Número 5
Julio 2016

innovación

Periódico del **sector tecnológico** de Málaga

Mensual
Publicación gratuita
@_Innovacion_

Accenture creará más de 500 nuevos puestos en los próximos tres años

INNOVACIÓN || Málaga

El centro de trabajo de Accenture en Málaga ha acumulado de forma sostenida durante los últimos dos ejercicios un crecimiento de plantilla del 30%. La compañía prevé que en un plazo de dos a tres años su fuerza laboral en la ciudad supere los 1.500 empleados –tiene cerca de mil en la actualidad–. Incluso existe la posibilidad de que se acerque a los 2.000 puestos. Así lo ha anunciado Jaime Mata, responsable de la oficina malagueña del Centro de Desarrollo de Accenture en España, en una entrevista a INNOVACIÓN. La compañía se encuentra en plena fase expansiva de sus instalaciones en el Parque Tecnológico de Andalucía. Hace poco más de un año abrió nuevas instalaciones en un segundo edificio que está ocupando por fases. Desde entonces ha creado 250 puestos adicionales en tres etapas. La próxima expansión se producirá a lo largo de este otoño. El sistema de reclutamiento de la multinacional se centra en la identificación y captación de talento sin experiencia. Es la propia empresa la que posteriormente le da la formación que necesita para realizar su trabajo. La gran mayoría de sus empleados son titulados universitarios y en Fromación Profesional. El centro de trabajo de Málaga está identificado como una de las localizaciones de mayor crecimiento de la firma en España.

Págs. 4-5

La primera edición malagueña del programa formativo para 'start-ups' de Tetuan Valley ha contado con 29 participantes. / Innovación

La Start-up School de Tetuan Valley llega a Málaga

INNOVACIÓN || Málaga

La prestigiosa Start-up School de Tetuan Valley acaba de realizar su primera edición en Málaga. Han participado 23 emprendedores tecnológicos que han creado diez proyectos empresariales distintos. En seis sesiones han recibido formación sobre cómo poner en marcha una *start-up*, establecer un modelo de negocio viable y consolidar sus procesos y productos finales. El éxito de la iniciativa garantiza nuevas ediciones del programa.

Págs. 2-3

Un nuevo máster propio en 'big data' une a la Universidad con las grandes empresas del sector

Pág. 7

La multinacional CGI aumenta plantilla e instalaciones

Pág. 11

INNOVACIÓN no se publica en agosto.

Volveremos en **SEPTIEMBRE**.

Matt Brezina durante la charla que mantuvo con los participantes en el programa formativo para emprendedores tecnológicos. / Innovación

La Start-up School de Tetuan Valley llega a Málaga para quedarse

La primera edición del prestigioso programa de instrucción para emprendedores tecnológicos ha contado con cerca de 30 participantes

