

ESPECIAL A-Z

Los foros de La Opinión DE MÁLAGA



Los asistentes al debate celebrado esta semana, con el subdirector de La Opinión de Málaga, José Ramón Mendaza. GREGORIO TORRES

La marca Málaga gana enteros en el panorama tecnológico mundial

► La apuesta por la smart city, la pujanza del PTA y el Club Málaga Valley permiten a la ciudad codearse con un selecto grupo de 30 urbes consideradas los grandes entornos innovadores ► El Silicon Valley, un espejo en el que mirarse pero muy difícil de clonar

José Vicente Rodríguez
MÁLAGA

@josevirodriguez



■ Málaga viene realizando desde hace años una fuerte apuesta para convertirse en uno de los grandes referentes tecnológicos a nivel mundial y unir su nombre a los de Silicon Valley, Baden-Württemberg, Massachusetts o Corea del Sur. La estrategia diseñada en los últimos años por el Ayuntamiento de la capital pretende diversificar un modelo muy basado en el turismo de sol y playa y proyectar una imagen de ciudad del conocimiento a través de iniciativas como el Club Málaga Valley, la apuesta por la *smart city* -la integración de las nuevas tecnologías y el fomento del I+D en la vida cotidiana de las urbes-, la labor investigadora de la Universidad de Málaga o la actividad de las más de 600 empresas del Parque Tecnológico de Andalucía (PTA). Para analizar los resultados conseguidos hasta la fecha y valorar la consoli-

dación de la marca «Málaga Valley», La Opinión de Málaga ha reunido esta semana, por la parte institucional, al alcalde de la ciudad, **Francisco de la Torre**; al director general del PTA, **Felipe Romera**; al director de la incubadora de empresas, BIC Euronova, **Álvaro Simón de Blas**; al responsable de Andalucía Tech en la UMA, **Víctor Muñoz**; y por la parte emprendedora y empresarial, al fundador de Virus Total, **Bernardo Quintero**; al responsable de Libera Networks, **José Miguel Ruiz Padilla**; y al consejero delegado de Top Digital, **Santiago Lucas**.

El gran salto de la marca Málaga

Abre el fuego el alcalde de Málaga, **Francisco de la Torre**, que sin ánimo de ser «triumfalista», afirma que los planes estratégicos han permitido en la capital «un gran cambio para bien», con una apuesta «sólida e innovadora» por

la tecnología, el conocimiento y el concepto de «ciudad inteligente» (*smart city*).

«Hemos creado una marca muy consensuada con todas las instituciones y que tiene seis pilares: el PTA, que tiene 20 años de vida, la Universidad, que tiene 40 años de trayectoria, los centros tecnológicos, las incubadoras y aceleradoras de empresas, el concepto de *smart city* y el Club Málaga Valley, que con sus dos reuniones al año crea un *networking* muy beneficioso para las empresas locales y que genera siempre expectativas de inversión», comenta el alcalde, que recuerda los proyectos y ampliaciones desarrollados en Málaga en los últimos años por multinacionales como Oracle, Accenture y Ericsson. De la Torre también cita la consolidación de foros como el Transfiere y el Green Cities-Tikal, que redundan en mayor visibilidad de Málaga a nivel tecnológico.

Por su parte, el director del PTA, **Felipe Romera**, señala que igual que los parques tecnológicos movieron el mundo de la innovación

en los años 80 y 90, ahora lo hace el concepto de «ciudad inteligente», ya que las multinacionales han visto que las grandes urbes representan una gran oportunidad de negocio y, además, son el mejor escaparate, para exhibir la tecnológica a nivel ciudadano. En ese sentido, Romera considera que Málaga ha tomado ese rumbo con mucha antelación apoyado en un buen marketing, lo que le da ahora «una oportunidad única» para liderar la carrera de las *smart city*.

