

SUR

SUPLEMENTO **ESPECIAL**

premios
e>volución

SUR ES **BBVA**

LA REVOLUCIÓN DIGITAL, MOTOR DEL FUTURO

La tercera edición de los Premios Evolución, organizados por SUR.es y BBVA, reconoce a las iniciativas malagueñas que han basado su éxito en la apuesta por las nuevas tecnologías y la innovación

En esta página, laguna del PTA. A la derecha un evento tecnológico realizado en el Polo digital, y responsables de la empresa Tupl, ubicada en el edificio «Rayo Verde». :: SUR



MÁS DE TREINTA AÑOS DE INNOVACIÓN DAN SUS FRUTOS

Málaga se ha convertido en un referente en el sector tecnológico, atrayendo a un número creciente de empresas y eventos relacionados con este sector

En los últimos tiempos se suceden las informaciones que sitúan a Málaga en la cúspide en innovación y tecnología de Andalucía e incluso de España. Una información que, si bien es cierta, no refleja en muchos casos al esfuerzo y la constancia que se ha llevado a cabo desde la ciudad por destacar en estos planos que trascienden lo económico.

Carlos Camacho, catedrático de la Universidad de Málaga y responsable del Grupo de Investigación en Ingeniería de Comunicaciones de la universidad malagueña, recuerda que hace más de tres décadas que comenzó a gestarse el ilusionante proyecto de convertir a Málaga en la capital tecnológica de Andalucía. Esto pasaba, entre otras

estrategias, por implantar las Escuelas de Telecomunicaciones e Informática y por la creación del Parque Tecnológico de Andalucía, hoy icono de la provincia. Después de años de trabajo, esfuerzo y una apuesta por la innovación y el fomento del talento, hoy Málaga confirma su posición como motor económico de la comunidad autónoma.

Según el Informe Socioeconómico 2017-2018 de la CEM, nuestra provincia cerró 2017 con una tasa de incremento del PIB del 3,3% (dos décimas por encima del regional); esta la convierte, junto con Cádiz, en la ciudad más dinámica de Andalucía. Asimismo, la previsión apunta que el buen ritmo de crecimiento mantenga similares cifras en 2018.

En lo referente a la crea-

ción de empresas y altas de autónomos, en 2017 una de cada tres de las constituidas en Andalucía, nació en Málaga. Esta cifra convierte a la provincia en la cuarta provincia con más generación de sociedades, después de Madrid, Barcelona y Valencia.

Particularizando en el potencial tecnológico malagueño, el informe identifica en la capital un colectivo cada vez mayor de empresas con potencial tecnológico. Un concepto más integrador que nos permite incluir tanto a empresas de base tecnológica (EBTs) como a aquellas que hacen un uso intensivo de la tecnología.

También destaca los clúster como elemento tractor del sector. Los de SmartCity, Marítimo Andaluz, ferroviario o el aeronáutico, se posi-

cionan como apuestas estratégicas para la generación de riqueza, empleo y proyección de la provincia.

Destaca en este sentido, el Polo de Contenidos Digitales de Málaga impulsado por el Ayuntamiento de Málaga, primero de estas características en España, que tiene como objetivo acelerar ideas,

La relación entre las tecnologías de la información y la comunicación y Málaga no puede entenderse sin el PTA, motor de la innovación tecnológica

proyectos y empresas tecnológicas que trabajen en el sector digital, ya sea en el campo de videojuegos, realidad virtual, hologramas, marketing digital, 'mapping' o ultra-alta definición, entre otras muchas disciplinas. No en vano, según el citado informe de la CEM en los primeros nueve meses desde su apertura, el Polo de Contenidos Digitales de Málaga ha generado un impacto económico de siete millones y medio de euros y sus actividades en este periodo han atraído a unas 60.000 personas. Esto ha ocasionado que esté prevista la ampliación de las instalaciones, que duplicarán su actual tamaño ante la gran demanda que están ejerciendo productoras audiovisuales interesadas en ubicarse en este espacio.



CAPITAL DE EVENTOS TECNOLÓGICOS

Málaga se está consolidando como una anfitriona de excepción en congresos de carácter digital y tecnológico. A lo largo del año se suceden en la provincia numerosos encuentros que analizan y exponen los principales avances del sector. Uno de ellos fue la primera edición del 5GForum, que hizo del Polo de Contenidos Digitales de Málaga un encuentro clave para evaluar el 5G en España. También acogió durante el pasado mes de abril la celebración del Foro Greencities 2018 y, en las últimas semanas, el Fórum anual de AUSAPE. Tras los meses estivales, se celebrará la primera edición de 'S-Moving, Smart, Autonomous and Unmanned Vehicles Forum', encuentro europeo sobre movilidad inteligente.

Una referencia dentro y fuera

La relación entre las tecnologías de la información y la comunicación y Málaga no puede entenderse sin el PTA, motor de la innovación en este sector para toda la comunidad autónoma.

Aunque cada vez van surgiendo más focos de desarrollo de actividad y empresas TIC y de base tecnológica fuera de este entorno, se trata de un lugar privilegiado y de referencia tanto en España como a nivel internacional.

El PTA experimentó un crecimiento el pasado 2017 de un 8% en la facturación de sus empresas, que ya se acerca a los 1.900 millones de euros, y de un 5% en el volumen de empleo hasta alcanzar los 18.750 trabajadores. Además, este crecimiento del número

En los 25 años que lleva funcionando, el PTA ha logrado una facturación total que supera los 22.000 millones de euros y ha captado inversiones por valor de 817,5 millones de euros

de empleados cuenta con el aliciente de incluir un importante componente de mejora de la igualdad, ya que el 49% de los puestos son ocupados por mujeres.

Tal y como apuntó el consejero de Empleo, Empresa y Comercio, Javier Carnero durante la presentación del informe de la actividad anual presentado en el pasado mes de marzo, estos datos reflejan que el parque sigue siendo un «motor de creación de empleo de calidad y de innovación para Andalucía» desde su creación hace ya más de 25 años.

En lo referente a la distribución por sectores, la electrónica, informática y telecomunicaciones absorben el 63% del empleo en el parque, mientras que el resto se reparte principalmente entre

ingeniería, consultoría y asesoría, con un 10% de peso.

Según el citado informe, en los 25 años que lleva funcionando, la tecnópolis ha logrado una facturación total que supera los 22.000 millones de euros y ha captado inversiones por valor de 817,5 millones de euros, de las que un 78% pertenece al sector privado y el 22% restante a la iniciativa pública.

Actualmente el PTA alberga un total de 634 empresas e instituciones, entre las que tienen mayor peso las del sector de las nuevas tecnologías y la información que suponen un 32% del total y generan un 54% de la facturación.

En este sentido, la consultora especializada en parques tecnológicos Infyde, ha elaborado un informe en el que destaca la «enorme» contri-

bución del PTA a la economía de la provincia malagueña, ya que según sus datos, la aportación al Producto Interior Bruto (PIB) alcanza el 7,95% y al empleo el 8,27%.

Estas destacadas cifras aumentan si se relacionan con la ciudad de Málaga, donde el parque aporta el 19,27% del PIB y el 20,06% del empleo. Por su parte, a nivel Andaluz el parque aporta un 1,56% del PIB y un 1,65% del empleo.

Asimismo, el director de la consultora afirma que los efectos de arrastre del PTA se extienden fuera de las fronteras del parque a sectores no intensivos en conocimiento, justificando aún más su papel como herramienta de la política de I+D y tecnológica del territorio. Según el experto el turismo y la agroindustria son las activi-

dades económicas que se ven especialmente potenciadas por la actividad de la tecnópolis.

No obstante, el informe va más allá de los efectos meramente económicos. Así, Del Castillo ha destacado la contribución decisiva del Parque al cambio de imagen de Málaga, posicionándola internacionalmente como un foco tecnológico. «Más de 60 empresas extranjeras se han instalado en el PTA, trayendo consigo a 5.000 empleados», ha añadido el responsable del informe, que ha destacado también la transferencia de conocimiento entre empresas y Universidad, así como la generación de un ecosistema favorable a la aparición de iniciativas emprendedoras relacionadas con la tecnología y la innovación.



El director de SUR, Manuel Castillo, en su intervención en la ceremonia de entrega de los Premios Evolución.

:: MIGUE FERNÁNDEZ

«EMPRENDER ES GENERAR UN ENTORNO DE ILUSIÓN»

Manuel Castillo, director de SUR, recordó en su intervención la importancia de generar espacios que inviten al diálogo y a la generación de nuevas ideas

Pese a contar solo con tres ediciones, los Premios Evolución, organizados por SUR.es y BBVA con la colaboración de la Cámara de

Comercio, la Delegación de Gobierno, la Corporación Tecnológica de Andalucía, ESIC y la Fundación Cruzcampo y el patrocinio del Ayuntamiento de Málaga, se están posicionando como una referencia en la promoción de la innovación y el emprendimiento tecnológico en la ciudad.

Esta iniciativa surgió de la necesidad de reconocer la labor de aquellas empresas de la ciudad que, gracias a su apuesta por la calidad y la diferenciación, han logrado contribuir a la economía y la sociedad malagueña, empleando para ello componentes innovadores y tecnológicos. Todo ello para demostrar

que en muchas ocasiones son estos esfuerzos individuales los que incentivan la consecución de logros colectivos.

Tal y como explicaba Manuel Castillo, director de SUR, en su discursos de inauguración de la gala de entrega de los galardones, «desde SUR entendemos que emprender es generar un entorno de ilusión. Yo suelo referirme en el periódico a esto como “el CO3”: Cooperación, coordinación y comunicación. Estas cuestiones fundamentales, unidas al esfuerzo y la perseverancia, dan lugar a entornos en los que el talento se genera y se expande».

Para ilustrar esta idea, Castillo empleó una reciente

conversación mantenida con Joan Roca, quien ha sido capaz, junto a sus hermanos de convertir un negocio familiar tradicional en el mejor restaurante del mundo, icono de la innovación y la vanguardia. Como apuntaba el director, para Roca «la clave es cambiar la forma de hacer las cosas para obtener resultados diferentes». De este modo, los hermanos convirtieron la masía familiar en su particular ‘laboratorio’, donde se han desarrollado y han crecido amparados por la curiosidad y apoyados por el conocimiento.

Igualmente Castillo rememoraba un reciente encuentro con el Dr. Juan Manuel

«Hay que buscar lo que yo llamo ‘el CO3’: Cooperación, coordinación y comunicación»

Pascual, profesor de los departamentos de Neurología y Neuroterapéutica, Fisiología y Pediatría de la University of Texas Southwestern Medical Center, quien le aseguraba que «la mente no existe, solo es una suma de capacidades y personalidades a las que damos forma». Asimismo, Pascual confesaba que en sus investigaciones siempre empleaba laboratorios y espacios diáfanos. «Esto permite transmitir el conocimiento y poner en valor las ideas».

Con esta idea Castillo apostillaba la importancia de crear «entornos creativos donde el talento pueda expandirse y surja la ilusión».

Finalmente el director de SUR quiso agradecer la labor y el empeño de todos los premiados, capaces de apostar por las que al principio pudieron parecer «ideas locas» y que han demostrado ser un verdadero éxito.

«Hay que mantener siempre la voluntad de cambiar las cosas para hacer el mundo un poco mejor».



El director territorial Sur de BBVA, José Ballester, durante un evento de la entidad. :: SUR

BBVA, COMPROMISO CON LA INNOVACIÓN

La entidad busca liderar la transformación del sector creando oportunidades y servicios que faciliten la vida de los clientes

MÁLAGA. En BBVA saben que el avance pasa por la creación constante de oportunidades. Es por ello que, conscientes de la velocidad a la que se producen los cambios en la actualidad y la amenaza que suponen los gigantes tecnológicos, esta banca líder apuesta por la innovación como piedra angular para ofrecer a sus clientes siempre los mejores servicios, que van mucho más allá de los que han sido tradicionales en el sector.

Desde 'encender' una tarjeta para realizar compras por Internet, hasta facilitar la búsqueda y compra de una vivienda, pasando por el acceso a la 'app' con el iris o el rostro. BBVA pone a disposición de sus usuarios los últimos avances con los que facilitar su día a día y contribuir a la mejora de su economía. Para ello, dentro del proyecto de Transformación Digital de BBVA España se han desarrollado más de 60 nuevas funcionalidades destacadas entre 2016 y 2017. Una herramienta digital que no

para de crecer y cuyos usuarios reciben una media de tres grandes novedades cada mes, lo que revierte de manera directa en su satisfacción.