INNOVACIÓN || Málaga

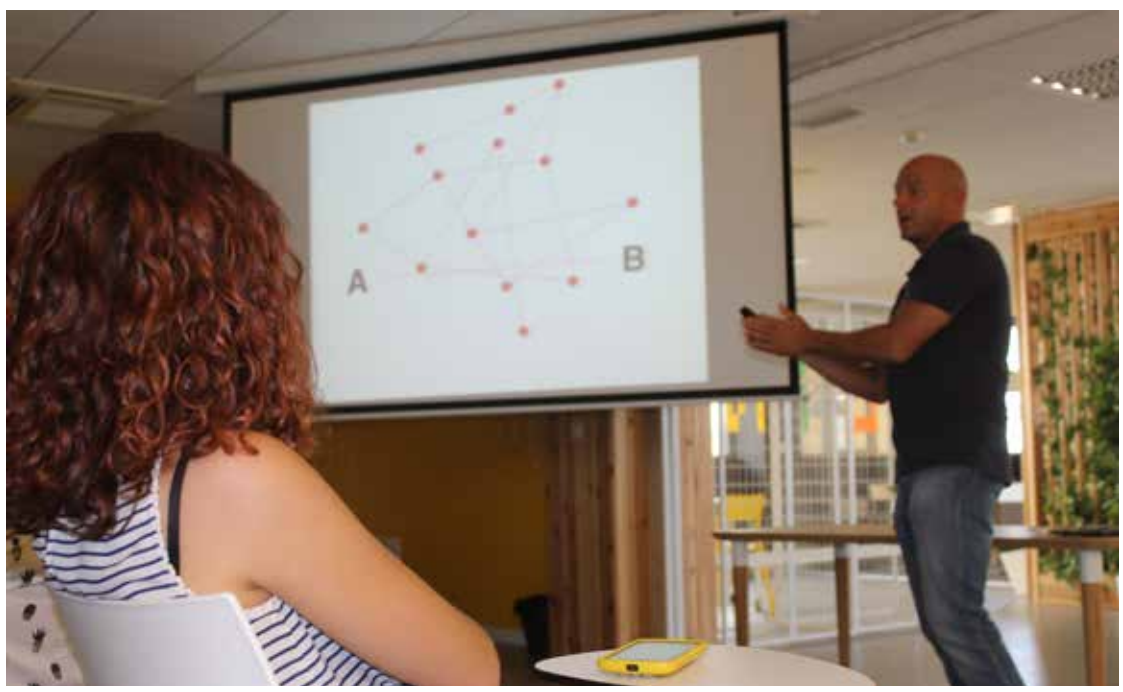
"Hace diez años, yo estaba donde vosotros estáis ahora". Matt Brezina es ingeniero electrónico por la Universidad de Pensilvania. Inició su tesis doctoral como resultado de sus investigaciones en el Centro de Vuelo Espacial Goddard de la NASA y la abandonó para fundar su propia *start-up*. Es cofundador y miembro del consejo de administración de Xobni, adquirida por Yahoo; y cofundador y CEO de Sincerely, adquirida por Provide Commerce. Ha sido uno de los mentores de la primera edición de la Start-up School de Tetuan Valley en Málaga. Se trata de un programa en el que los participantes reciben formación sobre cómo sacar adelante la *start-up* que han concebido y que aún se encuentra en fase embrionaria.

La inquietud por emprender un negocio está en auge. La crisis económica ha sentado las bases de un cambio de mentalidad. Comienza a quedar atrás la idea de desarrollar la vida laboral en un único empleo o la de la búsqueda de la estabilidad en una plaza de funcionario para toda la vida. Cobra fuerza la determinación del emprendedor. Y lo hace especialmente en el ámbito de las nuevas tecnologías y la innovación. Su caladero se encuentra en las escuelas de las distintas ingenierías; y su cantera, en laboriosas incubadoras y en programas de aceleración de empresas como la Start-up School de Tetuan Valley, una comunidad de emprendedores tecnológicos surgida en Madrid.

Ecosistema propicio

Karel Escobar es uno de sus miembros y ha trabajado en la puesta en marcha de la primera edición de esta escuela para jóvenes emprendedores de perfil tecnológico. "El año pasado vine a Málaga a un evento y pude comprobar que aquí se daba el ecosistema propicio para el nacimiento y crecimiento de *start-ups*", explicó. Hace unos meses comenzaron a pensar en cómo llevar el programa a otras ciudades y se pusieron en contacto con la Universidad de Málaga y con miembros de la comunidad tecnológica malagueña. La primera edición, realizada en el espacio Link by UMA en The Green Ray, ya es una realidad.

El número de solicitudes para participar en el programa de Tetuan Valley fue de 23 proyectos. El proceso de selección dejó el número de participantes en diez iniciativas integradas por 29 personas. El perfil de los emprendedores es técnico, la mayoría de ellos son ingenieros, la diversidad sexual es un hecho y son jóvenes, con una media de edad que ronda los 27 años frente a los 35 años que son habituales entre los alumnos de la Start-up School de Tetuan Valley de Madrid, que ya cuenta con 14 ediciones desde que arrancó su primer programa en 2009. El principal objetivo de esta iniciativa es acelerar el proceso de creación de la *start-up* y hacerlo de una forma que dé viabilidad a la empresa. Cada iniciativa es analizada y puesta bajo una lupa. Se consolidan las fortalezas, se dan soluciones a las debilidades y, una de las cuestiones más importantes según apuntó uno de los mentores –Nando Sola–, se les da herramientas para enfrentarse a una de las cuestiones capitales en el arranque de una *start-up*, la gestión de la incertidumbre. "Es difícil enseñar cómo sacar adelante una *start-up*", apuntó Brezina. "Pero se pueden exponer las oportunidades para que abran los ojos y digan *esto es posible*", abundó el emprendedor norteamericano.