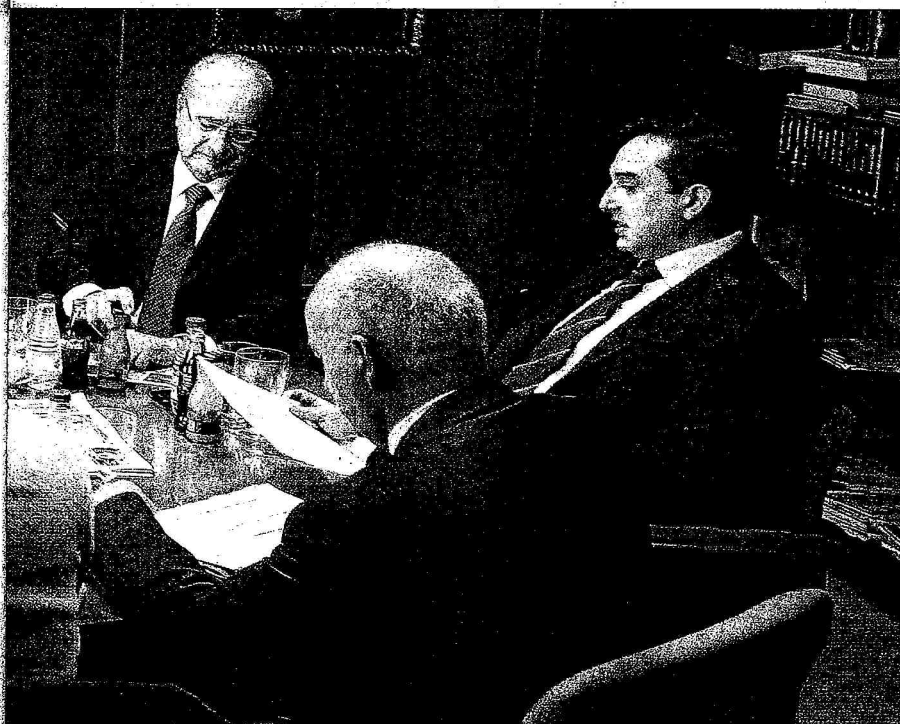
«De hecho, en España somos los segundos en este ámbito tras Barcelona, que por tamaño siempre se la ve más. Pero estamos en ese grupo de 20 o 30 ciudades con esta gran visibilidad. El fruto de todo esto es que hay muchas ganas de venir a Málaga. El PTA en estos momentos está muy ligado a multinacionales y empresas que ven el parque como un paso a Silicon Valley, y que plantean proyectos que pueden ir desde las 500 a las 2.000 personas. Esto es un elemento de gran valor», apunta.

El director del BIC Euronova y

presidente de la red europea EBN de estas incubadoras, **Álvaro Simón de Blas**, resalta el gran valor que ha alcanzado la marca «Málaga» y el vuelco que se ha dado en el apoyo a los emprendedores y a las empresas de base tecnológica, donde juega un gran papel el vínculo establecido con la Universidad. Sin embargo, afirma que para cerrar este «círculo virtuoso» se hace necesaria una acumulación de capital privado que permita a los emprendedores obtener financiación de forma sistemática para desarrollar sus proyectos.

«Málaga no es el Silicon Valley porque allí hay muchas personas que crean empresas, las venden y luego vuelven a invertir en otras empresas. Eso aquí no ocurre», constata el responsable del BIC, que diagnostica que la capital ha logrado crear un gran ecosistema tecnológico, donde hay «creatividad, talento, ganas e ilusión» pero donde falta, en definitiva, el dinero de los inversores.

PASA A LA PÁGINA SIGUIENTE ►



► VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

El responsable de la firma Libera Networks, **José Miguel Ruiz Padilla** (que ahora ha ligado su futuro al de Ingenia), reconoce que Málaga «ha avanzado muchísimo» y que a veces «sólo nos fijamos en lo malo», aunque reconoce que hay muchos aspectos «mejorables» a la hora de ayudar a las empresas de base tecnológica.

«Los emprendedores de Málaga tienen un ecosistema muy interesante. Yo mismo soy un ejemplo y un usuario de esa experiencia. Pero el tema del tamaño me preocupa. Una vez que la empresa ha arrancado, ¿qué viene después? Tras tres o cuatro años de andadura, las empresas encuentran un vacío de mercado y de inversiones que resulta muy difícil de superar. El mercado español está además en un momento muy

complicado que obliga a actuar de forma global, a vender fuera y a competir. Ojalá todos los que empiezan lo tengan así de claro», explica. A su juicio, en España e incluso en Europa se peca todavía de una mentalidad «algo localista», algo que no ocurre en el californiano Silicon Valley, donde las compañías trabajan de forma más global y logran desarrollos más rápidos gracias al capital privado.

