

## El clima, el PTA, el apoyo institucional, la UMA y el carácter abierto son las 'armas' de la ciudad

► nuevas tecnologías, así como las principales empresas del ramo malagueñas. Los 27 miembros originarios han pasado a ser más de 220 en la actualidad.

Por el camino, algunas cosas han ocurrido: la llegada de multinacionales como Oracle, Huawei o Ericsson al Parque Tecnológico; la celebración de congresos de repercusión nacional e internacional como EmTech o Transfiere; la elección de Málaga para llevar a cabo proyectos piloto de ahorro energético (Smartcity), coches eléctricos (Zen2aLL y Green e-Motion), I+D (Centro de Tecnologías Ferroviarias) o ciudades inteligentes (Smarter Cities Challenge) y su reconocimiento como 'Ciudad de la Ciencia y la Innovación'. Ahora bien, ¿son logros achacables a Málaga Valley? Para su presidente Javier Cremades, esa no es la pregunta importante. «Lo importante es que la ciudad lo ha conseguido. Si el Club ha hecho algo para

ayudar a que esto suceda, ya habrá valido para algo», afirma.

El concejal de Nuevas Tecnologías, Mario Cortés, muestra su convicción de que Málaga Valley tiene «resultados tangibles». «Llevo tres meses en el cargo y me he reunido con empresas que nunca habría soñado conocer. Tenemos hilo directo con los miembros del Club, que son directivos de compañías nacionales e internacionales muy importantes, y eso

no lo puede hacer cualquier ayuntamiento. Málaga recibe premios, acoge congresos, sale en revistas como Forbes, es tomada como ejemplo por Londres en su proyecto Tech City... ¿No es eso tangible?», inquiera.

### Conexiones necesarias

Un destacado miembro del Club, el director general de BlackBerry España, Eduardo Fernández, recurre a un símil con las telecomunicaciones para explicar dónde reside el valor de Málaga Valley: «las conexiones». «Connecting the dots», dicen los anglosajones. Quiere decir que antes de conseguir nada, hay que establecer las conexiones necesarias», afirma. Así, para conseguir que IBM incluyera a Málaga en su proyecto 'Smarter Cities Challenge', fue importante -si no decisivo- que el presidente de su fundación hubiera estado físicamente en la ciudad con ocasión de una reunión del Club.

Para Luis Fernando Martínez, director general de AT4 Wireless, una de las empresas malagueñas con más experiencia en el mercado global, «Málaga Valley está contribuyendo a difundir una imagen tecnológica y empresarial hasta ahora desconocida en gran parte de España y del resto del mundo, lo cual es siempre bueno y nos ayuda a vender nuestras empresas. Esto lo sabemos bien los que fuimos pioneros en el PTA y empezamos a vender tecnología más allá de Despeñaperros».

Lo que no ha conseguido Málaga Valley es, como esperaban algunos, que una multinacional como Google, HP o Telefónica haga una inversión multimillonaria en la ciudad y cree miles de puestos de trabajo. Podría achacarse a la crisis. Pero según los responsables del Club, nunca se trató de eso. «Esto no es una agencia de inversiones», zanja Cremades. Según Mario Cortés, quien

## El Ayuntamiento destina al Club 70.000 euros al año

El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, se esfuerza por destacar en cada reunión del Club que todos sus miembros «se pagan sus viajes». Pero, ¿cómo se financian los encuentros y actividades del Club Málaga Valley? Según explica el concejal de Nuevas Tecnologías, Mario Cortés, el Ayuntamiento aporta 70.000 euros al año, mientras que el propio Club pone 30.000. Es el equipo del bufete de Javier Cremades el que se encarga de todo el trabajo preparatorio de las reuniones de presidentes. El Club no cuenta «ni contará» con una oficina física, según su presidente, ya que no es esa «su filosofía».

## HITOS DE MÁLAGA EN LA CARRERA POR EL LIDERAZGO TECNOLÓGICO EUROPEO

### Club Málaga Valley

Esta iniciativa nació en 2006, fundada por 27 presidentes de empresas relacionadas con las nuevas tecnologías y con el respaldo del Ayuntamiento. Su objetivo, convertir a Málaga en el Silicon Valley europeo. Hoy el club tiene más de 220 miembros.

### Smartcity

Desde 2009, un consorcio liderado por Endesa desarrolla en la ciudad este proyecto, que trata de diseñar un nuevo modelo de gestión energética urbana más eficiente y sostenible apoyándose en las nuevas tecnologías. Coches eléctricos, contadores eléctricos y farolas colicas figuran entre sus actuaciones hasta el momento.