Juan Leal impartió una ponencia sobre la experiencia de usuario. / Innovación

Sola: "La gestión de la incertidumbre es vital para que sobreviva el proyecto"

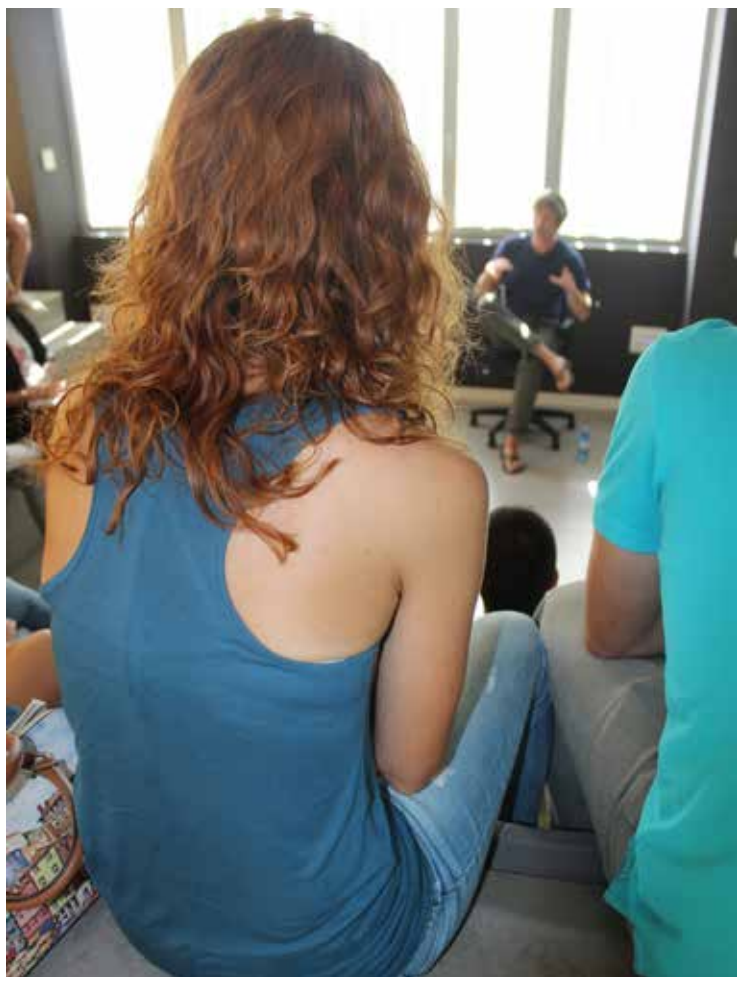
Brezina: "Hay que hablar con los clientes a diario, conocer al equipo y trabajar"

Cuatro reglas

En declaraciones a INNOVACIÓN, Brezina señaló qué se debe hacer y qué no a la hora de poner en marcha una *start-up*. Entre las primeras reglas señaló tres: la primera consiste en hablar con los clientes todo el tiempo; la segunda, iniciar los proyectos de emprendimiento con gente a la que se conozca bien y con la que ya se haya trabajado antes; y la tercera, comenzar de inmediato, sin esperar. Como regla de lo que no se debe hacer, sólo apuntó una: no iniciar una relación de empresa con un cofundador o un inversor en el que no se confíe. Nando Sola es un desarrollador de *software* independiente, cofundador de Smart

City Soutions and Electric Mobility y ha trabajado previamente en empresas de la envergadura de ITRS y Sun Microsystems. Sola puso de relieve la importancia de rodearse de un buen equipo en el que cada integrante tendrá que asumir un rol con independencia de que el que asuma cada uno sea o no el que más le interese: "Un mal equipo genera un mal producto".

