

## MÁLAGA CAPITAL

# Málaga Valley y Marca España unen sus esfuerzos en el campo de la promoción

La decimoséptima reunión de presidentes del Club se centra en analizar los puntos fuertes y débiles de la imagen internacional del país

**NURIA TRIGUERO | MÁLAGA**

@NuriaTriguero

19 noviembre 2014  
01:31

Ambas iniciativas se mueven en el difuso mundo de los intangibles. Reputación, influencia, imagen, marca... son los conceptos con los que trabajan tanto Marca España (la línea de trabajo impulsada por el Gobierno para reforzar la imagen exterior del país) como Málaga Valley. Ayer los dos proyectos dieron el primer paso para caminar de la mano en esa labor de promoción internacional que comparten. El director de la Oficina del Alto Comisionado de la Marca España, Carlos Espinosa de los Monteros, anunció en la decimoséptima reunión de presidentes del Club que utilizará en sus acciones promocionales y su página web a Málaga Valley como ejemplo de ubicación española en la que se ha creado un ecosistema de innovación para atraer inversiones tecnológicas.

El presidente del Club Málaga Valley, Javier Cremades, incidió en que ambas marcas son «aliadas» y que a partir de ahora se establecerán cauces de colaboración para «fortalecernos mutuamente». Por su parte, el alcalde, Francisco de la Torre, declaró que la sinergia entre la Marca España y Málaga Valley «es muy natural», ya que «si nosotros trabajamos bien, reforzamos la marca España, y si ellos trabajan bien, nos ayudan a nosotros».

Espinosa de los Monteros fue el principal protagonista de la reunión de presidentes del Club Málaga Valley, desglosando en su ponencia los puntos fuertes y débiles de la imagen de España. Una imagen que, según los estudios realizados por el Alto Comisionado, es «buena o muy buena» en los países del G-20, Oriente Medio, Europa del Este y Latinoamérica; pero «casi inexistente» en Asia, donde sólo se conoce a España por sus éxitos deportivos. Sólo hay un país donde esa imagen es «claramente negativa»: España. El que fuera presidente de Iberia y Mercedes Benz España insistió en la idea de que los españoles no son conscientes de «lo mucho que se ha desarrollado su país», que hoy es «un referente» en ámbitos como las infraestructuras, la gastronomía y la moda. «Los españoles han perdido, si es que alguna vez la tuvieron, esa buena imagen y ese orgullo que la mayoría de países tienen de sí mismos. Y es algo que cuesta recuperar», afirmó.

El director de Marca España desglosó los atributos a los que se pretende asociar España en el horizonte 2020: el binomio tradición-modernidad, el de solidez-solidaridad, el tener lazos a la vez con Europa y América, la diversidad y la fiabilidad. Y reconoció que el más difícil de lograr es el último, dado que ahí «tenemos un déficit los países latinos».

En este sentido, destacó que Málaga Valley «es una iniciativa que precisamente transmite esta imagen: la un país moderno, donde se pueden fabricar productos que no tengan nada que envidiar». También señaló el «debe»: «A la marca Málaga le falta antigüedad, publicidad y un mayor prestigio de su Universidad», afirmó. Javier Cremades coincidió con él en que «Málaga ha dado pasos de gigante, pero tiene que seguir trabajando», mencionando la necesidad de que la UMA siga creciendo «con ambición» y de continuar atrayendo 'startups' o capital para 'startups'.

La breve intervención de Conchita Galdón, responsable del Espacio de Emprendimiento e



**VÍDEO**  
Participantes en la reunión de presidentes del Club, en el camino desde el Ayuntamiento hasta el Cine Albéniz. / Carlos Moret



Innovación de IE Business School, incidió en la necesidad que tiene Málaga de «importar

emprendedores» y brindó un llamativo concepto: 'startup paradise' (paraíso para empresas emergentes), que ya usa Hawai. «Si tienes sol, playa, cervezas, Internet e infraestructuras de transporte... ¡eres un 'startup paradise', aprovéchalos!», exclamó.

El director internacional de Indra, Íñigo de Palacio, añadió que si su compañía ha elegido Málaga para tener un centro de desarrollo de software con 400 empleados es porque «aquí se encuentra talento». El director del PTA, Felipe Romera, confirmó que ahora son empresas medianas de países europeos las que están tomando el relevo de las multinacionales para implantarse en la tecnópolis, con el ahorro de costes y la calidad de vida como principales razones. «Nos faltan los emprendedores, esperemos que sean los siguientes», afirmó. Finalmente, José Vicente Astorga, adjunto a la dirección de Diario SUR, habló de Málaga Valley como nuevo capítulo en la «historia de éxito de la Costa del Sol».



#### ¿Soltero y mayor de 40?

Te aseguramos personas afines a ti. Test de Afinidad GRATIS.

[www.eDarling.es](http://www.eDarling.es)



#### ¡Ven a PortAventura!

Oferta 20 Aniversario, Hotel + Entradas hasta el 50% dto.

[www.portaventura.es](http://www.portaventura.es)



#### MX Active de Svenson

¡Aumenta la densidad de tu pelo!

[www.svenson.es](http://www.svenson.es)



#### TU HIPOTECA BBVA, ¡AHORA!

Los pisos se mantienen, el euríbor baja. PÍDELA YA

[www.bbva.es](http://www.bbva.es)

# SUR

© Diario SUR Digital, S. L.

ISSN 2173-0261. Registro Mercantil de Málaga, Tomo 1626, Libro 539, Folio 13, Sección 8, Hoja 19333, Inscripción 1ª C.I.F.: B48583579 Domicilio social en Málaga, Av. Dr. Marañón, 48 Correo electrónico de contacto [surdigital@diariosur.es](mailto:surdigital@diariosur.es)

Copyright © DIARIO SUR DIGITAL, S.L. - Málaga. Incluye contenidos de la empresa citada, del medio SUR, El periódico de Málaga y, en su caso, de otras empresas del grupo de la empresa o de terceros.

**EN CUALQUIER CASO TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS:**

Queda prohibida la reproducción, distribución, puesta a disposición, comunicación pública y utilización total o parcial, de los contenidos de esta web, en cualquier forma o modalidad, sin previa, expresa y escrita autorización, incluyendo, en particular, su mera reproducción y/o puesta a disposición como resúmenes, reseñas o revistas de prensa con fines comerciales o directa o indirectamente lucrativos, a la que se manifiesta oposición expresa.