No en vano, la app de la banca ha sido reconocida este mismo mes por el estudio 'The Forrester Banking Wave: European Mobile Apps - Q2 2018', de Forrester Research, como la mejor de Europa gracias a su "excelente funcionalidad en todas las categorías, un amplio abanico de funcionalidades de nueva generación y herramientas para la gestión de las finanzas personales". De este modo, BBVA ha obtenido una puntuación final de 87/100, casi 20 puntos por delante de la media europea, que se sitúa en 68 puntos sobre 100.

Además, en la edición de este año la app de BBVA en España ha obtenido la máxima puntuación (100/100) en tres áreas vinculadas a las funcionalidades, lo que confirma la gran capacidad del banco para desarrollar con rapidez soluciones que permitan a los clientes gestio-

nar sus finanzas de manera independiente. Se trata de las funcionalidades DIY ('Hazlo tú mismo' o Do It Yourself en sus siglas en inglés), servicios con asistencia ya sea presencial o remota y Marketing y Ventas.

Otro de los avances del último año ha sido el desarrollo de soluciones que acompañan y asesoran a los clientes en los momentos más importantes de su vida (BBVA Baby Planner, Bconomy, BBVA Invest, o la evolución de BBVA Valora.)

Para Forrester, las entidades líderes como BBVA priorizan y potencian las iniciativas móviles y centran sus esfuerzos en las necesidades de los clientes. El informe confirma también que las apps de banca móvil se han convertido en el medio preferido de millones de europeos para gestionar sus finanzas. Desde BBVA afirman que casi el 80% de sus clientes digitales lo son a través del móvil, e interactúan con la entidad alrededor de una vez cada dos días, frente a

principalmente a través del móvil y que actualmente alcanzan el 42%. Esta cifra nada desdeñable aún resulta más llamativa si se compara con la de hace apenas 3 años, cuando se situaba por debajo del 10%.

Asimismo, cabe destacar que estos resultados incluyen tanto a clientes jóvenes para quienes la tecnología está totalmente presente en sus vidas, como más mayores, que se incorporan a estos procesos gracias a las facilidades que ofrecen.

Un proyecto de excelencia que tiene en el cliente su principal activo

Más allá de datos concretos, la apuesta de BBVA por la innovación forma parte de un proyecto global que pone al cliente en el centro de la estrategia.

Tal y como explica José Ballester, Director Territorial Sur de BBVA, que comprende el área de Andalucía, Extremadura, Ceuta y Melilla: «Para BBVA hablar de innovación no es sólo realizar una inversión tecnológica. Se trata de una forma de vivir, de trabajar, de relacionarnos e incluso de pensar. Es una forma de hacer las cosas».

Para ello, la banca 'diseña' junto al cliente. «Construimos a partir de su opinión, y eso se traduce en un mayor impacto sobre las personas, que es el objetivo de nuestro trabajo», apunta Ballester.

En el plano tecnológico, BBVA prioriza el uso de los datos como herramienta para anticiparse y acompañar a los clientes en la gestión de su día a día y en la toma de decisiones importantes en sus momentos vitales, anticipándose a sus necesidades financieras. Según el Director Territorial: «Se trata de ofrecer proactivamente soluciones personalizadas de valor que cubran las necesidades puntuales y futuras de cada persona».

Por ello no es de extrañar que todo este trabajo se traduzca en buenos resultados, tanto en lo referente a la satisfacción de sus clientes, como en los datos de la empresa, cuyos ingresos han crecido durante el primer trimestre de 2018 por encima del 9%. De hecho, el beneficio de la entidad entre enero y marzo de 2018 (1.340 millones de euros, un 12% más interanual) no era tan alto desde el primer trimestre de 2015.

La app de la banca ha sido reconocida por Forrester Research, como la mejor de Europa gracias a su «excelente funcionalidad en todas las categorías»

«Para BBVA hablar de innovación no es sólo realizar una inversión tecnológica. Es una forma de hacer las cosas»

una vez por semana que tiene como media sus servicios de banca online tradicional.

Estos datos suponen un gran crecimiento para la entidad que se refleja en otras áreas del sector como las ventas digitales, realizadas

LÍDERES EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Las cinco candidaturas premiadas destacan por su compromiso por la innovación y el empleo de las últimas herramientas tecnológicas

■ SUR

MÁLAGA. En esta tercera edición de los Premios Evolución SUR.es-BBVA se han seleccionado entre una veintena de candidatas cinco empresas que han destacado en el sector económico malagueño, y en muchos casos internacional, por su apuesta por la innovación con la tecnología como principal aliada.

Este año el jurado de expertos en el sector digital, tecnológico y económico malagueño ha estado com-

puesto por Manuel Castillo, director de SUR; Jorge Artero, director comercial de SUR; Javier Recio, subdirector de SUR; José Carlos Muñoz, responsable de publicidad de SUR.es; Pilar Alcalá, responsable de Marketing de SUR; y Nuria Triguero, redactora de SUR- Economía.

El premio, obra del artista Francisco Martín, simboliza el sentido de estas distinciones: la simbiosis entre la tecnología y el talento de las personas como motor de avance económico y social.

UPTODOWN. LA ALTERNATIVA MUNDIAL A GOOGLE PLAY EN DESCARGAS DE APPS



Hace más de quince años que Luis y Jose, entonces dos estudiantes de Ingeniería Informática, decidieron crear una plataforma para descargar, en buena medida, las aplicaciones que ellos mismos desarrollaban para amigos y familiares. Esta idea fue creciendo bajo el deseo de crear un espacio libre y abierto en el que los usuarios encuentran miles de aplicaciones y contenido de calidad, sin trabas y de manera segura. Especializados en android, hoy son la segunda plataforma de descarga de aplicaciones más utilizada en todo el mundo, únicamente superada por el gigante de Google Play y están presentes en la práctica totalidad del planeta.

DHV TECHNOLOGY. INNOVACIÓN EN LA CONQUISTA DEL ESPACIO



DHV Technology, una empresa con sede en el Parque Tecnológico de Andalucía (PTA) de la capital malagueña, es la única organización de toda España dedicada al desarrollo y fabricación de subsistemas de energía fotovoltaica para satélites. Fundada en 2013 por los ingenieros malagueños Vicente Díaz, Francisco Rubiño y Miguel Ángel Vázquez, que cuentan con una dilatada experiencia en empresas de éxito del sector tecnológico como Indra o Isofotón, esta malagueña desarrolla y fabrica módulos fotovoltaicos para aplicaciones aeroespaciales, tales como satélites y aviones no tripulados; y terrestres, por ejemplo, para comunicaciones en sitios remotos. Sus integrantes tienen una larga trayectoria en el ámbito de las energías renovables, la microelectrónica, la automoción y la defensa. DHV Technology trabaja principalmente con empresas e instituciones de EE.UU. y Europa, además de con diferentes Agencias Espaciales como la europea o la francesa, aunque espera en este año iniciar su mercado en España.

TAALENTFY. EL TALENTO COMO EJE EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO



Aunque lleva poco más de dos años de andadura, Taalenty va acumulando éxitos y reconocimientos gracias a su planteamiento actual e innovador. Esta iniciativa desarrollada por la empresa Knowledgefy Technologies quiere dar un golpe en la mesa para poner el talento como verdadero protagonista en los procesos de búsqueda de empleo y selección de personal. De este modo la plataforma, fruto de la experiencia personal de su fundador, el malagueño Alejandro González, mira más allá de las titulaciones académicas de los candidatos y pone en valor sus aptitudes, deseos y capacidades. Gracias a esto ofrece a las empresas el perfil que necesitan, no porque lo diga un papel, sino porque están realmente cualificados y motivados. Para ello Taalenty se vale de un complejo sistema tecnológico que vela por la fiabilidad del proceso.

G. DE INVESTIGACIÓN DE TELECO. DE LA UMA. COMPROMETIDOS CON MÁLAGA

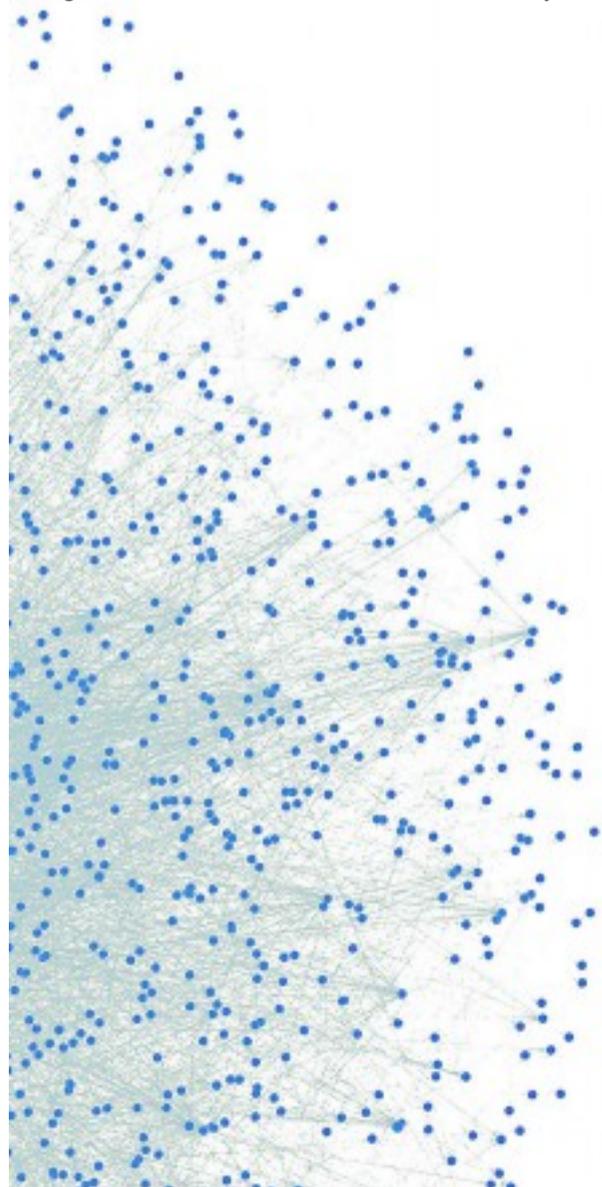


Desde sus inicios, este grupo de investigación de la Universidad de Málaga ha apostado por el trabajo y el talento para transformar la sociedad a través de su aportación, de conocimiento y de profesionales, a las empresas tecnológicas malagueñas. Dirigidos por el catedrático de la UMA Carlos Camacho, los investigadores del grupo llevan a cabo numerosas líneas de investigación que, en muchos casos, repercuten de manera directa en la mejora de las comunicaciones que empleamos de manera diaria y que hacen nuestra vida más sencilla. Por ello no es de extrañar que el grupo se encuentre estrechamente ligado al PTA, con quienes comparte conocimiento y personal.

WAKE-UP ESCUELA INFANTIL. ENSEÑAR Y ESTIMULAR A TRAVÉS DE LA TECNOLOGÍA



Tocar, aprender, descubrir, investigar, programar, razonar...estas son algunas de las acciones que llevan a cabo cada día los alumnos de Wake-Up, un nuevo concepto de Escuela Infantil para niños de 0 a 3 años. Esta propuesta busca ser un universo de estímulos y de aprendizaje para que los pequeños desarrollen todas sus habilidades en la primera etapa de su crecimiento, que es cuando el cerebro es más receptivo a los nuevos conocimientos. Para este fin, el centro se vale de la tecnología, algo inherente a las nuevas generaciones. De este modo, a través de pizarras digitales, programación con robótica o una sala interactiva de estimulación sensorial, los niños fomentan sus habilidades en un entorno de juego y diversión que les ayuda a crecer mental y emocionalmente. Todo esto comparte protagonismo con el fomento de la motricidad y por supuesto el cuidado de la alimentación a través de un menú validado por nutricionistas y adaptado a las necesidades de cada uno de los pequeños.





Parte de los trabajadores de Taalentfy, con Alejandro González, el primero por la izquierda. :: SUR

UNA APUESTA POR EL CAMBIO

Taalentfy Premio Evolución SUR.es-BBVA 2018 a la mejor adaptación de un modelo clásico a la sociedad de la información

Aunque apenas lleva unos meses en el mercado, Taalentfy ya se postula como una gran revolución para la conexión de trabajadores y empresas

MÁLAGA. Las reglas del juego entre los candidatos a un puesto de trabajo y las compañías han cambiado. Esta es la máxima que mantiene Taalentfy, una empresa malagueña que aboga por el talento personal como principal eje en la búsqueda de empleo.