EMTech celebró su primera edición junto a Málaga Valley. :: SUR

### Llegada de empresas

**Oracle:** Aterizó en el PTA en 2008 con un centro de consultoría. Pero el verdadero impulso llegó en 2010, cuando Málaga fue elegida para instalar un centro de venta remota de soluciones tecnológicas para toda Europa, cuyo primer objetivo era alcanzar los 200 ingenieros. Ya va por 500.

**Huawei:** La llegada de esta empresa china de telecomunicaciones al PTA generó en 2008 cincuenta puestos de trabajo. Posteriormente, la firma se ha vinculado al Centro de Tecnologías Ferroviarias.

**Ericsson:** En 2011 absorbió a la empresa malagueña Optimi. Recientemente ha redoblado su apuesta por el PTA, con un centro de redes que creará 200 empleos.

## «La ciudad puede creer más todavía en sí misma»

### Javier Cremades Presidente del Club

El impulsor de la iniciativa recalca que los éxitos conseguidos «son de Málaga, no de Málaga Valley»

#### ■ N. T.

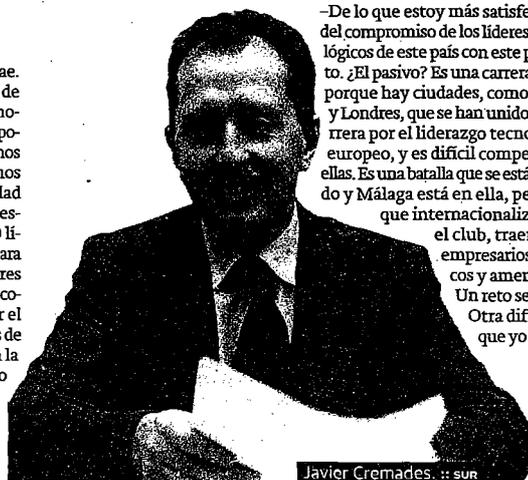
MÁLAGA. Muchos quisieran su agenda de contactos y su capacidad de persuasión. El abogado malagueño Javier Cremades ha puesto estos dos activos al servicio de Málaga Valley, el proyecto del que es ideólogo y principal impulsor.

—Seis años de Málaga Valley. ¿Qué ha hecho el Club por esta ciudad?

—Hoy Málaga es una ciudad de emprendimiento, de innovación, conectada con las principales ciudades

europas, con una marca que atrae. Málaga Valley no es una agencia de inversiones; es un proyecto de movilización de personas en torno al potencial de la ciudad. Nosotros no nos dedicamos a contar lo que hacemos por la ciudad, sino lo que la ciudad ofrece a Europa y al mundo. En estos seis años hemos traído a 400 líderes de compañías tecnológicas para que se sientan socios y embajadores de la ciudad y hemos conseguido cosas importantes, como albergar el mayor evento de emprendedores de Europa (EmTech), ligar el MIT a la ciudad o que Oracle haya traído quinientos ingenieros a trabajar aquí. Pero esto no son éxitos de Málaga Valley, sino de Málaga.

—¿Qué destaca en el haber y qué queda en el debe?



Javier Cremades. :: SUR

—De lo que estoy más satisfecho es del compromiso de los líderes tecnológicos de este país con este proyecto. ¿El pasivo? Es una carrera difícil porque hay ciudades, como Berlín y Londres, que se han unido a la carrera por el liderazgo tecnológico europeo, y es difícil competir con ellas. Es una batalla que se está librando y Málaga está en ella, pero hay que internacionalizar más

el club, traer a más empresarios asiáticos y americanos.

Un reto sería ese. Otra dificultad que yo creo ya

casi superada es que la iniciativa se ha entendido muy bien en España y en Europa, pero quizá aquí no hemos sabido explicarla bien.

—Hay voces en la ciudad que tachan Málaga Valley de iniciativa poco tangible. ¿Qué opina?

—Hay una frase que dice: «Si crees que la educación es cara, prueba con la ignorancia». Yo diría: si crees que las conexiones no sirven para nada, prueba a estar aislado. Juntar en torno a Málaga, doce veces en seis años, a estos líderes de primer nivel, tiene un valor. Algunas personas con visión corta o intención no buena han creado ese debate de lo tangible. Pero Málaga tiene que creer. Oracle, Huawei, Opplus, han venido, han contratado a cientos de ingenieros, y eso no ha pasado en Madrid, ni en Bilbao. No presumo de que Málaga Valley lo haya conseguido, sino de que Málaga lo ha conseguido.