

LA CHINCHETA

NUEVO RUMBO PARA MÁLAGA VALLEY

El Málaga Valley necesita urgentemente un cambio de rumbo que le devuelva el sentido que tenía años atrás, cuando era una reunión de presidentes y consejeros delegados de grandes empresas del mundo tecnológico que servían de altavoces y de cualificados prescriptores para dar a conocer la vocación tecnológica de la ciudad de Málaga. El objetivo, cumplido durante años, era potenciar la ciudad como epicentro de un futuro ecosistema tecnológico, conocer de primera mano las tendencias y facilitar cierto 'networking' con personajes de relevancia mundial. Tenía una interesante doble vertiente: encuentro tecnológico y campaña de marketing para la ciudad.

Pero en los últimos dos años este proyecto fue derivando en una reunión temática, a veces con poca relación con los intereses de Málaga y con la sensación de que se decidía en función de

los perfiles de los invitados posibles a cargo del despacho del abogado Javier Cremades, ideólogo y presidente de Málaga Valley. Y así ha pasado esta vez, con ausencia de ponentes de relieve tecnológico que dieran sentido al motivo de la reunión: cómo construir un 'startup paradise'.

De hecho, la organización tiró a última hora de destacados emprendedores malagueños para dar una sensación pública de apuesta por lo local y salvar así los muebles de una edición sin sentido tecnológico y planificada como un traje a la medida del proyecto periodístico Pedro J. Ramírez, en el que participa el propio Cremades. Sólo salvó la jornada la presencia fugaz de Luis Solana o del propio presidente de Google España, Javier Rodríguez Zapatero, que en un gesto que le honra desempolvó su cuenta de Twitter después de más de cuatro meses sin tuitear para dar la enhorabuena a los emprendedores malagueños.

Málaga Valley es una buena idea, bien concebida en origen, pero que ha perdido fuelle con el tiempo y, sobre todo, por la aparente vocación de lobby no siempre enfocada a los intereses del proyecto. Por ello, debería tomar nuevo impulso, afrontar los cambios necesarios para conjugar la presencia recurrente de representantes de grandes compañías y también de emprendedores de éxito que sirvan como ejemplo a las nuevas generaciones, todo ello con una vocación internacional. De hecho, Málaga cuenta con empresarios de prestigio mundial que han estado siempre al margen del Club. Sólo así Málaga Valley recuperará sentido y ayudará a que dos veces al año la ciudad se convierta en el punto de encuentro de un ecosistema tecnológico de referencia internacional. Aunando esfuerzos sin más interés que el beneficio de la ciudad y de cuantos emprendedores y empresas tecnológicas trabajan en ella.