Esta apuesta por el cambio de paradigma surge de la experiencia personal de su fundador y CEO, Alejandro González, que comenzó sus prácticas en Novasoft tras realizar un Grado Superior en Informática y, pese a lo que le advirtieron como habitual, se quedó seis años como trabajador. Durante este tiempo, González pasó de «arreglar los ordenadores



Pantalla de las competencias personales del usuario.

que no servían», a dirigir un proyecto de envergadura como la red hospitalaria de Carlos Haya. Después continuó su trayectoria laboral en otras empresas internacionales de perfil tecnológico en las que llegó a dirigir un equipo formado por una veintena de trabajadores de diferentes países, y fue alternando empleos de perfil más comercial con otros de tareas propias de recursos humanos. Fue en este trabajo de selección de perfiles donde se dio cuenta de la

nula efectividad del filtrado por currículo. «Realizábamos selecciones masivas apoyados en la titulación como principal valor. Era como comparar cromos. Pero en la mayoría de los casos la efectividad era bajísima porque tener teóricamente conocimientos no implica contar con aptitudes o valores de empresa y me di cuenta que, para muchos trabajos, estas cuestiones eran realmente la piedra angular del proceso. Se estaba desperdiciando talento, especialmente en puestos de trabajos nuevos que se están generando ahora y para los cuales es imposible una selección curricular porque no existe, tiene que ser por capacitación».

Así se gestó la idea de Taalentfy, una plataforma desarrollada por la empresa Knowledgefy Technologies que busca acercar el talento a las empresas y además, ayudar a los candidatos a mejorar sus capacidades. Según González, «no siempre es necesario tener una carrera para ocupar un puesto de trabajo. Solo hace falta capacidad, ganas y una serie de competencias».

Pero lejos de criterios aleatorios, la herramienta se basa en un sistema de inteligencia artificial y Big Data que construye el perfil de los demandantes de empleo mediante sus competencias, habilidades y aspiraciones, de manera que las empresas pueden valorar a los candidatos por sus destrezas más allá de su cualificación profesional. Además, realiza re-

PREMIADA POR...

Su capacidad para redefinir modelos clásicos de negocio.

Su uso de las tecnologías de la sociedad digital para desarrollar el cambio.

Su empleo de dichas tecnologías en el diseño de soluciones innovadoras y visionarias.

LA CLAVE

«Con la selección curricular se desperdicia mucho talento, especialmente en los nuevos empleos que están surgiendo»

comendaciones inteligentes de forma automática para facilitar la alineación entre candidatos y empresas.

Asimismo y como explica González, Taalentfy busca generar una comunidad de conocimiento en la que los usuarios puedan, además de lograr un empleo acorde a su valía, «ampliar su formación para mejorar sus capacidades en función de las principales demandas empresariales y encontrar a otros profesionales con talento de interés», ya sea porque se trate de expertos en temáticas que le interesen, o bien porque tengan un perfil complementario con el que poder construir un equipo para desarrollar proyectos o, incluso, crear una empresa. «La tendencia va encaminada a que cada trabajador funcione como una pequeña empresa, por eso es interesante establecer estos mecanismos y posibles herramientas».

Además, incorpora un modelo de economía colaborativa, a través del cual los usuarios pueden convertirse en 'talentHunters', recomendando ofertas de empleo a sus amigos y recibiendo una compensación económica.

No obstante, no se trata de una iniciativa 'anti formación'. Los usuarios deben determinar qué saben hacer, qué quieren hacer y qué camino deben seguir para lograrlo. Como ejemplo y pese

que afirma que ninguno de sus empleos se debe a esto, el propio González ha ido formándose a lo largo de los años y actualmente tiene entre sus títulos el Grado de Informática, de ADE y un MBA.

Una carrera meteórica y exitosa

Consciente del ritmo al que se mueve los avances en la actualidad, González ha llevado a cabo este proyecto en poco más de dos años. En este tiempo, además de conformar un equipo de profesionales de gran nivel, han lanzado la versión beta de la aplicación y, desde finales del pasado mes de marzo, la versión comercial, que aspira a alcanzar los 50.000 usuarios al cierre de este año.

En este tiempo Taalentfy ha recibido el premio al Mejor Proyecto de Labor Social del mundo hispano en Nueva York en el New York Summit 2017, el principal evento internacional hispano de innovación y emprendimiento que se celebra en EEUU, lo que la ha convertido en la única 'startup' andaluza seleccionada entre las diez más innovadoras de habla hispana.

También ha logrado el Premio del Día de Internet al Mejor Proyecto de Investigación y Emprendimiento; el Premio al Talento Innovador en el V Congreso de Inteligencia Colectiva; y ha formado parte de la última convocatoria del Programa Minerva, promovido por Vodafone y la Junta de Andalucía.

Pero esto no para y González ya tiene un pie puesto en el futuro, que pasa por la internacionalización de la herramienta en América Latina, donde ya se encuentran las negociaciones avanzadas, y EEUU, objetivo de la empresa debido a que «en este país está mucho más asentada la cultura del talento».

Respecto a la pregunta de si ha influido negativamente estar en Málaga para el desarrollo de la empresa, González es tajante: «He estado trabajando en Madrid muchos años, pero me vine porque quería desarrollar mi proyecto en mi ciudad. Era mi apuesta y sin duda acerté. A día de hoy puedo asegurar que no hubiera ganado nada quedándome allí, al revés, aquí puedo ofrecer una calidad de vida muy superior a mi equipo, las conexiones logísticas son fantásticas y el dinamismo de la ciudad, tanto en el plano empresarial como en el apoyo institucional, es excelente».



Parte del equipo de Uptodown en su oficina del centro de Málaga. :: SUR

EL TRIUNFO DEL PEQUEÑO GIGANTE

Uptodown Premio Evolución SUR.es-BBVA 2018 al mejor modelo de negocio vinculado al desarrollo tecnológico

Esta plataforma de aplicaciones y juegos es la segunda más usada del mundo, solo superada por Google Play

MÁLAGA. Situados en pleno centro de Málaga, con vistas a la Alameda y a la bahía, Uptodown es la segunda plataforma de descargas del mundo, únicamente superada por el gigante de Google Apps.

Nacida en el seno de la UMA por dos estudiantes de Informática, esta empresa acumula más de quince años de experiencia, aunque sus fundadores tengan aspecto de veinteañeros y su equipo no parez-

ca superar la treintena.

Pero más allá de la apariencia, Luis Hernández y José Domínguez son dos empresarios de éxito que han logrado que su organización se sitúe entre los 100 sitios web más visitados del mundo según el ranking de tráfico online de Alexa. Una posición lograda gracias a los 2.300 millones de visitas que han entrado en los últimos 12 meses, así como las más de 250 millones de descargas de móviles al mes. Esto convierte a Uptodown en la única empresa española con un hueco en el 'top 100' de Alexa. De hecho, es la única empresa proveniente de países de habla hispana que ha logrado situarse en el ranking.

Esto no es casual. Upto-

down ofrece al usuario catálogo formado por miles de aplicaciones legales y gratuitas, centrando sus esfuerzos en la distribución de 'apps' para Android. Todo este contenido puede descargarse libremente desde cualquier dispositivo y región del mundo. Además, su catálogo abarca aplicaciones que no se encuentran disponibles en Google Play.

A nivel de usuario, el éxito de la plataforma de descargas se puede resumir en tres puntos: ofrece mejor contenido, mayor velocidad y más seguridad, ya que la empresa trabaja con la también malagueña Virus Total, que facilita informes de todos sus archivos a partir de los resultados de más de 50 antivirus.

A pesar de esto, ellos no centran el éxito en estos datos y mantienen que su objetivo siempre ha sido «construir un espacio libre para que la relación entre la tecnología y las personas dé más oportunidades, no menos» frente a la tendencia de las grandes corporaciones de «levantar muros» en torno a su producto.

Para Hernández y Domínguez el soporte de todo este proyecto tiene un nombre propio, el de cada uno de los profesionales que conforman su equipo, al que califican de «perfecto». No en vano, reconocen que muchos de ellos han recibido ofertas de grandes empresas internacionales, una tentación pese a la cual Uptodown cuenta con una planti-

Su capacidad para evidenciar las oportunidades y los nuevos modelos de negocio asociados a las tecnologías de la comunicación.

Su utilización de tecnologías novedosas.

lla estable de trabajadores y colaboradores en el que apenas existe la rotación.

Otra de las bases de su brillante carrera es la anticipación. Fueron de los primeros en trabajar con Android lo que les permitió obtener una importante ventaja competitiva, y están en constante actualización, como demuestra la inminente incorporación a su catálogo de aplicaciones del famoso juego Fortnite para este sistema operativo. También ofrecen apps que no están disponibles en Google Play debido a la política legal de la empresa, como son las españolas Loterías y Apuestas del Estado o BeSoccer en su versión completa.

Pero una de las particularidades del modelo de negocio de Uptodown es que, pese a ser competencia de un gigante como Google, también es, de alguna manera, su aliado. «En cierta medida somos la razón por la que Android funciona. Proyectos como el nuestro

es lo único que diferencia este sistema operativo con respecto a iOS. Y esta es nuestra arma para que una empresa como Google no nos quiera aplastar. Somos colaboradores», explica Hernández.

Pero además del catálogo de aplicaciones y juegos, Uptodown dispone de un blog de noticias y tutoriales relacionados con el mundo del software, así como una app oficial propia a través de la cual realizar las descargas y acceder a todo el contenido.

«Intentamos enriquecer las aplicaciones con contenido de calidad que ofrecemos en 15 idiomas: vídeos, reviews, artículos de actualidad... Más allá de la simple descarga, se trata de crear comunidad», afirman los responsables.

Desde Málaga al mundo

Debido al sector en el que se insertan, la internacionalización es algo inherente a Uptodown, que está presente en la práctica totalidad de países del mundo. Los principales estados de los que reciben visitas son India, México, Brasil, EEUU, así como países emergentes árabes y rusos. Asimismo resulta curioso que España se encuentre en la posición número 14 de este particular ranking.

En lo referente a las posibles limitaciones de trabajar desde Málaga, reconocen que la situación ha cambiado mucho en los últimos 7 años. «Antes todo estaba en Madrid y Barcelona y parecía un hándicap trabajar desde Málaga, pero ya no». Asimismo afirman, «en todos estos años no ha dado tiempo de ver cómo el modelo centralista de Silicon Valley ha dejado de tener vigencia hasta tener incluso un poco de 'efecto rebote'. Ahora, cuanto más distribuidas estén las empresas, mejor. Nuestro equipo está formado por 65 personas y solo 15 estamos en la oficina». En este sentido Domínguez enfatiza: «Somos una empresa tecnológica, solo necesitamos una buena conexión a Internet para trabajar por lo que es posible operar en remoto estés donde estés».

Asimismo aseguran que el éxito de empresas como sus compañeros de Virus Total, primera empresa española adquirida por Google y que decidieron que no iba a mover su sede de Málaga, ha generado un clima muy propicio que ha venido ensalzando por una política beneficiosa por parte de las instituciones.

«La visibilidad de empresas como la nuestra es muy importante, especialmente para los jóvenes que estén ahora formándose, para animar a la gente a emprender y a no conformarse. Es posible competir con Google, y eso hay que potenciarlo».

30 AÑOS GENERANDO TALENTO

Grupo de Investigación en Ingeniería de Comunicación es de la UMA Premio Evolución SUR.es-BBVA 2018 a la mejor colaboración Universidad - Empresa



Parte de los profesionales del grupo de Investigación en Ingeniería de Comunicaciones de la UMA. :: SUR

Este grupo de investigación pionero en la UMA es un referente por su aportación a la transferencia de tecnología y conocimiento

MÁLAGA. Tras casi 30 años de andadura, el Grupo de Investigación en Ingeniería de Comunicaciones de la Universidad de Málaga es el decano de las organizaciones ganadoras de esta edición, distinguido con gran mérito por la valiosa aportación que realiza a la sociedad malagueña.

Con el catedrático de la UMA Carlos Camacho como responsable del proyecto, este equipo está compuesto en la actualidad por más de 30 docentes investigadores con vinculación estable con la universidad, así como un número variable de colaboradores y doctorandos que llegan a duplicar esta cifra.

Por eso no es de extrañar que, como advierte Camacho, explicar el trabajo que llevan a cabo en el grupo es complicado, «no por la dificultad sino por el extenso catálogo de proyectos que realizamos».

A pesar de la importante labor que realizan tanto en el ámbito académico como empresarial y social, según el catedrático «uno de los problemas que tiene hoy día la Ingeniería de Telecomunicaciones es que resulta bastante transparente al usuario, que con frecuencia no es consciente de la infraestructura y la tecnología que hace falta para poder ofertar los servicios habituales de los que disfruta. Por poner un ejemplo sencillo, uno se conecta a Internet mediante un ordenador, se descarga un fichero que está posiblemente en EEUU o China y no es consciente de que para poder recibir esa información son necesarios miles de kilómetros de fibra óptica enterrados en el fondo de los océanos y un equipo enorme de profesionales orquestando todo».

