

NURIA
TRIGUERO

MÁLAGA VALLEY, ANTE EL RETO DE CRECER

Se aproxima una nueva reunión del Club y, dados sus síntomas de estancamiento, parece el momento idóneo para repensar esta iniciativa y hacerla evolucionar. Integrar en su seno a voces autorizadas del sector tecnológico de Málaga sería el primer paso obligado para abrir una nueva etapa marcada por una verdadera conexión con la realidad local



Imagen de archivo de una de las reuniones del Club Málaga Valley. :: SUR

Ya hay fecha para la próxima reunión de presidentes del Club Málaga Valley: 26 de octubre. Van 19 ediciones de un evento que empezó dando grandes titulares –tanto por el nivel de las personalidades que acudían a la cita como por los ambiciosos objetivos que allí se anunciaban– pero en las últimas ediciones da evidentes síntomas de estancamiento. Más allá del debate político que resurge de tiempo en tiempo –recientemente partidos de la oposición han pedido la desaparición de Málaga Valley–, parece sensato repensar una iniciativa en la que el Ayuntamiento compromete no sólo dinero –175.000 euros al año–, sino la propia imagen de la ciudad. Porque Málaga Valley es –guste o no guste– la marca que engloba toda acción municipal relacionada con la tecnología y la innovación. Y quizá no haya que desandar lo andado, sino aprovechar el camino recorrido y relanzar aquel espíritu inicial con nuevas energías: las de quienes realmente conforman el mundillo tecnológico malagueño, que hasta ahora han permanecido ajenos a esta iniciativa.

Málaga Valley nació con la vocación de ser un foro capaz de atraer a los principales líderes del mundo tecnológico que, de esa manera, se convertirían en embajadores de la ciudad. No se le puede negar la relevancia de varias de sus ediciones, pues han conseguido atraer a personalidades que de otra manera no habrían pisado Málaga. Pero el encuentro ha acabado convirtiéndose –al menos últimamente– en esa cita institucional a la que la mayoría de asistentes va por compromiso o a hacerse la foto. En las reuniones del Club se echa de menos un auténtico debate sobre temas candentes o discursos visionarios sobre el futuro de la tecnología. Corren serio peligro de convertirse en una mera sucesión de ponencias institucionales. Resultó, por ejemplo, mucho más refrescante para quienes se mueven en el mundillo digital el congreso sobre ciberactivismo Empodera Live, que contó con la presencia de un nieto de Nelson Mandela o el bloguero disidente chino Michael Anti.

No parece que vaya a haber grandes cambios en la próxima reunión del día 26. Girará en torno al tema

‘Nuevos modelos de negocio en la tecnología digital’. Respecto a los ponentes, Cremades ayer reveló el nombre de dos: el presidente de Telefónica Open Future, Luis Solana –que ya estuvo en la anterior edición y ahora viene con motivo del estreno del centro de ‘coworking’ que ha abierto en Tabacalera– y el presidente de Accenture España, Vicente Moreno García-Mansilla. También habrá un «ponente principal local» que no está cerrado aún.

Pero más allá de los ponentes o el formato de estas reuniones, que parece claro que debería afinarse (sobre todo si se tiene en cuenta el nivel de la competencia: al South Summit que se celebra esta semana en Madrid va Steve Wozniak), de lo que se habla en círculos conocedores de la realidad tecnológica local es de hacer crecer a Málaga Valley, de dotar a la iniciativa de

El club tiene el reto de implicar a quienes realmente conforman la Málaga tecnológica

nuevo contenido, de abrir una nueva etapa, en definitiva. Los encuentros de presidentes y ese trabajo de ‘networking’ que ejercen los miembros del Club a favor de la ciudad pueden mantenerse, pero hay que encontrar nuevos retos.

El presidente del Club, Javier Cremades, defendía ayer que Málaga Valley es un «formato de éxito», pero aseguraba que están «permanentemente abiertos a las críticas y al debate para seguir mejorando». Si tal es el espíritu del colectivo, bien haría en escuchar las voces que piden abrir un espacio de análisis y debate en el que participen no políticos, sino quienes realmente se mueven en el mundo digital.

Traer a los mejores

Por fortuna no faltan en Málaga nombres en los que pensar si se quiere abrir un debate de altura sobre este asunto. Bernardo Quintero, Joaquín Cuenca, veteranos del comercio electrónico como los fundadores de Agapea, malagueños que ocupan cargos de responsabilidad en multinacionales como Fernando Hardasmal (AT4 Wireless) o Juan Melero (Ericsson)... Son profesionales que, además de tener solvencia intelectual e independencia, han demostrado auténtica inquietud por mejorar su ciudad. Claro que para contar con ellos, Málaga Valley y el Ayuntamiento tendrían que ser capaz de convencerles de que realmente van a tener en cuenta su opinión. Porque hay dos cosas a las que estos líderes de la nueva economía malagueña le tienen alergia: a perder el tiempo y al ‘postureo’ institucional. Así que no les van a conquistar con cenas, recepciones ni ruedas de prensa, sino con pruebas fehacientes de que hay voluntad de cambio y realismo.

¿Cómo podría sumar Málaga Valley? Buscando vías para conectarse con la realidad local. Hace poco un artículo de Bernardo Quintero, ‘El elefante digital en Málaga’, sobre la alarmante caída de vocaciones digitales y la necesidad de introducir la programación en la educación de los niños, causó una auténtica marea de adhesiones. ¿Por qué no pensar en iniciativas que ayuden a cambiar esta realidad? O, teniendo en cuenta los obstáculos burocráticos que siguen afectando a los emprendedores, ¿por qué no auspiciar un ‘think tank’ que proponga a los políticos medidas realistas para fomentar la creación de ‘startups’?