

## ENTREVISTA: Empresas & sectores FRANCISCO DE LA TORRE Y JAVIER CREMADES Alcalde de Málaga y presidente del Club Málaga Valley

### "Tenemos capacidad para atraer iniciativas tecnológicas"

MANUEL V. GÓMEZ 28/09/2008

#### La noticia en otros webs

Hay que ser natural, no forzar las cosas, y situarlo en el urbanismo"

"Que haya crisis no tiene por qué atenuar la magnitud del proyecto"

"En Málaga hay un proceso único, poco parecido al resto de ciudades europeas""Si sumas todos los factores, la ciudad está en una posición fantástica"

Europa ha vuelto a abrir una carrera entre varias ciudades. En esta ocasión se trata de dilucidar qué urbe se convierte en el Silicon Valley del Viejo Continente. O dicho de otra forma, qué ciudad se erige en referente tecnológico y digital a este lado del Atlántico. Ciudades atletas que aspiren al título no faltan: Helsinki, Dublín, Marsella... La representante española en la competición es Málaga.

Apoyada en el parque tecnológico, la candidatura de la ciudad andaluza cuenta con el proyecto Málaga Valley y el inestimable grupo de apoyo del Club Málaga Valley, una organización que agrupa a un importante número de ejecutivos de empresas vinculadas con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Compañías como Oracle, la china Huawei o BBVA ya han refrendado con hechos el proyecto, o sea, con inversiones.



El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, y Javier Cremades, el presidente del Club Málaga Valley muestran su confianza en un proyecto que prevé crear 100.000 puestos de trabajo y convertir a Málaga en una referencia tecnológica europea. Para impulsar estas aspiraciones, entre otras cosas, a partir del próximo jueves -y hasta el próximo 14 de octubre- comienza en la ciudad andaluza la cumbre del Espacio Digital del Mediterráneo, un evento que tendrá carácter anual y, al igual que Málaga Valley, aspira a lo máximo. Los organizadores aspiran a que entre en un circuito en el que resuenan nombres como Davos.

**Pregunta. Un proyecto ambicioso: crear en Málaga un Silicon Valley europeo o mediterráneo. ¿Es eso posible?**

Francisco de la Torre. Málaga tiene unas condiciones naturales idóneas. Cuando digo naturales no me refiero sólo a su buen clima o la calidad de vida, que es importante, sino también a la trayectoria, la historia de Málaga, su capacidad de ir atrayendo iniciativas empresariales, en muchos casos vanguardistas, y que culmina en la creación del parque tecnológico. Además, en los setenta y ochenta se crea la universidad, joven, pero muy comprometida y que trabaja en la línea del parque tecnológico. Málaga siempre ha estado muy presente en las empresas a la hora de buscar un espacio atractivo para ubicarse. Tenemos capacidad para atraer ese tipo de iniciativas y eso es clave a la hora de buscar ese espacio de referencia europeo similar al Silicon Valley.

**P. ¿Basta con ese bagaje y ese atractivo?**

F. T. Lo nuevo en Málaga desde hace dos años, y que tenía una gestación de bastantes meses, es que un grupo importante de empresarios de las TIC y los medios de comunicación, pero también del sector de energías alternativas, crean un club, que es el Club Málaga Valley.

Javier Cremades. En Málaga hay un proceso único que tiene poco que ver con lo que se observa en el resto de ciudades en Europa. Aquí no hablamos de un proyecto de distrito tecnológico. Málaga no ha creado una operación de suelo o urbanismo. Ésas se crearon en el pasado y se siguen creando.

**P. ¿Y qué papel desempeña el Club Málaga Valley en este contexto?**

J. C. Atrae la atención de la industria de las TIC en España sobre un proceso formal que se ha abierto en la Unión Europea para identificar la capitalidad tecnológica europea. Hace dos años, 27 presidentes de compañías decidieron presentar a Málaga como una opción para que el resto de Europa empezara a encontrar un espacio singular para hacer proyectos, para desarrollar tecnologías y para innovar. La estrategia empieza normalmente al revés. Los líderes políticos piensan qué hacer para atraer talento. En este caso son los líderes empresariales. Es el talento el que en colaboración con los líderes políticos se plantea una estrategia de competitividad de zona o de región.

**P. Málaga no está sola en esta carrera por el liderazgo tecnológico europeo. Y la marca país no parece de gran ayuda.**

F. T. Competencia en Europa para el espacio tecnológico la hay. Eso es evidente. La singularidad nuestra es que, inclusive, podemos partir de una realidad tecnológica menos potente que las otras. Pero la potencialidad que hay, la apuesta que hacen más de cien empresas y el futuro que tiene el litoral mediterráneo hará que se consolide no como único espacio, pero sí como uno muy especial y con vocación de ser el de referencia.

J. C. La marca país no ayuda especialmente, pero tampoco la demografía o el PIB. Los competidores son: Helsinki, que tiene allí Nokia, y todo su entorno; Dublín, que tiene el Digital Hub, una cosa muy bien hecha. Tienes Marsella, que nos gana en país y fuerza institucional en la Unión Europea. Pero Málaga, si sumas todas las medias, está con una posición fantástica.

**P. El proyecto Málaga Valley pretende crear 100.000 puestos de trabajo. ¿Está preparada la ciudad para asumir ese volumen de población?**

F. T. Pero eso no es inmediato. El parque tecnológico ha generado 15.000 puestos de trabajo en 15 años. Además, se manejan varios escenarios. El espacio para acoger la actividad productiva y el espacio residencial, y todo ello no tiene que caer en Málaga. También está el área metropolitana, que tiene un millón de habitantes, y la provincia. Hay que mirar el territorio en un sentido amplio. Y luego buscar espacios idóneos para hacer eso, está el parque actual, que es ampliable, y se pueden encontrar otros en Málaga y su entorno. Pero hay que ser muy natural, no forzar las cosas y, sobre todo, hay que situarlo dentro de la ordenación urbanística y en el territorio.

**P. Uno de los problemas que se encuentra el sector es la falta de talento para crecer. Málaga Valley necesita atraer talento.**

F. T. Por eso nosotros hemos montado allí una oficina de acogida que servirá para todas las empresas, para ofrecerle información de la ciudad, colegios, instalaciones deportivas, museos, cultura, vivienda...

**P. Es posible construir este proyecto en la realidad económica actual de crisis y difícil acceso al crédito.**

F. T. Hablamos de un horizonte, un panorama, y eso es bueno hacerlo incluso en los momentos en que hay una situación difícil. Casualmente, el Parque Tecnológico en Málaga nació a principios de los noventa. La crisis puede haber afectado a las TIC en algún momento, es evidente. Creo que empresas de servicios, proyectos como el de Oracle, están por encima de la crisis porque aunque sus clientes estén en una situación más o menos expansiva siempre están necesitando sus servicios. Por tanto, acaban siendo empresas muy seguras, muy sólidas muchas de ellas. Además, estamos hablando de una reflexión que tiene su traducción a varios años, el que haya ahora una etapa de crisis que dure un año o dos no tiene por qué disminuir la ambición y la magnitud del proyecto que se plantea.