El veleno **Bernardo Quintero**, el fundador de Virus Total (empresa vendida el pasado año a Google), admite que se han hecho muchas cosas bien pero alerta de que falta coordinación entre instituciones como el PTA e iniciativas como el Málaga Valley. Quintero, que prefiere asumir en este foro el papel de «abogado del diablo», advierte de que hay que relativizar el peso de Málaga como referente en el mundo tecnológico.

«Tengo mucho cariño a Málaga y a instituciones como el PTA, el BIC y el Ayuntamiento, que me han apoyado mucho. Pero debo decir que gigantes del Silicon Valley como Microsoft, Apple, Cisco o Symantec ya están en Europa. Y se han ido a Dublín porque allí tienen un 12,5% de impuesto de sociedades. Da igual que Dublín sea una ciudad fría y lluviosa y en Málaga tengamos el sol y el pescaito frito. Las decisiones para implantarse en un lugar o en otro se toman a otro nivel, pensando en dónde hay más beneficios fiscales. No es un problema sólo de Málaga sino de España pero sin duda es un hándicap para competir con otras ciudades europeas», comenta.

Respecto al Club Málaga Valley, Quintero comenta que en las reuniones echa de menos más representación de la Universidad y más gente joven que, en definitiva,

representan el sustrato más innovador de la sociedad. «Me gusta que en estos foros haya menos chaquetas y más camisetas», dice.

Precisamente en representación de la Universidad de Málaga habla **Víctor Muñoz**, el responsable del campus Andalucía Tech, que resalta primero el enorme salto que ha dado la ciudad de la mano, entre otros actores, de la UMA y del PTA. La Universidad, por ejemplo, factura ya 12 millones de euros al año en el ámbito de sus relaciones con el mundo de la empresa. Muñoz afirma que la clave de Málaga para competir con otros polos tecnológicos debe ser la especialización en el ámbito de la *smart city*, donde la ciudad cuenta ya con mucho prestigio.

«Este segmento puede dar pie a la creación de muchas empresas y la Universidad le puede ayudar en el tema de la investigación. En Málaga es difícil crear multinacionales pero si somos muy buenos en la guerra de guerrillas y con las *spin off* podemos hacer esto: empresas que generen pequeños productos de gran valor», apunta.

Por último, **Santiago Lucas**, consejero delegado de Top Digital, asegura que Málaga capital tiene una posición estratégica «ideal» gracias a su salto tecnológico y turístico. No obstante, ese potencial debe ser mejor aprovechado uniéndolo de forma más eficaz los esfuerzos de todas las instituciones.

«Debemos rentabilizar mejor nuestros casos de éxito y el concepto de *smart city*. Por ejemplo, el Ayuntamiento ya ofrece en *open data* un total de 66 servicios. Eso es un diamante en bruto que hay que trasladar a los ciudadanos. En el tema de los autobuses urbanos se podría desarrollar una *app* que te dijera a qué hora debes salir de tu casa para coger el primer autobús que pasa», opina.

Lucas también aboga por llegar a acuerdos que sirvan para aprovechar la calidad de los ingenieros que salen de la Universidad de Málaga, acudiendo a proyectos europeos de investigación que permitan tomar la delantera al resto de ciudades. El responsable de Top Digital, que postula un modelo de investigación y clonación de casos de éxito, relata que su empresa cuenta con una aceleradora donde se manejan 97 proyectos de *start up* (compañías in-

cientes), para su posible desarrollo. El problema, como se tratará más adelante en el debate, es la dificultad de encontrar inversores privados con los que compartir el alto riesgo que supone apoyar a una nueva empresa tecnológica.

¿Podemos ser como el Silicon Valley?

¿Es excesivo hablar de Málaga como aspirante a representar lo que significa Silicon Valley a nivel norteamericano y mundial? **Francisco De la Torre** reconoce que Europa tiene espacios «muy bien posicionados» pero asegura que Málaga, sin tener la «solera» tecnológica de Alemania, Holanda o Reino Unido, ha logrado en pocos años una reconocida posición, como muestra el hecho de haber sido repetidamente galardonada por su desarrollo de *smart city*.

«Todo esto crea una sinergia importante. Es muy fácil para nosotros competir en turismo: tenemos el clima, el sol, el golf y ahora la cultura y los congresos... ganamos por goleada. Pero debemos aplicar también esto a la tecnología y al talento. Por eso hemos desarrollado esa estrategia», dice. El regidor afirma que hay muchas empresas que «compiten por instalarse en Málaga», algo que a veces no valoramos. «No sé si nos convertiremos en el primer punto tecnológico de Europa, pero igual podemos tener muchas empresas que facturen millones. La idea de trabajar para un mercado global está cada vez más ahí», añade.

