

Andalucía

Melomics lleva su música para aplicaciones sanitarias a EEUU

J. M. C. MÁLAGA.

Melomics Media, empresa dedicada al desarrollo de programas informáticos para la generación automática de contenidos audiovisuales, la síntesis por ordenador de estos contenidos y su distribución a través de aplicaciones basadas en Internet y dispositivos electrónicos, dará el salto a Estados Unidos en 2014. Su presidente, Francisco Vico, destaca que su compañía contará con un socio capitalista y se instalará en California.

Hace tres años, la empresa, con 10 trabajadores, puso en marcha un proyecto de investigación promovido por la UMA. Construyó Iamus, un ordenador compositor capaz de crear música clásica contemporánea.

En EEUU proporcionará terapia musical interactiva utilizando el *smartphone* como un dispositivo de recogida de entrada para estimar el estado fisiológico del paciente y entregar música que afecta positivamente a ese estado en tiempo real. Puede ser utilizado en cualquier momento que sienta dolor, y cuando tenga problemas para conciliar el sueño.

Empresas TIC exploran el mercado de Colombia y Perú

J. M. C. MÁLAGA.

Cinco empresas andaluzas de Málaga (Marbella CreaFi Online), Sevilla (Froggie, Technology Innovation Engineering and Research I, Ayesa) y Jaén (Formación Alcalá) vinculadas a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) han viajado en las últimas semanas hasta Lima (Perú) y Bogotá (Colombia) para mantener entrevistas comerciales con agentes y entidades del sector en un encuentro organizado por Extenda.

El objetivo de esta acción ha sido obtener información sobre el mercado de las TIC en ambos países latinoamericanos, conocer las oportunidades que están surgiendo en el sector y cerrar posibles acuerdos comerciales.

Tres de las cinco empresas fueron a Colombia, una a Perú y dos a ambos países. Este encuentro está cofinanciado con fondos procedentes de la Unión Europea, con cargo al Programa Operativo Feder de Andalucía 2007-2013.

EN 2012 INAUGURÓ SU SEXTO RESTAURANTE

Zerimar salta de la piel a la restauración y la automoción

La firma familiar con 61 años trayectoria prevé crecer hasta 7 millones este año y que más del 40% proceda de Internet

José María Camacho MÁLAGA.

Crecer en tiempos de crisis tiene mucho mérito. Este es el caso de Zerimar, dedicada a la fabricación y venta de prendas y complementos de piel y peletería. Fundada en 1942, la empresa malagueña facturó 6,5 millones de euros en 2012 y espera alcanzar los 7 millones a finales de este ejercicio. Desde 2007, el grupo Zerimar se ha mantenido en números negros. Hoy está al frente del negocio la tercera generación de esta saga familiar.

Inmaculada Ramírez, directora general y socia de Zerimar junto a sus hermanos Francisco y Daniel, explica que su empresa decidió diversificar para crecer y obtener beneficios, tanto saltando a otros sectores como abarcando nuevos segmentos de moda. Actualmente, cuenta con una plantilla de 60 personas repartida por sus once tiendas en Andalucía.

La fábrica de curtido y los almacenes centrales se encuentran en el municipio de Campillos. En Málaga tiene seis tiendas: Campillo, Torremolinos, Benalmádena y Málaga capital. En Andalucía tiene establecimientos comerciales en Granada, Santa Fe, Jaén, Córdoba y Jerez de la Frontera.

Restauración y automoción

Además, el grupo explota cinco restaurantes en Puerto Marina de Benalmádena, abiertos desde 1989 hasta el pasado año. "No hemos parado de crecer desde hace dos décadas", subraya Ramírez. Otra de las empresas, Ariel, se dedica a la venta de motocicleta y vehículos especiales.

Entre los proyectos para 2014 citó la creación de dos nuevas colecciones de golf y caza, potenciar la imagen de las tiendas, invertir en nuevas tecnologías e incrementar las ventas on line.



