'living lab', entre otros.

«Hay mucho contenido en la Málaga tecnológica, no son sólo palabras», subrayó Francisco De la To-

rré, haciendo hincapié en que «pocas ciudades españolas pueden mostrar un currículo tan intenso de 'smart city'».

En este punto, afirmó que cada mes la ciudad de Málaga recibe dos o tres invitaciones para participar en reuniones nacionales o internacionales, y, de hecho, «tenemos que ser selectivos, tratando de ir a lo más importante, donde haya una mayor rentabilidad para la ciudad», sentenció.

El club Málaga Valley cuenta con más de 300 socios, compañías nacionales e internacionales del sector tecnológico, de la sociedad de la información, las finanzas y representantes de diferentes administraciones públicas.