

Málaga hace causa común para rentabilizar su presencia en el exterior

SUSANA ZAMORA

szamora@diariosur.es

El informe 'Mapas de Internacionalización 2014' sitúa a la ciudad en 103 de los 194 países del mundo y se convierte en referente para el tejido empresarial que quiere invertir en el extranjero

MÁLAGA. El trabajo para posicionar a Málaga en el mayor número de países posibles, con el objetivo de obtener una rentabilidad económica para la ciudad, se ha convertido en los últimos años no solo en una prioridad para todas las instituciones, sino en una auténtica estrategia para optimizar los principales recursos de cada una de ellas. Para seguir avanzando en esa idea, la fundación Ciedes ha impulsado 'Mapas de Internacionalización 2014', un trabajo realizado por el Grupo de Estrategia Internacional Conjunta (GEIC), que se constituyó hace más de tres años y que actualmente está formado por el Ayuntamiento, la Universidad de Málaga (UMA), la Cámara de Comercio, la Confederación de Empresarios (CEM), la Diputación Provincial, el Instituto de Comercio Exterior (ICEX), el PTA y Bic Euronova. Además, cuenta con el apoyo de Promálaga, la Sopde y Andalucía Tech.

«Diplomacia urbana»

En el informe, presentado ayer en el Rectorado, se apuntó a la necesidad de crear una «diplomacia urbana internacional» para mostrar una imagen coordinada de la ciudad y poner al alcance de los empresarios una herramienta que les permita tener a mano una serie de contactos en el exterior si deciden invertir en el extranjero. «Se trata de coordinar información y compartir la agenda internacional y todos los contactos que hacemos en el extranjero para lograr ser



Representantes de todas las instituciones, tras la presentación del informe. :: DONOSO

LOS DATOS

► **Nacionalidades.** En Málaga hay inmigrantes de 174 países de los 194 que hay en el mundo.

► **Exportaciones.** Málaga exporta a más estados de los que importa. Francia e Italia son a los que más exportamos, y China y Reino Unido, de los que más importamos.

► **Ciudades.** Málaga está presente en más de 500 ciudades de 103 países de los cinco continentes

más eficaces», apuntó el gerente de la Sociedad de Planificación y Desarrollo (Sopde), Ángel Castilla, quien insistió en la necesidad de proyectar una imagen única porque eso repercute en la «marca Málaga».

El documento pone de relieve que salvo en algunos países africanos y del Índico, Málaga está presente en 103 de los 194 países del mundo, bien a través de proyectos de educación, cooperación, empresariales, culturales o turísticos, siendo las visitas, los congresos, los hermanamientos, la cooperación al desarrollo, los convenios, la promoción y, sobre todo, los contactos institucionales y personales las principales vías de acceso a estos países.

El vicepresidente de la CEM, Sergio Cuberos, calificó estos mapas como de «excelentes» referencias para el tejido productivo de Málaga y recordó los buenos datos que ha arrojado el sector de la exportación en los últimos meses: «Solo en el primer trimestre de 2014 se ha saldado con un incremento de casi el 28% de las ventas sobre el mismo periodo del pasado año», indicó. Cubero auguró que la proyección final para el presente ejercicio podría situarse en torno a los 2.260 millones, cifra que supera la mejor marca registrada y los 1.500 millones obtenidos en 2013. Además, valoró que a día de hoy son más de 4.500 compañías de Málaga las que decidieron dar el salto internacional y de las que 600 exportan regularmente.

En este sentido, «abrirse al mercado exterior se hace más necesario que nunca», abundó el presidente de la Cámara de Comercio, Jerónimo Pérez Casero, quien destacó el papel fundamental que puede jugar

este informe para los empresarios. Así, recoge que en la actualidad Málaga mantiene relaciones estables con 85 países, que ha firmado convenios con 65 estados de los cinco continentes, que ha celebrado congresos en 15 de ellos y realiza promociones de distinta naturaleza en 30 ciudades de 18 países.

La concejala de Economía y Hacienda del Ayuntamiento de Málaga, María del Mar Martín, hizo hincapié en la voluntad de todos para sacar adelante este proyecto y para que «nos creyésemos desde el principio» la capacidad de Málaga para exportar y ayudar a los empresarios a hacerse un hueco en el exterior.

La rectora de la UMA, Adelaida de la Calle, se refirió al carácter internacional que toda universidad debe tener y aludió al campus Andalucía Tech como ejemplo de su política de apertura al exterior y de colaboración institucional.

El delegado del Gobierno, José Luis Ruiz Espejo, cerró el acto asegurando que esta apertura al exterior debe ser un «viaje de ida y vuelta», que permita aumentar las exportaciones, pero también atraer inversión extranjera.