

**INFORMACIÓN:** Empresas tecnológicas ven Málaga como el "Silicon Valley" europeo

**PUBLICACIÓN:** El País

**FECHA:** 31/10/06

74 / ECONOMÍA

EL PAÍS, martes 31 de octubre de 2006

## Empresas tecnológicas ven Málaga como el 'Silicon Valley' europeo

Juan Luis Cebrián augura que las compañías medianas desaparecerán en la economía global

EL PAÍS, Málaga

El club Málaga Valley e-27, que reúne a los principales líderes de la sociedad de la información en España, se reunió ayer por primera vez para dar forma a un ambicioso objetivo: convertir a la capital malagueña en un foco de excelencia tecnológica similar al *Silicon Valley* californiano. Según los directivos de compañías como Nokia, HP o Vodafone, la Costa del Sol lo tiene todo a su favor para atraer empresas e inversiones en I+D.

El Club Málaga Valley e-27 —bautizado así tanto por la analogía con Silicon Valley como por la innovación y creatividad de la generación literaria del 27— ocupó ayer el decimonónico salón de plenos del Ayuntamiento de Málaga para pensar en el siglo XXI. Además de representantes de las empresas, en él se reúnen miembros de la Universidad de Málaga y del Parque Tecnológico de Andalucía (PTA).

Según Javier Cremades, uno de los promotores del encuentro, el "altísimo nivel" de estas dos instituciones, unido a las infraestructuras presentes y futuras y al clima de Málaga, hacen de la ciudad un lugar ideal para atraer las inversiones. Cremades, presidente del despacho de abogados Cremades & Calvo-Sotelo, apuntó que el proyecto busca que Málaga cubra la carencia que tiene Europa de una zona de excelencia tecnológica y

afirmó que la única competencia real para la Costa del Sol son el sur de Francia y el norte de Italia.

Juan Luis Cebrián, consejero delegado del Grupo PRISA —editor de EL PAÍS— fue el encargado de pronunciar la ponencia inaugural. Cebrián advirtió de que, en el mercado global, las compañías de tamaño medio, predominantes en el sistema productivo español, "están destinadas a la desaparición".

"En el mercado global el tamaño de las empresas es relevante", aseguró Cebrián, para quien la necesidad que tienen las compañías españolas de crecer para operar con éxito "no ha sido tratado con la claridad suficiente" por los poderes públicos. El periodista y académico admitió que las empresas pequeñas que sirven a los mercados locales con productos muy específicos también podrán sobrevivir, pero las de tamaño medio "o se convierten en grandes o están



Los asistentes al encuentro del Club Málaga Valley e-27. En la primera fila, de izquierda a derecha, el presidente de Unicaja, Braulio Medel; la rectora de la Universidad de Málaga, Adelaida de la Calle; el alcalde, Francisco de la Torre; el presidente de Cremades & Calvo-Sotelo, Javier Cremades, y el consejero delegado del Grupo PRISA, Juan Luis Cebrián. / ALEX ZEA

llamadas a una destrucción progresiva que va a afectar al empleo y al tejido productivo español".

El académico y periodista mostró su preocupación por la brecha que amenaza con abrirse entre los países desarrollados y los que están en vías de desarrollo y entre las propias sociedades desarrolladas entre sí por el desigual acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Para evitar que este desequilibrio, que ya afecta a la mitad de la población mundial, según la ONU, se haga aún más profundo, Cebrián consi-

deró "básico" el papel de los organismos públicos nacionales e internacionales, tanto en la creación de infraestructuras de banda ancha como en la incorporación de la tecnología al sistema educativo: "El mercado no va a desarrollar la banda ancha en los países menos desarrollados, sino que por rentabilidad va a invertir donde ya existe esa banda ancha", afirmó.

El ex director de EL PAÍS hizo referencia a los "aspectos vulnerables" de las nuevas tecnologías. En primer lugar citó los virus y el correo no deseado (*spam*), un proble-

ma "bastante más preocupante de lo que queremos reconocer", aseguró. "La industria está haciendo mucho esfuerzo en potenciar la seguridad informática, pero hacen muchos más esfuerzos aquellos dedicados a romperla, y con mayor éxito", diagnosticó Cebrián. El segundo desafío tiene que ver con la propiedad intelectual. "Los que nos dedicamos a la creación de contenidos tenemos razones para preocuparnos seriamente por la falta de garantía jurídica respecto a la seguridad de la propiedad intelectual en la red", afirmó.