

LA MÁLAGA TECNOLÓGICA

El Parque Tecnológico de Andalucía cumple 20 años y el Club Málaga Valley, que ha nacido para sumar y actuar como altavoz, proyecta la marca contando con embajadores de prestigio. El reto es que la marca Málaga sea asociada con la tecnología



Tribuna

Antonio Gómez-Guillamón

Director general de Aertec y vicepresidente del Club Málaga Valley

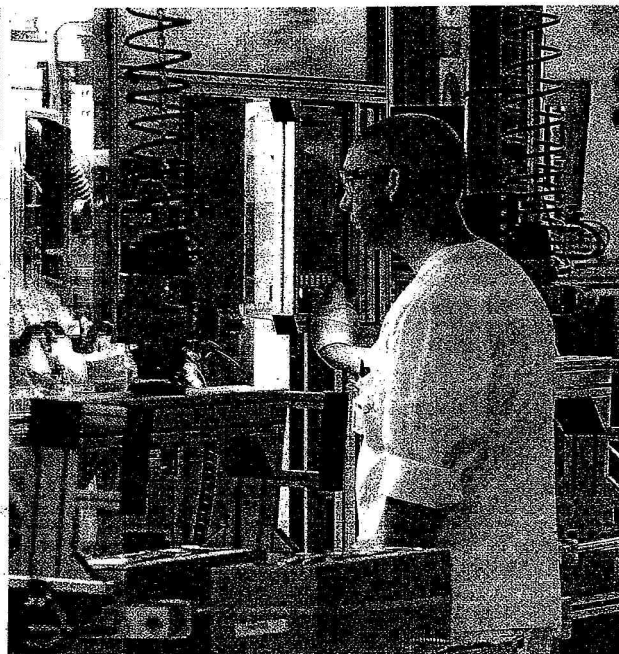
Este año el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA) celebra su 20 aniversario y casi se puede decir que la Málaga tecnológica salía de la incubadora en ese momento. Desde luego no me corresponde a mí hablar en nombre del PTA. Su director general, **Felipe Romera**, y el equipo de directivos que le habían acompañado en el centro de I+D de Fujitsu que ya existía en Málaga a principios de los 90, son los auténticos emprendedores de esta aventura. Felipe Romera, **Luis Fernando** con AT4 Wireless, **Pepe Blanco** y su equipo directivo en Ingeniería, **Pepe Estrada** y otros entusiastas con los que no he tenido el placer de codearme tanto, eran el puñado de semillas que se plantaron en la maceta diseñada con mimo para hacerlos germinar. Son ellos los que escribieron el inicio de la historia y es a ellos a los que todos debemos mucho para llegar a lo que hoy disfrutamos.

Veinte años más tarde coinciden en Málaga, y más concretamente en el PTA, las siguientes figuras. La presidencia de la APTE (Asociación de Parques Tecnológicos de España), que ostenta Felipe Romera, el director General de la IASP (Asociación Internacional de Parques Tecnológicos) que lleva **Luis Sanz** y el presidente de la EBN (Red Europea de Centros de Innovación) que ocupa **Álvaro Simón de Blas**. Este último es además director

general de la incubadora genuina del PTA en la que tantas empresas muy conocidas han nacido. ¡Menudo trío de ases tenemos en la baraja! Todos muy valorados nacional e internacionalmente, y resulta que los tenemos aquí y casi no le damos importancia. Si añadimos que **Adelaida de la Calle** es presidenta de la CRUE (Conferencia de Rectores de Universidades Españolas), ya tenemos el poker de ases que cualquier ciudad soñaría. Hace solo veinte años nada de esto existía, salvo el semillero de Fujitsu resistiendo las inundaciones del Guadalhorce.

► **Triángulo virtuoso.** Hoy me gusta ver la Málaga tecnológica como algo mucho más grande, cimentada en el famoso triángulo virtuoso: Aeropuerto, Parque Tecnológico, Universidad, pero extendiéndose como una mancha de aceite por toda la ciudad y parte de la provincia. Hoy hay empresas repartidas por la geografía, se han sumado muchas voluntades, se suceden eventos de forma continua y la sociedad del conocimiento se ha hecho más madura. En una evolución natural y sana poco a poco se ha ido retirando la necesaria protección de la administración de nuestra infancia tecnológica. No obstante, las administraciones siguen demostrando su liderazgo para los nuevos conceptos. El Ayuntamiento ha colocado la ciudad como referente en la liga de las *Smartcities*, y la Junta, desde la Consejería de Innovación, no ha dejado de empujar y desarrollar políticas e iniciativas para el fortalecimiento de este sector que siempre fue estratégico y que ahora es real.

La marca Málaga Valley nace desde la sociedad civil a partir de un club de empresarios, con la idea de que España pudiese conformar un polo de referencia internacional que se convirtiese en destino y origen tecnológico. Málaga tenía los mimbres para lograrlo y a



ARCINIEGA

partir de ellos comenzó el trabajo. Al tratarse de un proyecto de ciudad el alcalde se convirtió en el primer abanderado y puso a trabajar a su equipo para que la propia ciudad se alinease con este objetivo.

El Club Málaga Valley no nacía para sustituir a nadie, todo lo contrario, su intención es sumar y actuar como altavoz, proyectando la marca contando con embajadores de prestigio como son los líderes de las empresas más tecnológicas, sean multinacionales o nacidas en Málaga. Esto provoca un efecto llamada. Tras trece reuniones del Club, programadas semestralmente, cada edición ha superado la anterior y se ha colado como cita obligada en la agenda de los primeros espadas de empresas como: Google, IBM, HP, Blackberry, Oracle, Accenture, Amper, Indra, Telefónica o Vodafone. Una jornada en Málaga que ha acabado atrayendo a la prestigiosa universidad americana MIT y a todo el elenco de investigadores y emprendedores que arrastra.

► **Plus de confianza.** El reto ahora es consolidar el impacto internacional que buscamos y para eso las empresas

tienen que ser globales. Se puede hacer ruido con una marca y generar expectativas. Los empresarios de Málaga que llevamos años viajando sabemos lo importante que es que el nombre de nuestra ciudad se asocie con la tecnología. Esta asociación genera un incalculable plus de confianza. El broche de Málaga Valley se conseguirá el día que nuestras empresas sean internacionalmente reconocidas, se hable de ellas, de sus productos y de donde nacieron. No importa el tamaño lo que importa es su capacidad de influir en el futuro.

El desafío es conformar un terreno de juego aún más propicio. El famoso ecosistema de la innovación. Desde una educación que propicie la cultura emprendedora, una universidad que se proyecte al mundo y atraiga talento, una burocracia hipersimplificada pero que aporte seguridad al que invierte y arriesga, unas administraciones que faciliten que las cosas ocurran e incluso una fiscalidad que premie el mérito y no lo abuyente. Lo bueno es que tenemos mucho camino hecho y una buena base para construir el futuro, el resto dependerá de nosotros y de lo que cada uno desde su iniciativa sea capaz de sumar sin complejos.



INCOTEX

INSTALADOR Y MANTENEDOR AUTORIZADO
DE EXTINTORES Y EQUIPOS CONTRA INCENDIOS



C/ César Vallejo, 22. Polígono Industrial Guadalhorce, 29004. Málaga • Telf.: 952 243 103/952 056 734
Fax: 952 960 943 • e-mail: incotex@incotex.es • www.incotex.es