Dentro de las líneas de investigación que trabajan, el grupo tiene mucha actividad en el ámbito de la fotónica, que implica, por ejemplo, la tecnología necesaria para transmitir a través de esos cables de fibra óptica que conectan los diferentes continentes.

También se dedican a las comunicaciones móviles, una actividad muy importante dentro de este grupo de investiga-

ción. No en vano están organizados en subgrupos que trabajan en el desarrollo de proyectos de optimización de los sistemas de comunicaciones móviles; la detección automática de fallos o averías; e incluso de la propia automatización de esos fallos.

Hay también personal investigador dedicado a la tecnología básica, como es el caso de las comunicaciones digitales, el grueso de las comunicaciones actuales. En esta área se concentran especialmente en mejorar la transmisión de información con el mínimo número de errores y el menor uso posible del espectro electromagnético.

Los circuitos de radiofrecuencia, microondas y milimétricas, es decir, la parte hardware de los sistemas de comunicaciones, son otras de las líneas fundamentales del equipo. Esto tiene una especial relevancia con la aparición de nichos de mercado nuevos como es el 5G, que da soporte a realidades inminentes como el coche conectado - la denominación más amplia del coche autónomo-, o el llamado 'Internet de las cosas'.

Igualmente trabajan en el ámbito de los sistemas de comunicaciones ópticas no guía-

LA FRASE

«Si se hiciera un censo de los trabajadores de las empresas del PTA formados en la UMA nos llevaríamos una grata sorpresa»

Communication) es otra de las líneas en las que el grupo centra su estudio. Esta vertiente trabaja en el aprovechamiento del sistema de cableado de energía eléctrica para transmitir información sin necesidad de un segundo cableado. En este sentido Camacho asegura, «como pasa con las comunicaciones subacuáticas, este entorno resulta muy hostil para la transmisión de información porque no ha sido diseñado para ello. Pero para nosotros esto es un gran reto, porque siempre se combate de la misma manera: poniéndole mucha inteligencia al proceso de transmitir información».

Por último llevan a cabo una línea de investigación en el ámbito de la ingeniería acústica, que comparte un cuerpo de doctrina similar a las ondas electromagnéticas.

Una relación estrecha y fructífera con el PTA

La Escuela de Telecomunicaciones de Málaga fue la primera de Andalucía. Es por ello que para su equipo docente se contó con profesionales procedentes principalmente de las Politécnicas de Madrid y Cataluña. Camacho explica: «Muchos de nosotros vinimos por el proyecto de convertir a Málaga en la capital tecnológica de la región con la creación, poco tiempo después, del PTA. La idea era crear un núcleo de atracción que permitiera formar a especialistas en el ámbito de las tecnologías de la información de las comunicaciones y al mismo tiempo dar soporte al naciente proyecto. Por eso nuestro objetivo desde el principio ha estado muy vinculado al propio desarrollo del parque».

Es por ello que el enfoque de la escuela se basó desde sus inicios en tres grandes dimensiones: formar profesionales con un nivel de capacitación competitivo a nivel internacional; crear líneas de investigación competitivas; y contribuir en todo lo necesario al desarrollo del PTA, mediante la transferencia de profesionales y del conocimiento que se genera en la institución.

«Los premios que nos han otorgado a nosotros como grupo de investigación han destacado esencialmente nuestra aportación a la transferencia de tecnología y conocimiento desde la Universidad de Málaga al PTA», explica Camacho.

Esto se ha materializado en un flujo constante a lo largo de los años de personal formado en la Escuela a las empresas del PTA. «Yo creo que si se hiciera un censo de los trabajadores de las empresas del PTA formados en la UMA en general, y en la Escuela de Telecomunicaciones en particular, nos llevaríamos una grata sorpresa».

PREMIADA POR...

Su compromiso con la innovación tecnológica.

Su vocación para desarrollar soluciones desde la investigación y el conocimiento.

Su éxito al afrontar el reto de la transferencia de conocimiento desde la Universidad.

das, el equivalente a la transmisión vía radio pero utilizando frecuencias ópticas. Como apunta el catedrático, «este tipo de sistemas tiene una ventaja frente a la radio, y es que proporciona inicialmente una mayor capacidad de transmisión».

Otra área de estudio son las comunicaciones subacuáticas, un entorno muy hostil para la transmisión de la información para la que, sin embargo, son trasladables gran parte de las técnicas que se emplean para transmitir señales vía radio o vía frecuencias ópticas, por lo que se trata de una investigación de gran utilidad e interés.

El PLC (Power Line



Vicente Díaz y Miguel Ángel Vázquez, en las instalaciones de DHV. :: SUR

EL ÉXITO DE CREER EN UN PROYECTO

PREMIADA POR...

Su compromiso con la innovación tecnológica.

Su vocación internacional.

Su capacidad para contribuir a la superación del reto que representa la sostenibilidad.

DHV Technology Premio Evolución SUR.es-BBVA 2018 a la mejor innovación para el desarrollo sostenible

La empresa está especializada en el diseño y fabricación de subsistemas energéticos para satélites

MÁLAGA. La presentación de DHV Technology no deja indiferente a nadie: es la única empresa en España dedicada al desarrollo y fabricación de módulos fotovoltaicos para aplicaciones en tecnologías de satélites, microelectrónica, automoción y defensa. Y está en Málaga.

Fundada en 2013 por Miguel Ángel Vázquez, Vicente Díaz y Francisco Rubiño, la compañía trabaja fundamentalmente en tres líneas de negocio relacionadas con

la fotovoltaica, una espacial, otra terrestre y la tercera de apoyo a la gestión de I+D a otras compañías.

«Queríamos que fuera una compañía de espacio desde el principio, pero pensábamos que el sector fotovoltaico terrestre podría proporcionar mercado para financiar el espacial. Sin embargo, a grandes rasgos, el mercado nos dijo que iba a ser al revés. Así que en 2016 centramos la actividad en el subsistema de potencia de los satélites, fundamentalmente hasta este momento en paneles solares», apunta Vicente Díaz.

Para tratar de explicar exactamente a qué se dedican, Díaz establece una similitud con un móvil: «Se trata de un pequeño ordenador que tiene una batería y rea-

liza una serie de funciones. Un satélite es algo similar. Es un computador que realiza una determinada actividad y tiene un consumo energético que sale de unas baterías. La manera de recargar esas baterías en esta altura del Sistema Solar (que comprende la Tierra, la Luna e incluso Marte o Venus) básicamente es hacer uso de los fotones que llegan del Sol para transformar la energía luminosa en eléctrica. Después entra en juego la ingeniería del producto, que ha de adaptarse 100% a las necesidades de cada cliente».

El emprendimiento les llegó, tras una trayectoria individual de más de veinte años en conocidas empresas del sector tecnológico y fotovoltaico, motivado por el deseo de llevar a cabo este proyecto en el que realmente creían. «Había una idea fundada y un mercado detrás. Llevaba-

LA FRASE

«Emprender es sacrificio, es creer en el mercado y sobre todo no desalentarse»

mos tiempo queriendo iniciar esta línea de negocio y finalmente nos decidimos a realizarla nosotros mismos como emprendedores», explica Vázquez.

A la hora de elegir la ciudad, los socios decidieron quedarse en Málaga con el objetivo de generar una empresa de valor añadido y de tecnología en el entorno, a pesar de que su principal mercado se encuentra en EEUU y Europa.

«Queríamos crear corrientes tecnológicas en Málaga, ya que en nuestra opinión siguen faltando a pesar de que en el PTA trabaja muchísima gente», apunta Vázquez. «Hay que convencer a aquellos universitarios que tengan ideas a que se lancen. Existe un buen ecosistema para apoyar a emprendedores jóvenes. Y aunque este no ha sido exactamente nuestro caso, al final el hecho de emprender es similar a cualquier edad. Es sacrificio, creer en el mercado y sobre todo no desalentarse», explica Díaz.

En este sentido cabe destacar que la empresa cuenta con acuerdos con diferentes universidades como la de Málaga, Granada o la Politécnica de Madrid, entre otras

«Intentamos apostar por el talento joven. De hecho yo creo que parte del éxito de la empresa es el mix de perfiles sénior y junior, y también de diferentes titulaciones. Nuestro equipo está formado por ingenieros aeroespaciales, químicos, de telecomunicaciones, físicos o industriales. Esto es fundamental porque tenemos que abordar proyectos que son transversales y precisan equipos multidisciplinares», subrayan los responsables.

Un proyecto internacional y en alza

DHV Technology ha firmado recientemente un acuerdo de colaboración con Spire Global, una empresa internacional con base en San Francisco. Spire es una de las dos organizaciones en todo el mundo que tiene constelaciones en operaciones, y ofrece un servicio a otras empresas de pequeños satélites

con un peso aproximado de 3 kilos. «Estamos fabricando para Spire Global los paneles solares de los satélites que están en operación para proveerlos a universidades y centros tecnológicos. Esto es muy interesante porque son sistemas muy probados que están funcionando y aportan a la empresa un plus de seguridad fundamental», apunta Vázquez.

Además, la empresa trabaja con empresas e instituciones de todo el mundo, como la Universidad Politécnica Estatal de California, la Universidad de Michigan o la Universidad de Auburn. En Europa han trabajado sobre todo con entidades de Reino Unido, Francia o Italia donde destaca su trabajo con Argotec, con la que han desarrollado la primera misión del espacio profundo para el entorno de la Luna.

También están colaborando con la Agencia Espacial Francesa, la Agencia Espacial Europea y entidades de Singapur, entre otras.

En lo referente a qué supone para ellos estar ubicados en la capital de la Costa del Sol, los directivos exponen: «Málaga tiene aspectos muy positivos, como la comunicación y la imagen de marca para los clientes, especialmente americanos y del norte de Europa que ubican pronto la ciudad y encuentran interesante el binomio ocio y tecnología. En los aspectos negativos, para nosotros destaca estar a tres horas del núcleo de empresas de nuestro sector, pese a contar con un aeropuerto muy activo, y que en ocasiones tenemos problemas para encontrar proveedores cerca». No obstante afirman que no tienen intención de moverse y esperan que en los próximos años comience a despegar también este mercado en nuestro país.

«Es un sector tremendamente en alza. Aunque aún no hemos tenido ningún cliente en España todavía, estamos intentando cerrar algunos acuerdos. No obstante a nivel mundial se está apostando mucho, sobre todo en la generación de satélites de 'new space' que a un coste abordable puedan generar negocio, bien asociados a comunicación y observación de la Tierra o a nueva investigación planetaria, con un renacido interés hacia la Luna como primer paso para llegar a Marte. Todo esto está propiciando muchas oportunidades comerciales».

CRECER POR DENTRO Y POR FUERA



Elena Portillo junto a Paco Román, padre de un alumno del centro. :: SUR

Este innovador centro infantil ofrece a los niños de 0 a 3 años un mundo de posibilidades a través de la estimulación

MÁLAGA. Decía Piaget que cuando le enseñas a un niño algo, le quitas la oportunidad de descubrirlo por sí mismo. Bajo esta máxima trabaja Wake-Up, un nuevo concepto de escuela infantil para edades de 0 a 3 años que ofrece a los más pequeños un universo de estímulos con el que incentivar su curiosidad y promover su aprendizaje de manera natural y divertida.

Su fundadora, Elena Portillo, dio un cambio radical a su vida tras 13 años trabajando como Ingeniera de Telecomunicaciones en la multinacional Ericsson. «Quise crear el tipo de centro que yo iba buscando para mi propia hija».

La escuela basa su metodología en la Teoría de las Inteligencias Múltiples y en estilos de aprendizaje de Howard



A través del juego con este robot los niños aprenden a programar y a gestionar sus emociones. :: SUR

Gardner y Glenn Doman, adaptando los proyectos según las necesidades de cada alumno. Para ello pone el foco en cuestiones fundamentales para el desarrollo de los niños como la música, el inglés, la psicomotricidad e incluso la alimentación.

Asimismo, consciente de las realidades actuales y motivada por su propia experiencia, Portillo quiso incorporar a este sistema de enseñanza el uso de la tecnología. «Buscamos despertar el interés de los niños en el uso de estas nuevas herramientas, para que no sean

simples consumidores». De este modo, los pequeños empiezan a familiarizarse con la sistemática y la planificación, desarrollando así su capacidad creativa.

El centro está equipado con pizarras digitales, que emplean para discriminar colores y objetos de manera interactiva, así como una 'sala mágica' de estimulación sensorial única en Andalucía.