Bernardo Quintero recuerda que Silicon Valley cuenta con la Universidad de Stanford, que siempre está entre las tres primeras del mundo mientras que en Málaga, sin embargo, «estamos muy contentos» porque la UMA ha entrado en el top 500.

«Es un desfase para Málaga, que tiene ahí mucha competencia. En Cambridge está el Silicon Fen, con muchas *start up* punteras en biotecnología. Y la Universidad de Dublín es la 113 en tecnología, también muy por encima de Málaga», constata.

PASA A LA PÁGINA 40 ►



ASAJA MÁLAGA

¡¡Los profesionales del campo!!

C/. Mauricio Moro, 4 - Edif. Eurocom Centro, 3ª planta - 29006 MÁLAGA
Tfno. 952 31 11. 11 - Fax 952 31 35 56 - asajamalaga@asajamalaga.com

Málaga

ESPECIAL AZ DE LA ECONOMÍA

Los foros La Opinión DE MÁLAGA

▶ VIENE DE LA PÁGINA 39

Felipe Romera comenta que el modelo de emprendedores de Málaga es el mismo de Silicon Valley aunque la ciudad malagueña, obviamente, «no es San Francisco, ni San José ni Palo Alto». Los entornos administrativos son distintos pero Romera se muestra convencido de que a un emprendedor malagueño le resulta más fácil salir adelante y buscar capital en Málaga que en California «porque allí hay mucha más competencia». El director del PTA dice que el ecosistema de emprendedores en Málaga es «bastante digno y sin duda el mejor de España» pero admite que faltan más empresas de rápido crecimiento, esas que permiten facturar más de 10 millones al año y emplear a 200 personas. «Para eso hace falta también un concepto más internacional, empresas globales que sepan atraer el talento, como hacen las multinacionales».

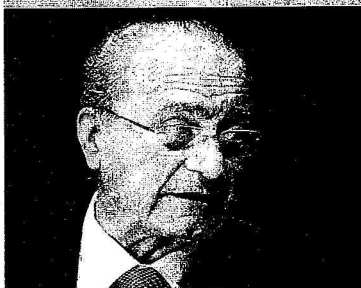
Por su parte, **Álvaro Simón de Blas** coincide en que Málaga y el emprendedor malagueño deben ser conscientes de que «compiten con el mundo» y recuerda que el apellido «Valley» es una etiqueta que muchos también se cuelgan. «En la ciudad china de Wuxi, a 100 kilómetros de Pekín, ya hablan del Silicon Valley oriental. Y en Europa tenemos muchos competidores. Nos fijamos en el buen ecosistema emprendedor pero falta soporte financiero. Ojalá hubiera más inversores nacionales e internacionales como tuvo Virus Total con Google», afirma.

La necesidad de hallar inversores para que Málaga pueda jugar en las mismas condiciones que el Silicon Valley también es resaltada por **Santiago Lucas**, que apuesta por aprovechar al máximo la capital (ese «sabor a Málaga») y organizar foros para captar capital privado. «Veo infinidad de oportunidades, pero tenemos que centrar proyectos y coordinarlos. Empresas como Huawei tienen 70.000 ingenieros y Samsung gasta 10.000 millones de euros al año en I+D. Nosotros tenemos que mejorar nuestra posición de salida», dice.

El tema de las comparaciones con Silicon Valley le resulta «muy manido» a **José Miguel Ruiz Padilla**, que cree que Málaga debe «aprovechar sus propias potencialidades y valores», por ejemplo imbricando la tecnología y el turismo, como se hizo en la última reunión del Málaga Valley. «Somos una potencia turística. Hay que sacar partido de eso y aunarlo con el mundo de las TIC para ponerlo en valor ante todo el mundo», aduce.

Victor Muñoz coincide con el resto de ponentes aunque introduce cierto factor cultural y religioso que explica las diferencias con Silicon Valley. «Allí prima más una cultura del éxito personal ligado a la religión protestante. Un modelo tan agresivo no funciona igual en una cultura católica». En ese punto, De la Torre recuerda que en Europa, «la católica Baviera es más pujante que la Prusia protestante».

