

LOS DATOS

220

dirigentes empresariales y de instituciones son miembros del Club Málaga Valley.

100.000

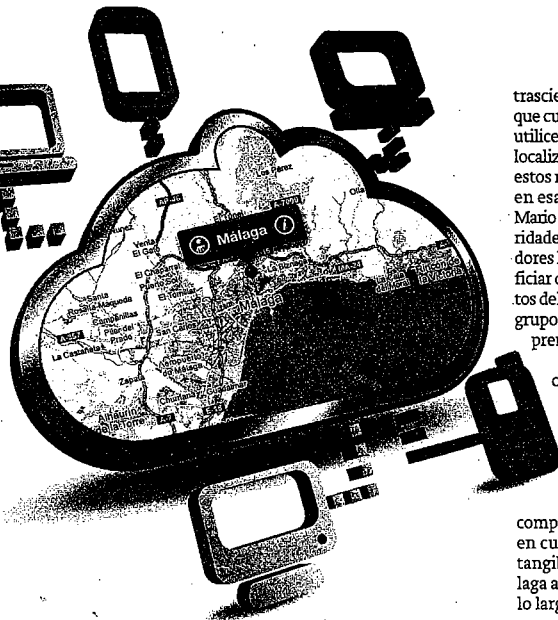
euros es el presupuesto del Club para este año, del cual el Ayuntamiento aporta el 70%.

piense en fábricas con miles de empleados no conoce la realidad del mercado global. «Nokia nunca vendrá aquí a montar móviles. La manufactura hace tiempo que se fue a Asia, no podemos competir con sus costes de producción. Nosotros aspiramos a albergar centros de desarrollo tecnológico, delegaciones. Y en esta escala de medida, los doscientos ingenieros que va a contratar Ericsson de aquí a 2015 son una barbaridad», apunta.

No obstante, el director de AT4 cree que no debe renunciarse al objetivo de conseguir un gran proyecto emblemático que sitúe a Málaga nivel superior del que está en el alafón tecnológico europeo. De esta forma, opina, ganaría ventaja frente a las ciudades que compiten en la carrera por el liderazgo. «La labor de difusión y de lugar de encuentro del Club está muy bien y aporta un importante intangible y aporta un suficiente si no somos capaces de

construir uno o más proyectos que se conviertan en la referencia tecnológica de Málaga», opina.

Para el Ayuntamiento, sin embargo, la prioridad ahora es otra. Después de la moción aprobada en pleno para convertir Málaga Valley en «la marca que posición a la ciudad como referente tecnológico», el reto está en extender su uso, de tal forma que se convierta el equivalente a lo que Costa del Sol significa para el turismo. En otras palabras, se trata de conseguir que Málaga Valley



trascienda al Club y sea un apellido que cualquier empresa o institución utilice para ganar valor añadido y ser localizada en el mercado global. «En estos momentos se está trabajando en esa idea», apunta Mario Cortés. «Otra de nuestras prioridades es implicar a los emprendedores locales y que se puedan beneficiar de la repercusión y los contactos del Club. Para eso se ha creado el grupo de trabajo Málaga Valley Emprendedores», añade.

Los impulsores de esta iniciativa no renuncian al objetivo que se marcaron desde un principio: el liderazgo europeo. Es difícil, con capitales como Londres y Berlín empleadas a fondo en esta carrera. Y es curioso comprobar cómo confían, más que en cualquier otra cosa, en ese 'intangibles' que ha atraído hacia Málaga a tantas personas de talento a lo largo de los siglos.



EmTech

En octubre de 2011 Málaga acogió el primer congreso organizado por el MIT (Massachusetts Institute of Technology) en Europa. La institución se ha comprometido a celebrar este evento durante tres años en la ciudad: la próxima edición será el 6 y el 7 de noviembre.

Transfiere

El pasado mes de febrero, Málaga albergó el I Foro para la Ciencia, la Tecnología y la Innovación. Un evento de carácter pionero por su singular formato, que persigue poner en contacto a empresas con grupos de investigación universitarios para fomentar la transferencia tecnológica.

Zen2aLL

A partir de mayo empezará a materializarse el acuerdo con el Gobierno de Japón para poner en marcha un proyecto piloto de vehículos eléctricos en la ciudad, denominado Zen2aLL. Este programa supondrá la llegada de doscientos coches eléctricos y la implantación de 220 puntos de recarga en Málaga.

Green e-Motion

Madrid, Barcelona y Málaga son las ciudades españolas elegidas para participar en este proyecto junto a otras nueve urbes europeas. La Comisión Europea aportará 24,2 millones de euros a esta iniciativa.



que pretende promover el coche eléctrico.