También cuentan con un robot con el que programan a través de puzles. «Además de trabajar la motricidad fina, la programación les ayuda a de-

sarrollar el ensayo-error y, cuando se equivocan, a aprender a mitigar la frustración, que es fundamental», explica la directora. El éxito de la iniciativa, que se utiliza con los 'mayores' de 2 a 3 años, los ha animado a probar con los pequeños de 1 a 2 años y el recibimiento «ha sido genial».

Aunque comenzó su actividad hace poco más de cinco meses, Wake-Up ya cuenta con el apoyo de muchos padres y madres, que han encontrado en este centro, más que una guardería, un lugar en el que aprender, desarrollarse y compartir la aventura de la paternidad.

Uno de ellos es Paco Román, papá de Marcos, que conoció la escuela por casualidad y se sintió atraído por la ilusión y el entusiasmo de este proyecto novedoso. «Buscábamos una guardería y encontramos un mundo maravilloso», asegura Román. Su experiencia no ha podido ser más gratificante. «Tengo otros dos hijos de 7 y 9 años, y veo a Marcos mucho más desarrollado emocional y físicamente que ellos a su edad. Es más curioso y atento», apunta el padre. También destaca la enorme calidad de su equipo humano, «Elena trata a cada niño como si fuera su propio hijo, y las 'teachers' son sencillamente fantásticas. Estamos muy satisfechos», subraya.

Este mismo discurso lo comparte Costanza Saracco, madre de Mateo. «En mi caso, además de lo que ha comentado Paco, me convenció especialmente su propuesta para la alimentación de los niños. Yo soy nutricionista y me he encontrado menús que considero inimaginables. Sin embargo aquí estoy tranquila, porque sé que cuentan con una propuesta equilibrada y son muy pacientes con ellos, y nos los fuerzan». También destaca su estimulación en el plano de la motricidad. «Mi madre es educadora de atención temprana y siempre estamos incentivándolo y favoreciendo su desarrollo, y en Wake-Up trabajan en la misma línea. En definitiva, se amoldaban a todas nuestras necesidades», explica Saracco.

La tecnología como aliada

Una de las novedades que incorpora el centro con respecto a la mayoría de las guarderías, es una aplicación propia en la que los padres pueden ver la actividad diaria del niño o la niña al cada momento. De este modo, la app monitoriza la comida, las horas de sueño, el juego o la frecuencia y el estado de sus necesidades fisiológicas. También es un canal de comunicación directo que conecta a los padres con el equipo docente del centro. «Para mí es

PREMIADA POR

Su compromiso con la innovación tecnológica.

Su capacidad para ofrecer mediante el uso de tecnología soluciones innovadoras en el ámbito de la enseñanza y la educación.

muy cómodo porque, además de ver cómo ha pasado el día Marcos, puedo saber a qué hora se ha dormido la siesta y adaptarme para no interrumpir su sueño cuando vengo a recogerlo», explica Román.

Por su parte, Saracco agrega: «Nos mantiene informados de lo que van trabajando en las clases, y así podemos seguir apoyando estos conocimientos en casa según las pautas del centro».

Respecto a la efectividad de esta estimulación en edades tan tempranas, Portillo es tajante: «Hay mucho desconocimiento con eso. Realmente desde los 0 a los 6 años, pero especialmente hasta los 3, es el momento de mayor plasticidad en el cerebro de una persona. Todo lo que le podamos mostrar a los niños con esas edades, son oportunidades que les brindamos de cara al futuro. Por eso aquí intentamos ofrecerles el máximo de recursos y dejamos que ellos absorban toda la información». No obstante, la directora matiza, «todo se trabaja a través del juego, del fomento de la curiosidad y de la participación. Como les digo a las 'teachers', no hacemos nada que yo no haría con mi hija».

El equipo del centro está compuesto por profesionales de Magisterio de Educación Infantil, Educación Especial, Psicóloga y Psicopedagoga. Una de estas 'teachers' de aula es Camila Daris, que asegura estar viviendo una de las mejores experiencias de su vida como maestra. «Es una oportunidad enorme porque se trata de un proyecto muy diferente a todo lo que se suele hacer con niños de estas edades. Les ofrecemos una formación de gran calidad, muchos materiales estimulantes y el apoyo de la tecnología y los niños lo acogen muy bien. Los avances son prácticamente diarios», explica Daris.

Como resultado de este trabajo de excelencia, el centro tiene previsto cubrir para el siguiente curso 5 de las 6 aulas disponibles, y están planteando la posibilidad de incluir un segundo ciclo.

Wake-Up School Premio Evolución SUR.es-BBVA 2018 a la mejor tecnología en el ámbito de la pedagogía

Los ganadores, junto al alcalde de Málaga, el delegado de la Junta en Málaga y representantes de SUR y BBVA. :: MIGUEL FERNÁNDEZ



UNA NOCHE COLMADA DE EMPRENDIMIENTO Y TALENTO

El Museo Automovilístico y de la Moda de Málaga fue el escenario de la tercera entrega de los Premios Evolución organizados por SUR.es y BBVA

Innovación, tecnología, sostenibilidad, talento...evolución. Estas palabras marcaron el inicio de la tercera edición de los Premios Evolución organizados por SUR.es y BBVA celebrada el pasado jueves en el entorno inigualable del Museo Automovilístico y de la Moda de Málaga.

Pese a su juventud, el evento que ha conseguido posicionarse como una cita imprescindible para la innovación malagueña. Como apuntó el director de SUR, Manuel Castillo, nada más comenzar su intervención en el salón de actos del museo, «solo llevamos tres ediciones, pero el nivel es altísimo».

Estos premios distinguen

a personas, empresas, instituciones e iniciativas de muy diversos ámbitos pero con un denominador común: su empuje a favor del desarrollo tecnológico de la ciudad.

Las organizaciones malagueñas Uptodown, Taalentfy, DHV Technology, Wake Up Escuela Infantil y el Grupo de Investigación en Ingeniería de Comunicaciones de la Universidad de Málaga han sido los ganadores de esta edición del certamen que organizan SUR y BBVA, y cuentan con la colaboración del Ayuntamiento de Málaga, la Junta de Andalucía, Corporación Tecnológica de Andalucía, ESIC, Fundación Cruzcampo, la Cámara de Comercio de Málaga y el Museo Automovilístico y

Las organizaciones malagueñas Uptodown, Taalentfy, DHV Technology, Wake Up Escuela Infantil y el Grupo de Investigación en Ingeniería de Comunicaciones de la Universidad de Málaga han sido los ganadores de esta edición del certamen

de la Moda.

Durante la gala, que contó con la presencia de 150 invitados, se puso el énfasis en la próspera situación que está viviendo la ciudad. Además los participantes destacaron la importancia de la innovación para diferenciarse y aportar en esta época marcada por la velocidad y el cambio.

En este sentido Castillo quiso destacar que los premiados, pese a venir de diferentes áreas, han conseguido distinguirse por dos cualidades comunes. Por un lado, haber sido capaces de crear «un entorno capaz de estimular la ilusión, el talento y la capacidad para generar ideas que podían parecer locas en un principio». Y por



Parte del equipo de Uptodown. :: M. F.



Carlos Camacho junto a Manuel Castillo. :: M. F.



Alejandro González, de Taaletfy. :: M. F.



Elena Portillo, de Wake-Up. :: M. F.



Responsables de DHV junto a Adelaida de la Calle. :: M. F.



El director de BBVA en Málaga, Javier Lebrón. :: M. F.

otro, la voluntad de «cambiar las cosas y hacer el mundo un poco mejor», una voluntad que, subrayó el directo, SUR también comparte.

Por su parte Javier Lebrón, director de BBVA para Málaga y Melilla, incidió en que la transformación tecnológica que estamos viviendo «que no sólo afecta al ámbito empresarial, también al modo en que nos relacionamos; a la sanidad, a la educación, a la agricultura...».

Asimismo, Lebrón quiso animar al emprendimiento. «Hay muchísimo talento, solo es necesario tener la convicción y perseverancia necesarias para dar el impulso».

En este sentido, el director recordó que BBVA se en-

cuentra a la cabeza de la transformación tecnológica de la banca a nivel mundial, un éxito basado «en la apuesta por mejorar la experiencia de nuestros clientes, y en adaptarnos a sus necesidades reales».

Antes de la entrega de premios, Juan Luis González, consejero de la agencia de publicidad Somos R*, director general de Orange3 y colaborador de Esic, ofreció una ponencia sobre el nuevo marketing y el nuevo consumidor.

Según el experto, la clave está en «no diferenciar el marketing digital de cualquier otro tipo de marketing, sino de integrar el 'on' y el 'off' en un concepto 'no-line' que termine con cualquier estrate-

gia diferenciada».

Posteriormente se procedió a la entrega de premios. Los primeros en subir al escenario a recoger el galardón Evolución 2018 de SUR.es y BBVA fueron los responsables de Uptodown, un portal que facilita la descarga segura de 'apps' y programas es hoy el mayor 'market' de Android fuera de Google. Luis Hernández y José Domínguez quisieron aprovechar para agradecer el trabajo diario de todo su equipo sin los cuales, afirmaron, «nada de esto sería posible».

Elena Portillo, ideóloga y directora de Wake-Up Escuela Infantil fue la siguiente en recoger, muy emocionada, un premio que valora aplicación de la tecnología

en el ámbito de la pedagogía que está llevando a cabo este centro innovador.

El tercer galardón recayó en Taaletfy, una iniciativa que aplica la inteligencia artificial para acercar a candidatos y empresas en los procesos de búsqueda de empleo atendiendo a criterios de talento y capacidad.

La empresa dedicada a la creación de paneles fotovoltaicos para satélites DHV Technology recogió su galardón por su labor en la sostenibilidad y la internacionalización de la región.

Finalmente, la categoría 'Colaboración Universidad-Empresa' reconoció la labor del Grupo de Investigación en Ingeniería de Comunicaciones de la UMA, que en

Javier Lebrón, director de BBVA para Málaga y Melilla, incidió en que la transformación tecnológica que estamos viviendo «no sólo afecta al ámbito empresarial, también al modo en que nos relacionamos; a la sanidad, a la educación, a la agricultura...»

sus 25 años de andadura ha desarrollado una intensa labor de investigación con proyectos basados tanto en la investigación básica como en la transferencia de conocimiento con empresas locales.

La ceremonia concluyó con las intervenciones del delegado del Gobierno andaluz en Málaga, José Luis Ruiz Espejo, que destacó la aportación del PTA a la provincia; y el alcalde Francisco de la Torre, quien quiso aprovechar para agradecer a todos los presentes su compromiso con Málaga y recordar que, gracias a la labor que realizan instituciones, empresas, profesionales y ciudadanía, nuestra ciudad, «aporta prestigio».



José Luis Romero, Luis Hernández, José Domínguez, Carlos Camacho, Elena Portillo, Javier Lebrón, Alejandro González, Miguel Ángel Vázquez y Vicente Díaz. :: A. C.

UNA CITA CON LA CREATIVIDAD EN EL MUSEO AUTOMOVILÍSTICO Y DE LA MODA DE MÁLAGA



José Miguel Aguilar, Carolina López y José Cano. :: M. F.



Miguel Chinchilla, Sergio Cuberos y Enrique Rodríguez. :: M. F.



Victoria Reyes, Victoria Lavigne y Elena Portillo. :: M. F.



José Luis Romero, María del Mar Martín Rojo, Monsalud Bautista y Juan Carlos Robles. :: M. F.



Luis Hernández, Álvaro Toledo, Laura del Pino, Daniel Rivas, Erika Okumura, Andrés López, Victoria Borrás y José Domínguez. :: M. F.



Monsalud Bautista, Adelaida de la Calle, Rafael Centeno, Teresa Porrás y Pedro Luis Gómez. :: M. F.



Juan Camacho y Antonia Ruiz. :: M. F.



José Carlos Muñoz, José Antonio Pérez, Gonzalo Sichar, Javier Lebrón y José Luis Romero. :: M. F.



Juan José González, Ana María Guerrero, Alejandro González, Andrea González, Irene González y Ana García. :: M. F.



Miriam Navarro, Alicia García, María Ángel, Elena Portillo, Javier Romero, Inma López, Camila Daris y Ana López. :: M. F.



Miguel Reinoso, Teresa Martín, Carlos Camacho y Juana Baños. :: M. F.



José Luis Romero, José Antonio Pérez, Rafael García, Emilio Alonso, Javier Lebrón y Vicente Díaz. :: M. F.



Pilar Perea, Agustín Pérez, Pilar Alcalá, Javier Recio, Yolanda Quesada, Jorge Artero y Javier Lebrón. :: M.F.