Inmaculada Ramírez, directora general de Zerimar. ÁLEX ZEÁ

Tiene fábrica de curtido propia y once tiendas en Andalucía con 60 empleados

ciones de golf y caza, potenciar la imagen de las tiendas, invertir en nuevas tecnologías e incrementar las ventas on line.

Uno de sus objetivos es aumentar las ventas por Internet. El pasado año, más del 40 por ciento de las ventas se consiguieron a través de la red. Dubai, Polonia, Suiza, Francia e Italia son sus principales mercados. Para 2014 busca nuevos horizontes internacionales en Rusia y países árabes. "Trabajando con ganas e ilusión se saca todo adelante", dice la emprendedora, quien añade que su mente está siempre abierta a nuevas posibilidades y proyectos.

Israel busca atraer empresas malagueñas como socios de firmas de tecnología

J.M. Camacho MÁLAGA.

Las empresas Inword Consultores, Blanca Real, Fortivia, Grupo Areance, Top Digital, Ingenia, AT4 Wireless, Raytheon y GE XXI, entre otras, se han reunido con el embajador de Israel en España, Alon Bar, para buscar un salto cualitativo en las relaciones este país.

A la reunión asistieron también la delegada de Economía de la Jun-

ta, Marta Rueda, quien destacó la labor que está haciendo Extenda en su apuesta por la internacionalización, ayudando el pasado año a más de 250 empresas malagueñas en ese proceso. Igualmente señaló que ya en 2012 "casi 4.000 empresas de Málaga vendieron sus productos y servicios en el exterior". El director general de BIC Euronova, Álvaro Simón, destacó la labor del embajador en España.

Por su parte, el embajador detalló a los empresarios innovadores las posibilidades de negocio que hay con emprendedores y empresarios de Israel, que buscan socios fuera de su país. En este sentido, Alon Bar señaló que "Israel necesita abrirse a nuevos mercados y mejorar su capacidad de producción". "Desde la embajada se está trabajando para crear espacios de contacto entre empresarios de ambos países".



Desde el bulevar

José María Camacho

Corresponsal en Málaga

COSTA DEL SOL, ¿PRIMERA EN SALIR DE LA CRISIS?

Expertos económicos y líderes empresariales han pronosticado que Málaga y Marbella serán las primeras ciudades junto a Madrid y Barcelona en salir de la crisis. Argumentan que están en lo bajo del ciclo por lo que la recuperación va a ser muy rápida. Señalan que para poder trasladar esta mejora al empleo es preciso que las empresas sean más innovadoras para diferenciarse, se adapten a la nueva realidad que ofrecen las nuevas tecnologías, ganen tamaño y refuercen su internacionalización.

En parte tienen razón. La Costa del Sol está suscitando de nuevo el interés de los mercados e inversores exteriores. Ha pasado de ser un problema -inseguridad jurídica, casos de corrupción en Marbella y Estepona- para convertirse en una oportunidad de negocio. Así lo creen empresarios como Ricardo Arranz, dueño del hotel Villapadierna, y Cristóbal Peñarroya, propietario del complejo Holiday World, entre otros.

La capacidad de abordar la internacionalización, la apuesta por el I+D y la utilización de las TICs son los principales retos y también bazas de las firmas que están ya en el camino de salir de la crisis.

La intensidad y velocidad de la recuperación económica dependerá en gran medida de que los mercados perciban condiciones adecuadas para invertir. En Málaga, la inversión no sólo obedece a condiciones favorables sino al propio atractivo del proyecto. La capital se ha transformado como destino turístico y se ha convertido en el municipio de la provincia con mayor número de turistas alojados en hoteles. El año pasado fue el segundo destino urbano de España que más creció tras Bilbao.

Las condiciones macroeconómicas están mejorando paulatinamente en lo referente a confianza empresarial y la inversión externa. De cualquier modo, queda camino por recorrer, sobre todo en aspectos como el empleo y el consumo interno.

Top Digital, Novasol, Famadesa, Viveros Guzmán, Faccsa, Dcoop (antes Hojiblanca), Aertec o GE XXI son tan sólo algunos ejemplos a seguir en la reactivación de la economía malagueña.