LOS PROTAGONISTAS



ALCALDE DE MÁLAGA

Francisco de la Torre

▶ «Es muy fácil para Málaga competir en turismo: tenemos el clima, el sol, el golf y ahora la cultura y los congresos... Pero debemos aplicar también esto a la tecnología y al talento. Por eso desarrollamos esta estrategia. Hemos creado una marca muy consensuada con todas las instituciones».

▶ «No sé si nos convertiremos en el primer punto tecnológico de Europa porque hay lugares con mucha solera, pero sí creo que podemos tener muchas empresas que facturen millones de euros».

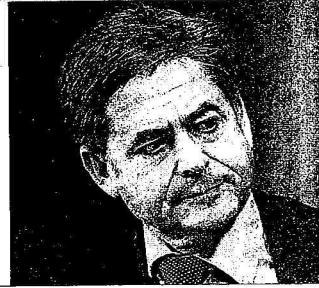


DIRECTOR GENERAL DEL PTA

Felipe Romera

▶ «Málaga no es San Francisco pero tenemos un entorno emprendedor muy digno y, sin duda, el mejor de España. Nos faltan empresas de rápido crecimiento, de esas que facturan más de 10 millones de euros y ayudan a cambiar un modelo económico».

▶ «Atraer inversión a la tecnología es complicado porque son proyectos de alto riesgo. Es una inversión especial y en España en verdad hay muy poca. Si el PTA hubiera tenido el dinero privado que maneja Silicon Valley tendría ahora el doble de su ta-



DIRECTOR DE BIC EURONOVA

Álvaro Simón de Blas

▶ «Málaga no es Silicon Valley porque allí hay muchas personas que crean empresas, las venden luego vuelven a invertir en otras empresas. Eso no ocurre. Nos falta el soporte financiero para ese círculo virtuoso. Tampoco la Ley de Empresas ha establecido suficientes incentivos fiscales a la inversión».

▶ «En la ciudad china de Wuxi, a 100 kilómetros de Pekín, ya hablan del Silicon Valley oriental. Europa tenemos muchos competidores».

En Málaga sobran talento e ideas pero faltan inversores

▶ Los emprendedores y agentes tecnológicos reconocen que el gran hándicap es la búsqueda de capital semilla ▶ Escasean los inversores capaces de aportar más de un millón de euros



Los participantes en el foro, en la sede de La Opinión. GREGORIO TORRES

JOSÉ VICENTE RODRÍGUEZ MÁLAGA

▶ @josevirodriguez

■ Sobran talento, ideas y creatividad pero falta dinero para poner en marcha los proyectos. Esa es la tozuda realidad que impide un despegue aún mayor de la Málaga tecnológica, según reconocen los conocedores del sector y los propios empresarios. El punto más positivo es el papel que vienen jugando incubadoras como la veterana BIC Euronova y las más recientes aceleradoras de empresas, caso del proyecto Bolt, ubicado en Tabacalera y que mentoriza más de 50 proyectos tecnológicos en busca de capital semilla.

Álvaro Simón de Blas incide en que Málaga no ha sabido captar todavía el potencial de inversores privados nacionales y extranjeros (*business angels*) que residen en la propia Costa del Sol pese a que el PTA y el BIC han peinado a veces la zona. El director del BIC Euro-

nova también se muestra algo decepcionado en este punto con la Ley de Emprendedores, que a su juicio no ofrece suficientes incentivos de rentabilidad a quien invierte. «Se ha quedado a medias porque si el inversor se sale antes de tres años no logra beneficios fiscales. No hablo ya del Impuesto de Sociedades sino del inversor particular. Este punto ha quedado completamente diluido en la ley», señala.

Santiago Lucas, por ejemplo, reconoce que no entra a invertir en muchos proyectos por falta de socios acompañantes que ayuden a compartir el riesgo. «Si encontrara a nueve o diez inversores como yo a lo mejor me tiraba a la piscina pero lo que no puedo es invertir yo el 100% en un proyecto. Los riesgos tiene que estar controlados», señala el responsable de Top Digital. A su juicio, en España falta «cultura de inversión», aunque eso se podría arreglar, insiste, con

la organización de foros coordinados en Málaga a los que asistirían inversores interesados.

«Eso sería una garantía de futuro importante. Que en vez de hacerlos en Madrid se hagan aquí. Tenemos que salir de la teoría y llegar a la práctica. Porque coincido en que ahora mismo no hay recursos para invertir en proyectos importantes. Así que tenemos que buscar fórmulas público-privadas para buscar a estos inversores», explica Lucas, que también reitera la necesidad de obtener proyectos de investigación en los futuros fondos europeos. Además, alude a las interesantes líneas de financiación que está ofreciendo el Banco Europeo de Inversiones (BEI).