Pilar Pastor, Susana Guidet, Patricia Paz, Mayte Lara, Maribel López, Rocío Alonso, Juan Camacho y Edurne Elvira. :: M.F.



Miguel Ángel Chinchilla, Enrique Rodríguez, Inma Contreras, Jorge Núñez, Sergio Gómez, Ana Sánchez, Rafael Fernández y Juan Carlos Anaya. :: M.F.



Javier Lebrón, José Miguel Aguilar, Ana Barreales, Javier Recio, Luisa Carrasco, Vicente Díaz, Ignacio de la Vega, Víctor Burgos, Francisco Jiménez y José Carlos Muñoz. :: M.F.



Vicente Díaz, Felipe Romera, Adelaida de la Calle, Juana Baños, Carlos Camacho, Teresa Martín, Manuel Castillo, Javier Lebrón, Elena Portillo y Miguel Ángel Vázquez. :: M. F.



José Luis Romero y otros asistentes durante la celebración de la gala. :: M. F.



Galardón de los premios realizado por el artista Martín. :: M. F.



Parte del equipo de DHV Technology durante el evento. :: M. F.



Asistentes a la gala. :: M. F.



Alejandro González junto a los responsables de BBVA. :: M. F.



Parte del equipo de Wake-Up. :: M. F.



Vicente Díaz, Adelaida de la Calle y Miguel Ángel Vázquez. :: M. F.

Patrocinan:

Colaboran:



Francisco de la Torre y Javier Carnero, durante uno de los eventos celebrados en el Polo Digital en abril. :: SUR

EL POLO DIGITAL CELEBRA SU PRIMER AÑO CON UN BALANCE MUY POSITIVO

Este espacio innovador está trabajando para cumplir su objetivo de contribuir a la aceleración de ideas, proyectos y empresas tecnológicas de Málaga

El Polo Nacional de Contenidos Digitales, que aloja en la actualidad a 45 startups y ha acogido la celebración de 17 eventos desde su puesta en marcha, ha cumplido su primer año de actividad con un balance muy positivo.

El Polo ha comenzado el año con una importante apuesta por parte del Ministerio de Economía, Industria, y Competitividad que destina 800.000 euros para 2018, a través de la Escuela de Organización Industrial (EOI).

Esta cifra se suma a otros 800.000 euros que ya aportó en la pasada edición la EOI y que fueron destinados al programa Go2Work que ya ha celebrado tres ediciones en el Polo de Contenidos Digitales en las que se han formado más de 200 personas, y se han creado alrededor de 70 puestos de trabajo. En cuanto al resto de cursos de formación, han pasado por los mismos alrededor de 500 personas.

El Polo, además, ha recibido hasta el momento otro millón trescientos mil euros de Red.Es y otro millón y medio

Las instalaciones alojan ya a 45 startups de los sectores de videojuegos, animación, audiovisual, esport, marketing digital, formación, realidad virtual, entre otros

de euros, también de EOI, para otros programas de formación.

El Polo Digital fue inaugurado el pasado mes de junio aunque ya había iniciado sus actividades en enero. En sus primeros 12 meses de funcionamiento, las actividades impulsadas por el Polo han atraído a más de 60.000 personas y han generado un impacto económico cercano a los ocho millones de euros.

En este tiempo, se han realizado 17 eventos en el recinto con la participación de 2.255 personas. A estas cifras hay que añadir las 45 startups alojadas



Evento de realidad virtual. :: SUR



Autoridades y emprendedores. :: SUR

en la actualidad que pertenecen a los sectores de videojuegos, animación, audiovisual, esport, marketing digital, formación, realidad virtual etc...

El Hub de contenidos digitales, único de estas características en España, constituye un proyecto pionero dedicado a una industria que concentra a la Universidad (pública y privada), incubadoras, aceleradoras y emprendedores, empresas ya consolidadas en el sector, además de los clúster. En el Polo colaboran activamente empresas tecnológicas, de realidad virtual y videojuegos, así como emprendedores tecnológicos que promueven la cultura del videojuego y la industria de tecnología digital, en constante crecimiento.

En la actualidad trabajan en el ecosistema del Polo empresas e instituciones de sobra conocidas en el sector como la empresa de videojuegos Genera Games, la escuela de diseño Animun, Ozzone/Versus, la productora Medina Media, la Universidad de Málaga, la Escuela de Organización Industrial - EOI, además de la productora Fresco Film.

Museo Automovilístico

Y de la Moda

FERRARI
DIOR

MERCEDES
CHANEL

DOLCE&GABBANA
PORSCHE



Fotografía: I-Blue

Una colección única en el Mundo.
La fabulosa relación entre la alta costura y el automóvil.

A unique collection in the World.
The fabulous relation between haute couture and the automobile.

Horario / Opening hours: Lunes a Domingo 10h-19h / Monday - Sunday 10am-7pm





Adelaida de la Calle, presidenta de Corporación Tecnológica de Andalucía (CTA). :: SUR

«LA INNOVACIÓN ABIERTA ES CLAVE PARA COMPETIR»

La presidenta de CTA, Adelaida de la Calle, explica las ventajas de la cooperación entre grandes empresas y startups

MÁLAGA. ¿Por qué estamos viendo que muchas grandes empresas lanzan programas de innovación abierta?

La innovación y el desarrollo tecnológico se han convertido en el Santo Grial de los negocios. Las medianas y grandes empresas tienen dificultades en ocasiones para detectar oportunidades porque su tamaño e inercia las hace menos flexibles y permeables a los cambios. Por eso, muchas grandes empresas como Microsoft, Lego, Telefónica, Indra, Iberdrola o Sacyr han lanzado sus propios programas de innovación abierta. De esta forma, pueden detectar e incorporar el nuevo conocimiento y las tecnologías disruptivas que van surgiendo en su entorno. El riesgo de no detectar a tiempo un cambio tecnológico que afecta al mercado habitual de la empresa puede suponer incluso la desaparición del negocio.

¿En qué consisten esos programas?

Frente al riesgo de ser desplazados del mercado, muchas grandes empresas han considerado que ya no basta con disponer de un departamento de I+D+i. Apuestan por un programa de innovación abierta, que debe detectar oportunidades de innovación en todo el ecosistema de la empresa, ya sea en el entorno científico y otras empresas o bien en otras fuentes de nuevas ideas con potencial, como pueden ser sus propios empleados o incipientes startups. Necesitan una estrategia que gestione todo su ecosistema corporativo de innovación.

¿Tienen éxito? ¿Se perciben los resultados?

Sí, teniendo en cuenta que la innovación siempre es una apuesta a medio y largo plazo. Para asegurar el éxito de un programa de innovación abierta es imprescindible que la ini-

«Para que la innovación abierta tenga éxito, es importante un mediador que ayude al entendimiento entre la gran empresa y la startup»

«Las startups pueden combinar financiación privada y ayudas públicas para acelerar su crecimiento»

ciativa cuente con el apoyo de los principales directivos de la compañía. También es crítico que las áreas de negocio don-

de se encuentren las nuevas oportunidades estén involucradas y no se considere que "son temas del departamento de innovación". En este contexto, una figura se erige como el facilitador de todo este proceso: la del "traductor" que posibilita que entidades tan diferentes como una startup y una empresa consolidada hablen el mismo lenguaje y tengan una visión común. Esta función puede ser desarrollada por una persona de la casa, alguien con capacidades y cultura tanto corporativa como emprendedora o por un agente externo, como CTA (Corporación Tecnológica de Andalucía), una entidad con capacidad y éxitos demostrados tanto en la promoción de la innovación empresarial como en el apoyo a emprendedores y a programas corporativos de innovación abierta.

¿Qué ventajas aportan estos programas para las startups?

Por supuesto, las startups también sacan partido de esta relación con las grandes corporaciones. Los programas de innovación abierta son una oportunidad de desarrollarse junto a una gran empresa y obtener financiación directa, ganar dimensión y acelerar su llegada al gran mercado. Tienen acceso a la mentorización y tutela de una gran empresa, sus infraestructuras, su notoriedad, e incluso pueden llegar a obtener financiación o la entrada en su capital de un nuevo accionista corporativo. Es una buena vía para acelerar su crecimiento.

¿Es la única forma de financiar el crecimiento de las startups?

No. Es una opción muy a tener en cuenta para acelerar el crecimiento de startups de base tecnológica, pero puede combinarse con otras. Por ejemplo, existen varios programas públicos de financiación específicos para empresas incipientes con carácter innovador o basadas en tecnología. Destacaría desde ayudas regionales de la Junta de Andalucía, como Soprea e Inverseed, hasta las nacionales, como las de Enisa y CDTI (con Neotec por ejemplo), pasando por las europeas, como el programa Instrumento Pyme.

¿Cómo interviene CTA en estos programas de innovación abierta?

CTA presta asesoramiento a medianas y grandes corporaciones para diseñar e implementar un programa de innovación abierta que atienda las necesidades de su negocio. Nos interesa especialmente ayudar a implementar estas estrategias de innovación a empresas medianas con un alto potencial de crecimiento. Por otra parte, CTA actúa como intermediario y punto de encuentro entre estas grandes entidades los emprendedores de base tecnológica, a los que también presta servicios. A las startups tecnológicas, CTA les ofrece asesoramiento para fortalecer y mejorar su modelo de negocio y, más adelante, para ayudarles en el proceso de captación de fondos, financiación e inversión. Además, CTA acompaña al emprendedor en la captación de financiación de origen público específica para empresas innovadoras, de programas regionales, nacionales o europeos, así como en la captación de inversión pública o privada. Asimismo, ayuda a la traducción de retos tecnológicos en proyectos de I+D+i, la búsqueda de socios tecnológicos y la colaboración con grandes empresas tractoras, buscando siempre mecanismos de financiación de apoyo a estas actividades.



UNA SUMA PARA INNOVAR

ABEINSA + ABENGOA + ABENGOA BIOENERGÍA NUEVAS TECNOLOGÍAS + ABENGOA SOLAR + ACCIONA + ADEVICE SOLUTIONS + AGENCIA DE GESTIÓN PESQUERA Y AGRARIA DE ANDALUCÍA + AGENCIA DE MEDIO AMBIENTE Y AGUA DE ANDALUCÍA + AGENCIA IDEA + AGQ LABS + AGRO SEVILLA + AIRBUS + AIRBUS DEFENCE & SPACE + ALFOCAN + ANAFOCUS + APPLUS SERVICIOS TECNOLÓGICOS + ARION GRUPO + ATLANTIC COPPER + AUDITEL + AURANTIA + AYESA + AZVI + BANCO SANTANDER + BEFESA MEDIO AMBIENTE + BIOMEDAL + BIONATURIS + BIOSEARCH LIFE + BRAIN DYNAMICS + CAF + CAIXABANK + CAJA GRANADA + CAJA RURAL DEL SUR + CAJAMAR + CAJASUR + CALPE INSTITUTE OF TECHNOLOGY + CARBURES + CEPESA + CIAT + COBRA + CONSTRUCCIONES OTERO + CORPORACIÓN DE EMPRESAS MUNICIPALES DE SEVILLA + CORPORACIÓN EMPRESARIAL ALTRA + COSENTINO + COVAP + CYCLUS + DEKRA + DEOLEO + DETEA + DHV TECHNOLOGY + DITECSA + ELEMENT + ENDESA + EPCOS ELECTRONIC COMPONENTS + FAASA + FUNDACIÓN PRASA + GAMESA + GAS NATURAL FENOSA + GHENOVA + GMV + GP TECH + GRUPO ARELANCE + GRUPO ITURRI + GRUPO LA CAÑA + GRUPO SACYR CONSTRUCCIÓN + GUADALTEL + HEINEKEN + HERBA RICEMILLS + HIDRALIA + HISPACOLD + HOLCIM + IBERDROLA + IBERHANSE + IHMAN + INASOR + INDRA + INERCO + INFARMADE + INGENIA + INGENIATRICES + INYPSA + IRRADIA ENERGIA + ISOTROL + KNOWDLE MEDIA GROUP + LABORATORIOS FARMACÉUTICOS ROVI + MAGTEL COMUNICACIONES AVANZADAS + MAGTEL OPERACIONES + MESUREX + MP CORPORACIÓN INDUSTRIAL + NEURON BIO + NEWBIOTECHNIC + NOXIUM + OESÍA NETWORKS + OMYA CLARIANA + ONTECH SECURITY + PERSAN + PROCESOS INDUSTRIALES DEL SUR + REDSA + RESBIOAGRO + REVERTÉ + SANDO + SEABERY SOLUCIONES + SHS CONSULTORES + SKYLIFE ENGINEERING + SNGULAR PEOPLE + TELEFÓNICA + TELVENT + TIER1 + TITANIA + TORRESOL ENERGY + UNICAJA + VODAFONE + WELLNESS TELECOM + WIN INERTIA. GRACIAS



www.corporaciontecnologica.com
@CTAndalucia



«UNA SOCIEDAD EVOLUCIONA GRACIAS A SU TALENTO»

María Ángeles Rodríguez
Directora de la
Fundación
Cruzcampo

Fundación Cruzcampo apuesta por el emprendimiento en la hostelería como palanca de cambio y de inserción social

MÁLAGA. Uno de los fines fundacionales de la Fundación Cruzcampo es generar oportunidades para los jóvenes e impulsar el desarrollo económico y social de la región. Para ello la organización cuenta con iniciativas como RED INNprende, un programa de emprendimiento que comenzó su andadura en 2014 en con el objetivo de retener, atraer y promover el 'Talento del Sur'.