Otros mentores que también aportaron su experiencia a los participantes fueron Juan Leal, un referente a nivel nacional en cuanto a experiencia de usuario y que cuenta con 15 años de experiencia en el desarrollo de productos tecnológicos, y Manuel Gutiérrez, fundador de la exitosa *start-up* Resultados de fúbtol. El vicerrector de Innovación de la Universidad de Málaga y responsable del espacio Link by UMA señaló que habrá más ediciones porque la iniciativa responde a la filosofía Link y ha sido un éxito. "La red de conectividad que ofrece Tetuan Valley para los participantes es uno de nuestros objetivos", dijo Ventura. "En Málaga faltaba un programa que pusiera a todos estos actores en contacto entre sí", explicó Escobar. "Trabajé duro y puse empeño en estar en el lugar adecuado", ilustró Brezina.



Brezina: "Tuve suerte porque trabajé duro". / Innovación

¿Qué es una 'start-up'?

Start-up es, literalmente, una empresa de nueva creación. Sin embargo, lo que hoy se entiende como tal dista mucho de un concepto tan genérico como el que expresa de forma literal. Si bien es cierto que se trata de una compañía que da sus primeros pasos, las *start-ups* comparten ciertas características que no se encuentran en otras empresas. La principal es que cuenta con un perfil muy tecnológico, tanto en sus fundadores, como en sus medios de producción y su producto final. Esta característica las dota en la actualidad de un alto potencial de crecimiento y, en ocasiones, de un modelo de negocio escalable. Sin embargo, a veces no hay modelo de negocio claro y, aún así, adquieren un gran valor de mercado (como son el caso de Twitter o Instagram). Otra de sus particularidades es que sus costes de desarrollo son bajos y su financiación procede del entorno y de inversores.

El desarrollador Nando Sola advirtió de la idoneidad de rodearse de un buen equipo. / Innovación

"Esta clase de formación no se encuentra en ningún otro sitio"

Los asistentes aceleran el desarrollo de sus ideas de negocio y lo validan con mentores experimentados

INNOVACIÓN || Málaga

La primera edición de la Start-up School de Tetuan Valley en Málaga ha contado con cerca de una treintena de participantes integrados en diez proyectos distintos. La media de edad no llega a los 30 años, son jóvenes, decididos y quieren comerse el mundo. Antes tienen que aprender a cocinarlo y eso es lo que han hecho en este programa formativo enfocado en la puesta en marcha de empresas emergentes de contenido tecnológico. En la mente de todos está Apple, Microsoft, Google, Facebook y todas las que empezaron como *start-ups*. Pero, con los pies en el suelo, el éxito comienza con una buena idea, con altas dosis de perseverancia y trabajo bien hecho.

Reciben formación durante seis sesiones semanales, los jueves de 5 a 9 de la tarde. El ambiente es distendido y existe un diálogo abierto entre los mentores que acuden a impartir su experiencia y los alumnos de los proyectos seleccionados para participar en el programa. Algo común a todos los participantes es la pasión que ponen en lo que hacen y la seguridad con la que explican su proyecto y su modelo de negocio. *Whispers Life* es una idea que aprovecha el enorme tirón del que disfruta desde hace años la industria del entretenimiento, un sector en auge en el que no todo está hecho aunque pueda parecer lo contrario. Sus promotores son cuatro estudiantes de márketing con edades comprendidas entre los 20 y los 22 años. Su proyecto consiste en la organización de conciertos para grupos reducidos y en espacios privados ajenos a las salas del circuito musical habitual.

Conciertos a ciegas

"Son actuaciones a ciegas con artistas locales, los clientes sólo conocerán el lugar y la hora", explica Marina Aneas. Los espectadores pagarán por la asistencia y la compañía los encontrará y atraerá a través de campañas de márketing en las redes sociales. Otro de los integrantes del equipo, Nacho Martín, ya tiene experiencia en otra start-up –Invertech, que aplica la realidad virtual a la psicología y la sexología– y señala que la experiencia de formar parte de la Start-up School de Tetuan Valley les permite validar el proyecto de forma realmente acelerada y les abre los ojos a posibles nuevas líneas de negocio. Su compañera María Araújo destaca los contactos que el programa formativo les está permitiendo hacer.