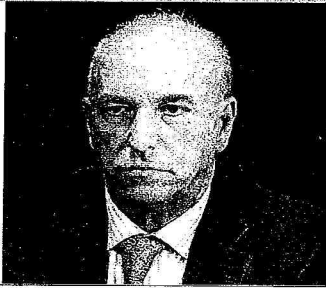
El responsable de Libera Networks (actualmente en la firma Ingeniería), José Miguel Ruiz Padilla, afirma que, aunque poco, existe capital semilla para empezar a andar. El problema viene cuando la empresa empieza a crecer y, a los

tres o cuatro años, necesita inversiones a partir del millón de euros.

«Esa es la barrera. Hablamos de otro mundo. Por mi experiencia como emprendedor puedo decir que no tuve problema para encontrar un primer capital semilla, ya fuera público o privado. Pero buscar cantidades mayores, a partir de ese millón de euros, es algo muy complicado en España», afirma. Este tema, a su juicio, es capital pues supondría que muchas pequeñas empresas pudieran dar el gran salto «y convertirse en multinacionales que facturan 100 millones de euros».

El fundador de Virus Total, **Bernardo Quintero**, reconoce que por muchas aceleradoras de empresas que se monten «él colabora como mentor del proyecto Bolt, la aceleradora tecnológica - si no hay capital semilla «no se podrá hacer mucho». Quintero señala que

PASAR A LA PÁGINA SIGUIENTE ▶



TOP DIGITAL

Santiago Lucas

► «**Tendríamos que organizar** foros de inversores en Málaga para salir de la teoría y llegar a la práctica. Coincidió en que ahora mismo no hay recursos para invertir en proyectos tecnológicos importantes. Yo sólo no me tiro a la piscina; si tuviera diez socios, igual lo haría».

► «**Debemos rentabilizar** mejor nuestros casos de éxito y el concepto de smart city. Eso es un diamante en bruto que hay que trasladar a los ciudadanos».



GOOGLE

Bernardo Quintero

► «**Las grandes empresas** del Silicon Valley tienen presencia en Europa pero se han ido a Dublín porque allí tienen un 12,5% de Impuesto de Sociedades. Da igual que sea una ciudad fría y lluviosa y que en Málaga tengamos el sol y el pescado frito. Allí hay más beneficios fiscales».

► «**Necesitamos** inversores privados que ya hayan tenido éxito con sus empresas y tengan una plusvalía para invertir. Si te juegas tu dinero es porque ya has tenido esa experiencia».



INGENIA

José Miguel R. Padilla

► «**El ecosistema emprendedor** de Málaga es muy interesante. Pero tras tres o cuatro años de andadura, las empresas encuentran un vacío de mercado y de inversiones que resulta muy difícil de superar».

► «**No hay problema** para encontrar un primer capital semilla, ya sea público o privado. Pero buscar cantidades mayores, a partir de un millón de euros, es algo muy complicado en España».



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Víctor Muñoz

► «**En Málaga** es difícil crear multinacionales pero sí somos muy buenos en la guerra de guerrillas. Con las spin-off podemos hacer esto: crear empresas que generen pequeños productos de gran valor».

► «**Cuando pedimos proyectos** de investigación a Europa priman los criterios académicos. Quizá sería más necesario conectar los proyectos de innovación a líneas de negocio para hacerlos más viables».

► VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

la inversión en proyectos tecnológicos es siempre «de alto riesgo», una cultura que no existe en España donde sí algo hay es, precisamente, «aversión al riesgo». Y vuelve el ejemplo de Dublín, que ha creado un ecosistema de *start up* (empresas incipientes) que capta *venture capital* (capital emprendedor) desde Londres.

A Quintero tampoco le duelen prendas señalar que las administraciones públicas no son los mejores guías para liderar la mentorización de las *start up* y apunta a que es necesario contar con emprendedores. En cuanto a la búsqueda de inversores, su óptica es similar.