Para aquellas personas que no lo conozcan, ¿en qué consiste y cómo funciona RED INNprende?

RED INNprende es un programa de aceleración empresarial dirigido a proyectos de sectores cercanos a la actividad de la Fundación Cruzcampo y su único patrono, HEINEKEN España: agroalimentario, turismo y hostelería. La IV edición de RED INNprende es un verdadero entorno para la creación y capacitación de nuevos líderes y equipos innovadores capaces de acelerar y madurar proyectos empresariales que den respuesta al contexto actual. **¿Qué novedades tiene RED INNprende en esta edición?** Estamos justo en el ecuador del programa de este año que hemos arrancado con impor-

tantes novedades como los paneles de trabajo sectoriales con expertos en tendencias e inversión en hostelería, turismo y agroalimentación y la oportunidad de testeo en empresas en un entorno real para cinco de las startups participantes.

Pero la principal novedad de esta edición es el lanzamiento de la categoría Retos HEINEKEN dirigido a startups de todo el territorio nacional que den respuesta a retos reales del sector de la hostelería a través de nuevas tecnologías. **¿Cómo ha sido la evolución de esta iniciativa desde su inicio, hace ya cuatro años?** RED INNprende es un programa consolidado en el ecosistema emprendedor. Hasta la fecha, por sus tres ediciones han pasado 56 proyec-

tos, 176 INNprendedores, 70 ponentes y alrededor de 2.000 personas reunidas en torno al emprendimiento en su programación abierta, con más de 5.000 horas de formación y mentorización. En la actualidad, hay 35 empresas en activo que han pasado por el programa, 10 de ellas nuevas, constituidas gracias a RED INNprende. En la evolución de las distintas ediciones, hemos comprobado que los proyectos presentados son cada vez más maduros, más tecnológicos y, sobre todo, aplicados al sector de la hostelería, lo que nos da las claves del avance de RED INNprende en el futuro. Nuestra intención y deseo en estos años es que nuestro impacto llegue a todas las provincias de Andalucía. Para acercar RED INNprende a Andalucía Oriental, decidimos organizar parte de la programación abierta y las sesiones grupales del programa en Málaga. Para ello nos aliamos con la Universidad de Málaga y el Parque Tecnológico, y nos instalamos en el Rayo Verde, y así facilitamos la asistencia a las startups malagueñas y de Andalucía Oriental, donde existe una gran actividad emprendedora. Hoy nuestros ratios indican que estamos alcanzando el equilibrio territorial de nuestros proyectos.

En su experiencia, ¿cómo influyen el emprendimiento y la innovación actualmente en la generación de empleo? Una sociedad evoluciona gracias a su talento. Talento emprendedor, talento creativo e innovador, talento gastronómico...un talento espectacular que tenemos en Andalucía en cuanto a futuro y potencial.

Una compañía como la nuestra debe entender bien cuáles son las demandas sociales y reaccionar frente a ellas. En el caso de la Fundación Cruzcampo, nuestra apuesta por los jóvenes nace en 2012, un momento de recesión en el que la cifra de desempleo alcanzaba al 50% de este colectivo. Decidimos aportar nuestro granito de arena a la creación de nuevas oportunidades mediante dos proyectos: #talentage, dirigido a universitarios andaluces como plataforma para la promoción de empleo de alta calidad, y RED INNprende.

¿Qué papel juegan las empresas alimentarias y los establecimientos hoteleros en el actual sistema económico en Andalucía?

La oferta gastronómica y hostelería en Andalucía constituye uno de los elementos más atractivos para el turismo, un

sector muy relevante tanto por su contribución al PIB regional como por el empleo que genera y su capacidad de arrastre sobre otras actividades económicas.

Este es nuestro sector de actuación y, por ello, nace la Escuela de Hostelería Fundación Cruzcampo en Sevilla, en el año 2000, como resultado del compromiso de HEINEKEN España para la profesionalización del sector. Queremos despertar vocaciones y formar a los mejores profesionales, haciendo hincapié en aquellas personas que presentan mayores dificultades a la hora de encontrar empleo. La Escuela ha avanzado año a año para mejorar su oferta formativa y contamos ya con un 80% de empleabilidad. Además, hemos avanzado adaptándola a la demanda, por ello, creamos un nuevo curso de Técnico Superior, enfocado hacia profesionales que cuentan ya con una experiencia y desean reciclarse, adaptarse a las nuevas tendencias y, en definitiva, mejorar su competitividad en cocina, sala, gestión y emprendimiento. Estamos realmente satisfechos con los resultados que estamos obteniendo.

Pero la actividad de la Escuela de Hostelería Fundación Cruzcampo va más allá en relación a la inserción laboral y el emprendimiento, ¿es así? Efectivamente, la hostelería es también palanca de cambio y de reinserción social. Muchas entidades sociales confían en la Fundación para llevar a cabo sus proyectos, como es el caso de Fundación Once en Málaga y de los cursos de Cruz Roja para personas en riesgo de exclusión. Para nosotros es un orgullo poder estar formando y acompañando a estas personas a través de nuestra experiencia y de nuestros recursos en el ámbito de la hostelería.

Asimismo, este año hemos desarrollado la iniciativa Empréndebares, un nuevo curso totalmente gratuito, gracias a las aportaciones del Fondo Europeo, orientado a jóvenes menores de 30 años para la creación de su propio negocio de restauración, que fusiona todo lo que sabemos a través de la Escuela de Hostelería con los conocimientos que aporta nuestra experiencia con RED INNprende.

En definitiva, queremos continuar renovando y profesionalizando nuestros programas, como parte de una renovación permanente y conectada a las necesidades, también cambiantes, de nuestra sociedad.

C RED INNPRENDE

FUNDACIÓN Cruzcampo



ACELERACIÓN
NETWORKING

VISIBILIDAD

CONSOLIDACIÓN
MERCADO

HACEMOS CRECER TUS IDEAS

Fundación Cruzcampo acelera startups andaluzas innovadoras en hostelería, turismo y agroalimentación con RED INNprende.

Este programa consta de seis meses en los que desarrollar un plan de trabajo personalizado que sienta las bases del despegue del negocio, con sesiones de mentoría y formación complementaria, además de la posibilidad de testar los proyectos en el mercado real de la mano de empresas consolidadas.

fundacioncruzcampo.com/redinnprende



PARTNERS



LA RENOVACIÓN ESTRATÉGICA DE LAS PYMES: TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INNOVACIÓN

Jerónimo Pérez
Presidente
de la Cámara
Oficial de
Comercio,
Industria,
Servicios y
Navegación
de Málaga



El presidente de la Cámara de Comercio de Málaga, Jerónimo Pérez. :: SUR

El actual panorama tecnológico permite a las empresas acceder a oportunidades de negocio

MÁLAGA. La gran relevancia que tiene la pequeña y media empresa en el tejido empresarial español, andaluz y, particularmente en el malagueño, pone de manifiesto la importancia de prestar la mayor atención posible a estas empresas y potenciar todas aquellas acciones que vayan dirigidas a fomentar la incorporación de factores competitivos, como la innovación y la transformación digital, ya

que esto tendrá un reflejo sustancial en la economía en su conjunto.

Por su tamaño y por sus limitaciones naturales, la mayoría de PYMES pueden parecer, en principio, ligadas a un mercado que se circunscribe a su entorno local más próximo o, cuando más, regional, pero esta situación, gracias a las nuevas tecnologías, se está viendo revertida y/o ampliada, y es aquí, donde debemos ofrecer nuestro mayor apoyo desde las administraciones, instituciones y entidades que damos servicios a las mismas.

El actual panorama tecnológico y las enormes posibilidades que ofrece permite a todas las empresas, sin distin-

ción de tamaño, acceder a nuevas e interesantes oportunidades de negocio, pero el esfuerzo que se precisa ha de ser proporcional y constante, planteándose desde el seno de la empresa la conveniencia de contar y utilizar todos los recursos a su alcance, en este caso tecnológicos, que les permitan dar respuesta a los cambios en las nuevas relaciones de negocio que hoy ya se dan y a las que están por venir.

La innovación, factor estratégico esencial para las pymes

No debemos olvidar otro aspecto o factor estratégico decisivo y complementario de las nuevas tecnologías, como

es la innovación, ya que el mundo que nos rodea cambia y se transforma de forma vertiginosa y es necesario innovar de forma permanente para poder sobrevivir.

Cada día los clientes son más exigentes y nos demandan mayor calidad, nuevos productos y servicios, la competencia global es más fuerte y los transportes acercan cualquier punto del globo en menos tiempo, por lo tanto, debemos estar atentos y asimilar las nuevas tendencias que nacen en el consumo, en nuestro entorno y en el sector en el que competimos.

Pero esos cambios se deben fundamentalmente a la tecnología y su evolución, por eso debemos aprovecharla para crear o modificar nuestros productos o servicios, introduciendo novedades y aprovechando nuevos mercados, es decir, innovando.

Y aquí está la gran relación y oportunidad entre las nuevas tecnologías y la innovación, puesto que esto supone una ventaja competitiva para las empresas que asuman este carácter global como un aliado estratégico para llegar a nuevos mercados de forma eficaz, generando así riqueza y mayores recursos para la consolidación de la empresa.

Internacionalización y transformación digital

La transformación digital, como acabamos de ver, se presenta y hemos de tenerla en cuenta como un aliado para la internacionalización de la empresa. A través de esta magnífica oportunidad tenemos a nuestro alcance innumerables herramientas para llegar a un mayor número de mercados exteriores que, de otra forma, supondría mucho más coste en tiempo y dinero, y que, en la mayoría de los casos, sería inasumible.

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) nos ayudan a difundir y promocionar nuestros productos, facilitando para el posible comprador la

localización y la información necesaria sobre el mismo, y todo ello con un coste relativamente bajo, sobre todo, si sabemos aprovechar el potencial de las redes sociales.

A través de estas últimas, no solo podemos estar en contacto con clientes, sino también con profesionales y proveedores de distintos lugares del mundo, lo que las convierte en unas herramientas muy eficientes en el proceso de internacionalización.

Esta unión entre innovación e internacionalización es consecuencia de la relación que existe entre ambos conceptos y sirve para mejorar la posición competitiva, ya que no tiene ningún sentido que las empresas generen nuevos productos o servicios, si después no les encontramos mercados donde venderlos.

La Cámara de Comercio y la transformación digital de las pymes

Como vemos, vivimos en un tiempo y momento en el que la innovación tecnológica no es ya tan sólo cuestión de ponerse al día en los nuevos medios e instrumentos para el desarrollo empresarial, sino que es el desarrollo en sí mismo el que requiere y exige una dedicación y una constante actualización desde todos los puntos de vista.

Teniendo muy presente esto, se configuran algunas de las líneas de trabajo de las Cámaras, como son las de facilitar la incorporación de las PYMES en la sociedad de la información y promover la innovación como fórmulas competitivas para mejorar, modernizar y adecuar su estrategia empresarial a las nuevas circunstancias y también a los nuevos mercados exteriores a través de su internacionalización.

Dando por supuesto que la innovación tecnológica es imprescindible para hacer competitivas a las empresas, desde las Cámaras hemos asumido ese reto y apostado, con un compromiso firme, por ello, desarrollando programas y actividades planteadas y dirigidas hacia una adecuada y utilización de las TICs, acercando las nuevas tecnologías a las medianas y pequeñas empresas, contribuyendo al acierto de un modelo de crecimiento económico que parte y se basa, precisamente, en el adecuado incremento de la competitividad, de la productividad y de la calidad en base a las nuevas herramientas tecnológicas que hoy están al alcance del empresario.

Cámara

Málaga

Le ayudamos a innovar en su empresa

Programas de ayuda a PYMEs y autónomos mediante una metodología que combina asesoramiento gratuito y ayudas directas a la innovación.