> La media de edad se sitúa cerca de los 30, aunque los hay con sólo 20 años
>
> "Validamos nuestro modelo y encontramos nuevas líneas de negocio"

Ana Isabel Ferrer es ingeniera mecánica y tiene 25 años; su hermano Gabriel tiene 20 y estudia podología. Su proyecto se llama KMix Box: sus clientes serán suscriptores por e-commerce y cada mes recibirán una caja con productos coreanos que en Occidente son difíciles de encontrar y que tienen precios muy altos. "Realicé un año de estudios en Corea por mi cuenta y de ahí surgió la idea: todo lo coreano está de moda, hay un gran mercado sin explotar que se reúne por sí mismo en las redes sociales; y productos como un cosmético de gran demanda en Europa por 70 euros, allí cuesta tres", explica Ana Isabel. "La formación que recibimos aquí no se encuentra en ninguna parte", concluye.

Jaime Mata ha desarrollado toda su carrera profesional con la consultora internacional Accenture. / Innovación

"Accenture Málaga creará más de 500 puestos a lo largo de tres años"

Jaime Mata, responsable del centro de Coritel en el PTA: "Acumulamos un crecimiento sostenido del 30% durante los últimos dos ejercicios"

INNOVACIÓN || Málaga

Jaime Mata Iriondo (Algorta, 1972) es el responsable de la oficina malagueña del Centro de Desarrollo de España de Accenture. Estudió Ciencias Matemáticas en la Universidad del País Vasco. Finalizados sus estudios, entró en la plantilla de Coritel, filial de la entonces Andersen Consulting, hoy Accenture. Se unió a la compañía mediante la fórmula de reclutamiento habitual de esta multinacional: "Una de las principales formas de crecimiento que tenemos es a través de personas sin experiencia. La formación que necesitas te la dan o la adquieres trabajando."

–La empresa identifica talento, lo capta y lo forma en función de sus intereses.

–Así lo hacemos. Yo empecé de programador, para lo que hice una serie de cursos que me dio la empresa. La compañía se nutre de talento, gente con ganas y pasión por la tecnología. A partir de ahí, todo se puede aprender.

–¿Cómo llega a Málaga?

–Tras varios años trabajando en varios proyectos para diferentes clientes, entré en un proyecto de colaboración con SAP, una empresa alemana que ofrece a sus clientes un producto muy potente para la gestión de RRHH, compras, contabilidad, etc. Un tercio de las personas que trabajan en nuestro centro de Málaga, lo hace en SAP. Llegué a Málaga para realizar un proyecto y me quedé. Fue la primera vez que trabajé en un centro de desarrollo nuestro y no en casa del cliente. De hecho, en España fuimos pioneros: el de Málaga y el de Madrid eran los únicos centros de desarrollo de Accenture en los que se trabajaba en nuestras propias instalaciones y no en las del cliente. Málaga nació en 1998.

–¿Trabajan para SAP?

–Tenemos una relación de colaboración con SAP, que nos ha identificado como implementadores. Hemos trabajado –y lo seguimos haciendo– con SAP en el desarrollo de parte de su producto. En Málaga tuvimos un proyecto de dos años en el que desarrollamos un módulo financiero de SAP. En cualquier caso, el 90% de lo que hacemos en SAP es implementación y mantenimiento para terceros.

"La multinacional superará los 1.500 empleados en Málaga hacia el año 2019"

–¿Qué se hacía en Málaga entonces?

–En aquel momento se trabajaba en Málaga para muchos clientes norteamericanos. Cuando llegué había unas cien personas y ahora hay cerca de mil.

Localizaciones

–¿En qué otras localizaciones tiene Accenture oficinas en España?

–El centro de España tiene presencia en siete ciudades. Madrid, Barcelona y Bilbao son las ciudades en las que se encuentra el mayor volumen de clientes. Más allá estamos en Zaragoza y Valencia; y finalmente, Málaga y Sevilla como las localizaciones de mayor crecimiento.

–¿Quiere decir donde más está creciendo la empresa en la actualidad?