«Si inviertes en diez empresas innovadoras al año, ocho se te caen seguro. Sólo tienes ese 20% para confiar en que una empresa que triunfe multiplique tu inversión por diez y haga de ella algo rentable», admite. Entonces, ¿quiénes son los que deciden dar el paso y arriesgarse? Pues personas que ya han vivido esa experiencia, es decir, empresarios del ámbito tec-

nológico que crearon su empresa, tuvieron éxito y la vendieron. Lo malo es que ese perfil abunda en Silicon Valley y no tanto en Málaga. El propio Quintero, que vendió Virus Total a Google, sería uno de esos escasos ejemplos.

«Necesitamos esos inversores, los que han vivido ese éxito y tienen una plusvalía para invertir. Si te juegas tu dinero es porque ya has tenido esa experiencia», detalla. Quintero añade además que es más factible tener éxito apoyándose en este capital privado que en subvenciones públicas. «¿Cuántos ejemplos de empresas subvencionadas en Europa han tenido éxito? Muy pocos. En cambio, el capital privado que apoya a una empresa ya se encarga de que ésta tenga las mejores condiciones y vaya al negocio puro y duro», concluye.

El responsable de Andalucía Tech en la UMA, Víctor Muñoz, apunta que es necesario acercar más el mundo universitario y el de la empresa, aunque comenta que, en este sentido, encuentra algunas dificultades. Por ejemplo, para optar a proyectos europeos de investigación se valoran ante todo pa-

rámetros académicos antes que ideas de negocio. «Hay un desencuentro en este punto. Quizá sería más necesario conectar los proyectos de innovación a líneas de negocio», plantea. Otro tema a resolver es la deficiente explotación del conocimiento con que salen los ingenieros de la UMA.

«Nos llaman para muchos empleos donde la persona no va a explotar todo su conocimiento. Debería haber un conducto para hacer efectivo este trasvase. Quizá deberíamos crear entre todos una carta de servicios conjunta y crear doctores en empresas», sugiere.

Aceleradoras de futuro

El director general del PTA, Felipe Romera, ensalza el papel de las nuevas aceleradoras de empresas, al margen del resultado que den en estos primeros momentos «porque es una forma de atraer capital a Málaga». Romera reconoce que atraer el dinero al mundo de la tecnología es «muy complicado» porque los bancos rehuyen el alto riesgo, lo que deja sólo al inversor privado.

«La inversión en tecnología es

especial y en España hay muy poca. Estoy convencido de que el PTA hubiera tenido el dinero privado que maneja Silicon Valley ahora tendría el doble de su tamaño. No es lo mismo crecer financiándose sólo con tus ventas que hacerlo gracias a la inversión privada. Las aceleradoras de empresas ayudarán a conseguir ese dinero aunque su presencia todavía es muy incipiente», afirma.

Romera cree que la internacionalización también ayudará a que las empresas tecnológicas despeguen y se marca un objetivo: que el peso de las TIC y de la economía del conocimiento en el PIB de Málaga, incluyendo el concepto de *smart city*, se triplique del 10% actual al 30%.

«Tenemos las mejores piezas pero falta unir las bien para dar el mejor producto», comenta en referencia al PTA y al Málaga Valley.

El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, considera que la capacidad de la ciudad para atraer a multinacionales está «más que probada» pero admite que las empresas, además de ver el clima y calidad de vida del entorno, también

observan el cuadro fiscal, un elemento en el que la capital irlandesa lleva ventaja con ese bajísimo 12,5% que cobra como Impuesto de Sociedades. «Es verdad que en Europa, teniendo una moneda única, no podemos presentar cuadros fiscales tan divergentes pero ese es un tema que hay que resolver a nivel europeo», estima.

El regidor recuerda que en cada viaje que realiza el Ayuntamiento de Málaga al extranjero siempre trata de establecer contactos con empresas. Los ejemplos más recientes son las visitas a Tokio y Yokohama del pasado octubre, donde se aprovechó para mantener encuentros con Fujitsu -ya presente, en Málaga- o TDK.

«Tenemos que estar continuamente animando a las empresas a invertir en Málaga y a que diversifiquen», proclamó. De la Torre mostró además su plena confianza en el trabajo de la aceleradora Bolt -que este lunes comunicará los resultados de captación en su primera ronda de inversiones- y en los proyectos de *start up* tutorizadas por firmas como Deloitte o PWC.

Pequeños GRANDES FUTBOLISTAS

LA BASE DEL FÚTBOL MALAGUEÑO

LOS LUNES A LAS 21:30

CRECIENDO CON MÁLAGA

REDIFUSIÓN MARTES 18:00

101 tv