Ciudad de la Ciencia y la Innovación

A finales de 2011, la ciudad recibió esta distinción, concedida por el Ministerio de Ciencia y Educación.

Centro de Tecnologías Ferroviarias

Impulsado por Adif en el PTA, este centro de I+D+i sigue un esquema de colaboración público-privada que ha atraído ya a decenas de empresas.



Webcongress

Este encuentro para profesionales del marketing 'on line' y las redes sociales lleva dos años celebrándose en la ciudad.

Smarter Cities Challenge

Málaga es la única ciudad española de las 32 seleccionadas este año por la multinacional americana IBM para convertirse en «una ciudad más inteligente» y crear empleo aprovechando su potencial tecnológico. La compañía destinará 300.000 euros a este proyecto.

-¿Cree que a Málaga le falta autoestima para creerse este proyecto?

-La autoestima es un reto, cuanto más se tenga más oportunidades se generan. Nosotros intentamos explicar que sumando los activos de la ciudad (clima, carácter abierto, Universidad, PTA, aeropuerto, apoyo de las instituciones...) tenemos una oferta extraordinaria en sí misma.

-¿Qué balance hace del apoyo institucional recibido?

-La Junta al principio fue reticente, tachaba esta iniciativa de operación cosmética del alcalde. Incluso diría que al principio no jugó limpio, porque pidió a algunos invitados que no acudieran a Málaga. Pero se ha dado cuenta de que es un proyecto abierto a todos y ha rectificado. La prueba es que el PSOE en el Ayuntamiento ha impulsado junto al PP la moción para convertir Málaga Valley en la marca que posición a la ciudad como referente tecnológico. Lo que sí echo de menos es que el presidente de la Junta o a algún consejero vengan a las reuniones del club.

J. VICENTE ASTORGA

UNA DE 'TELECOS'



A finales de los años 80 del pasado siglo, Málaga tenía el tercer censo de 'telecos' en activo después de Madrid y Barcelona pese a que la Universidad no ofrecía esta ingeniería. Eran unos 130 jóvenes profesionales, vinculados en su mayoría a las tres fábricas que habían convertido a la ciudad en un feliz enclave tecnológico al sur de Despeñaperros: Siemens, Alcatel (Standard IIT en sus orígenes) y Fujitsu España (el éxito de Secoinsa, el sello pú-

blico con el que España se puso a hacer 'computadoras' con socio japonés en el tardofranquismo). La crisis que siguió a la planta del Guadalhorce tras un lustro de apogeo tuvo mucho que ver con el futuro que aguardaba a la ciudad como vivero para las tecnologías de la información. Una crisis es una oportunidad, y no solo para los asiáticos. Así, cuando el gigante japonés rebajó su apuesta malagueña, a finales de los 80, la planta se acercaba a las mil personas, incluido un centenar largo de 'telecos' del

gran laboratorio de I+D ganado a pulso años atrás bajo el liderazgo de Felipe Romera. Empresas pioneras del PTA y hoy en la élite, como AT4 Wireless (Cetecom) o Ingenia germinaron en la 'aventura' que les proponía Romera, «un 'teleco' con alma de encantador de serpientes», impulsor y primer ejecutivo del PTA desde su creación. Él y aquellos colegas afincados en Málaga laboralmente a punto del desarraigo serían los pioneros del ensayo para injertar en Málaga el 'californian way of life', tan aleja-

do de las condiciones cotidianas de aquel polígono inundable y casi 'africano' en el que las oportunidades en Fujitsu languidecían. El PTA era la primera piedra de un Silicon Valley apenas sobre el papel: entorno acogedor, clima, universidad de acento técnico, aeropuerto internacional... Romera encabezaba junto al economista José Pérez Palmis una 'secta' que espasó sus mantras sobre la 'masa crítica', convencidos de un nuevo esplendor industrial de Málaga un siglo después de los Laros, Loring y Heredia. El alcalde Pedro Aparicio pasó del convencimiento a las decisiones, como aquella expropiación en tiempo récord para lograr las 168 hectáreas de la tecnópolis. La Junta, con Borbolla, se sumaría al carro aunque andaba muy volcada con los mismos públicos hacia Cartuja 93, la tecnópolis a la que abriría paso la Expo. Hoy, veintiseis años después, Málaga y su 'ecosistema' no la gran tecnomarcas andaluza avalada por las cifras del PTA. A la inercia del éxito, Málaga Valley le ha metido el turbo.