InnoCámaras

TICCámaras

Xpande

TuristiCa competitividad

Contrata 1 subvención, 1 crédito, 1 línea

Comercio

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

www.camaramalaga.com

Innovar no es una opción

Es un requerimiento necesario e irrenunciable de cualquier empresa que quiera mantener niveles aceptables de competitividad y, por lo tanto, perdurar en el tiempo.



Cámara
de Comercio de España

Una manera de hacer Europa

«LA TECNOLOGÍA ES LA CONSECUENCIA DE LA EVOLUCIÓN DEL HOMBRE»

Juan Luis González, Consejero de la agencia de publicidad **Somos R*,** director general de **Orange3** y colaborador de **ESIC**

Con su ponencia 'Marketing Digital', González dio las claves para que las empresas afronten los nuevos retos de una sociedad cambiante

MÁLAGA. Juan Luis González, consejero de la agencia de publicidad Somos R*, director general de Orange3 y colaborador de ESIC, ofreció en pasado jueves una comunicación sobre el nuevo marketing y el nuevo consumidor como parte de la gala de los Premios Evolución organizados por SUR.es y BBVA.

Uno de los puntos en los que el experto hizo más incidencia fue por no diferenciar el marketing digital del marketing en las organizaciones. Por el contrario, según González la clave está en llevar a cabo una estrategia «no-line» que trate de integrar «el 'on' y el 'off'» porque «no tiene sentido que exista una estrategia diferenciada para un mismo concepto y objetivo común».

En esta misma línea, González también puso el énfasis en que en las empresas



Juan Luis González, durante su ponencia el pasado jueves. :: MIGUE FERNÁNDEZ

no deben existir un responsable de marketing online y de marketing offline, ya que internet es una tecnología que incrementa el abanico de posibilidades de las marcas. Reforzando esta tesis, el ponente habló de las estrategias omnicanal, en la que la marca debe estar en todos los ámbitos e impactar siempre a su cliente potencial a través de la información, pero también de la emoción. «Si las marcas apelan a la emoción y no a la razón, pueden ganar margen».

El experto recordó que es posible crear marca de cualquier tipo de producto, incluso, en su experiencia personal, de unas naranjas. «Todo pasa por aportar valor al producto y hacer partícipe al consumidor».

Asimismo, el profesor de ESIC analizó la transformación actual y su reflejo en las formas de consumo. Para ello puso el ejemplo de Amazon, una empresa digital que ha dado el salto 'presencial' con un concepto que supone una nueva vuelta de tuerca: un establecimiento en el que compras «sin pagar» y que funciona a través de un complejo reconocimiento facial. Nuevas experiencias de compra apoyadas en la tecnología que hacen que no comparemos precio, que las empresas incrementen sus márgenes.

Finalmente González quiso recordar que la tecnología «es una consecuencia de la evolución del hombre» haciendo alusión a la famosa frase 'no es una época de cambio, es un cambio de época' que lleva repitiéndose desde hace cientos de años.

González es licenciado en Gestión Comercial y Marketing por ESIC, ha realizado diversos masters en las más prestigiosas universidades españolas y de Reino Unido. Aunque su carrera profesional se ha desarrollado en diferentes sectores, en la actualidad es Director General en Orange3, plataforma B2B y B2C de venta de fruta por internet y gestiona las explotaciones agrícolas de la empresa situadas en Andalucía.

POR EXPERIENCIA, POR PRESTIGIO, POR SU JUSTO VALOR

EMPRESA MARKETING ECONOMÍA DIGITAL

MASTER
POSTGRADO

- +52,000** ANTIGUOS ALUMNOS
- PRESENCIA EN **+40 PAÍSES** EN 4 CONTINENTES
- +2,500 ACUERDOS** CON EMPRESAS
- 93% TASA MEDIA** DE EMPLEO
- 95%-100%** RATIO DE INSERCIÓN LABORAL AUDITADO



+50
AÑOS

INNOVANDO Y FORMANDO
PROFESIONALES GLOBALES PARA
LA EMPRESA Y EL MARKETING.
FOMENTANDO EL EMPRENDIMIENTO
Y LA ECONOMÍA DIGITAL

30+ YEARS TRAINING

MBA's

EXECUTIVE MBA
IMPARTIDO EN ESPAÑOL

MASTER
PROGRAMAS SUPERIORES

**MÁSTER EN DIRECCIÓN
DE MARKETING Y GESTIÓN
COMERCIAL**

**MÁSTER EN DIRECCIÓN DE
PERSONAS Y DESARROLLO
ORGANIZATIVO**

**PROGRAMA SUPERIOR EN
DIRECCION DE VENTAS
(BLENDED LEARNING)**

**ECONOMÍA
DIGITAL ICEMD**
INSTITUTO ECONOMÍA DIGITAL | DESIC

**MÁSTER EN DIGITAL
BUSINESS**

**PROGRAMA SUPERIOR
EN MARKETING DIGITAL**



plan de
desarrollo
profesional

IMPULSA
www.esicimpulsa.com

FINANCIACIÓN ✓ ASESORAMIENTO ✓ BECAS ✓
PARA MATRÍCULAS REALIZADAS ANTES DEL 30 DE JUNIO

ESIC MÁLAGA
C/ Severo Ochoa, 49
Parque Tecnológico de Andalucía
info.malaga@esic.edu
952 02 03 69
www.esic.edu/malaga

MADRID
BARCELONA
VALENCIA
SEVILLA
ZARAGOZA
MÁLAGA
VIGO
A CORUÑA
PAMPLONA
BILBAO
GRANADA
CURITIBA
BRUSQUE

ESIC

BUSINESS & MARKETING SCHOOL

Impulsamos tus desafíos.



El delegado de la Junta de Andalucía en Málaga y presidente del PTA, José Luis Ruiz Espejo. :: SUR

«LA AMPLIACIÓN DEL PTA PERMITIRÁ SEGUIR APORTANDO VALOR TECNOLÓGICO A MÁLAGA»

José Luis Ruiz Espejo
Delegado de la Junta de Andalucía en Málaga y presidente del PTA

Ruiz Espejo analiza el papel del PTA en el tejido económico y empresarial de Málaga, y pone en valor los avances realizados durante los más de veinte años de andadura de esta tecnópolis de referencia en Andalucía

MÁLAGA. José Luis Ruiz Espejo, delegado del Gobierno autonómico y presidente del Parque Tecnológico de Andalucía (PTA) destaca la labor realizada por la tecnópolis a lo largo de sus más de dos décadas de andadura. Un tiempo en el que se han ido cumpliendo los objetivos y superando las expectativas hasta conseguir situar a Málaga en el mapa del sector tecnológico internacional. **El PTA ha cumplido ya 25 años, ¿Cuáles son los principales retos que afronta la**

tecnópolis?

El principal y más importante es la futura ampliación del PTA, la segunda en todos estos años de historia. Son 600.000 metros cuadrados más con los que la tecnópolis alcanzará el millón de metros cuadrados.

Esta ampliación permitirá seguir reforzando y aportando valor al sector tecnológico en Málaga y que este valor contribuya a seguir propiciando crecimiento a la economía de la provincia. No olvidemos datos clave en la

contribución socioeconómica del PTA, su aportación al PIB de la provincia de Málaga alcanza el 7,95%, mientras que la aportación al empleo provincial, directo e indirecto, es del 8,27%. Estas cifras se incrementan si se relacionan con la ciudad de Málaga, ya que el PTA aporta el 19,27 del PIB, mientras que el empleo, directo e indirecto, alcanza el 20,06%. **¿En qué punto se encuentra el PTA en cuanto a datos de empresas, facturación, plantilla...?**

El PTA no ha dejado de crecer desde que se puso en marcha y las expectativas son seguir haciéndolo, porque ha logrado ya situar a Málaga en el mapa internacional del sector tecnológico y son muchos los países que analizan el ejemplo de nuestra tecnópolis para poner en marcha propuestas similares.

En concreto, el volumen de empleo alcanza la cifra de 18.750 trabajadores a finales de 2017, ascendiendo un 5% con respecto al año 2016 con un incremento del empleo neto en 958 personas; el número de empresas instaladas en el parque en 2017 ha superado las 600, que han experimentado un incremento del 8% en su facturación el pasado ejercicio.

Un ejemplo muy ilustrativo del peso que el sector tecnológico está teniendo en nuestra economía es que el año pasado por primera vez las exportaciones andaluzas del sector aeronáutico han superado a las del aceite de oliva y en Málaga contamos con un clúster aeronáutico potente que debe jugar también un papel importante en Andalucía.

¿Cuál es la proyección internacional del parque?

El PTA ha contribuido al cambio de la imagen de Málaga, posicionándola internacionalmente como un foco de

«El volumen de empleo en el PTA alcanza la cifra de 18.750 trabajadores a finales de 2017, ascendiendo un 5% con respecto al año 2016 con un incremento del empleo neto en 958 personas»

«No se entiende el desarrollo de un Parque Tecnológico si no está ligado al talento de la Universidad de Málaga»

atracción tecnológica. Hemos sido capaces de atraer a grandes multinacionales a Málaga y de crear sinergias para que haya una afluencia sostenida de empresas extranjeras.

Actualmente el PTA cuenta con más de 60 empresas extranjeras, con 5.000 empleos, lo que le convierte en el principal foco de concentración de inversión extranjera tecnológica de toda la comunidad andaluza.

¿Cuáles son, a su juicio, los atractivos que tiene Málaga y el PTA para atraer a este tipo de empresas?

Málaga es un gran lugar para invertir, tanto por sus posibilidades de negocio como por sus infraestructuras y sus comunicaciones, pero a esos aspectos se les une que también es un gran lugar para vivir, con una atractiva oferta educativa, cultural y social.

Es precisamente ese binomio el que genera que Málaga tenga cualidades que la hacen especialmente atractiva para las empresas. Además, las sociedades que se instalan en el parque suelen valorar el ingente talento local y nuestras relaciones colaborativas con la Universidad.

¿Qué aporta la Universidad de Málaga en este proceso?

Talento e Innovación. No se entiende el desarrollo de un Parque Tecnológico si no está ligado al talento de la Universidad de Málaga. Esta relación se ha dado prácticamente desde siempre, pero en los últimos años se ha intensificado de manera notable con la puesta en funcionamiento de 'The Green Ray', un espacio diseñado para apoyar el emprendimiento global de manera conjunta.

El Rayo verde da respues-



Vista aérea del Parque Tecnológico. :: ATYGES

ta a esa necesidad de vinculación entre el talento de nuestros jóvenes y el sector empresarial, al que se suma

el espacio Link by UMA-ATECH, que se ha posicionado como un punto de encuentro entre la universidad

y la empresa, desarrollando proyectos y actividades enfocadas al emprendimiento entre los estudiantes.

1 DE CADA 4 EMPLEOS CREADOS EN ESPAÑA ES ANDALUZ

ANDALUCÍA EMPLEO Y ECONOMÍA CON FUTURO

ANDALUCÍA ES LA COMUNIDAD QUE MÁS EMPLEO CREA EN TODA ESPAÑA. NUESTRO OBJETIVO ES SEGUIR CREAMDO EMPLEO DE CALIDAD Y QUE LA RECUPERACIÓN LLEGUE CON FUERZA A TODAS LAS FAMILIAS.

JUNTA DE ANDALUCÍA

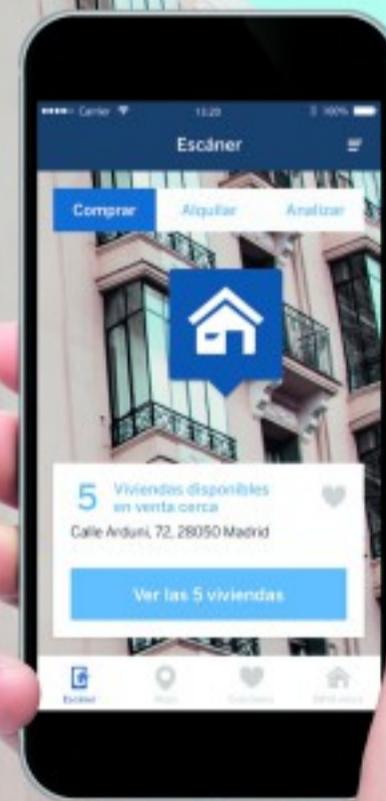
BBVA

Bienvenido a la nueva forma de buscar casa con BBVA Valora View

Apunta con tu móvil y tendrás información al momento de la casa que te interesa comprar o alquilar.



Seas o no cliente, descarga **BBVA Valora View**.



Creando Oportunidades