–Sí. Es una cuestión estratégica, hemos determinado que Madrid y Barcelona forman nuestra capa de cercanía al cliente; y localizaciones como Málaga y Sevilla forman nuestra capa de crecimiento. Aquí se puede encontrar mucho talento. La gran mayoría procede de la Universidad o de Formación Profesional. Hace unos dos años, aún en lo peor de la crisis, empezamos a ver cierta reacción del mercado y empezamos a tener crecimiento. Fruto de eso es nuestra reciente ampliación en mayo de 2015 con un segundo edificio que nos sirve de expansión y que estamos ocupando por fases. Hemos abierto unos 250 puestos adicionales en tres etapas y ya estamos trabajando en la próxima expansión que en otoño. Tenemos perspectivas de crecimiento continuado y progresivo.

"El 80% de nuestros clientes españoles son empresas del IBEX"

–¿Qué previsiones tienen?

–El año pasado tuvimos un crecimiento de empleo del 30%. Y esperamos otro 30% este año. Estamos con un crecimiento anual sostenido del 30%. De aquí a dos o tres años, las expectativas están en pasar de los 1.500 y quizá acercarnos a los 2.000.

–Son muy buenas cifras.

–Claro, piense que hace dos años veníamos de menos de 700. Y en Sevilla también estamos creciendo mucho. Este año hemos tenido que cambiar de ubicación nuestras instalaciones de Sevilla y nos hemos mudado a la Cartuja con 300 puestos. Gracias al trabajo que hemos hecho, en los últimos años hemos conseguido poner a Málaga en el mapa interno de Accenture. Somos una compañía en la que trabajan 380.000 personas en 120 países y que tiene un centro de desarrollo en India con más de 100.000 personas. En los últimos años nos hemos movido entre el número 1 y el 2 del ránking interno de industrialización. Estamos en el *top* y no sólo una vez, sino sostenidamente. Le pongo otro ejemplo, estamos identificados por Defensa de EEUU entre los diez mejores proveedores del mundo en el cumplimiento de sus estándares más exigentes. Fuimos, en 2003, la primera empresa en España en conseguirlo.

Defensa EEUU

–¿Eso está vinculado al Centro de Desarrollo de toda España o sólo Málaga?

–Al centro de España. Pero su motor es Málaga. Somos casi el 40% de todo el centro y, además, el equipo interno que articula ese programa de mejora continua está en Málaga. No obstante, dentro de la organización de la compañía no hacemos distinciones. En España somos más de 9.000 personas.

–La visibilidad de Málaga dentro de la empresa es buena.

–Dentro de la casa se la valora como una opción seria cuando hay un proyecto importante o complejo.

–¿Y de cara a los clientes?

–Tenemos una media de dos visitas de clientes a la semana. Hace unos días nos visitó una importante empresa del sector del petróleo para la que estamos trabajando en un proyecto de desarrollo de su área comercial y logística.

–¿De dónde son los clientes con los que trabaja Málaga y a qué sectores pertenecen?

–El 70% son españoles y el resto son principalmente europeos. En cuanto a la segunda parte de la pregunta, cada uno de nuestros centros trabaja para todos los sectores, nacimos con esa vocación. Por ejemplo, trabajamos para el 80% de las empresas del IBEX –el índice bursátil es-

"Reclutamos talento sin experiencia para que se formen con nosotros"

"Hemos posicionado Málaga en el mapa interno de Accenture gracias a un trabajo bien hecho". / Innovación

pañol de referencia–, compañías de telecomunicaciones, grupos de comunicación, empresas de alta tecnología, todas las administraciones públicas, banca, aseguradoras, explotación de recursos naturales –tales como el sector eléctrico y el petróleo–, industria de automoción, viajes –cadenas hoteleras, transporte de viajeros–, empresas de construcción, etc.

–¿La relación de Accenture con estos clientes es de un proyecto con principio y fin con independencia de que pueda surgir una nueva colaboración futura o se trata de una relación sostenida en el tiempo con diferentes programas?

–Hacemos dos tipos de trabajo: construcción de un programa, de una aplicación o de un sistema; y mantenimiento de los sistemas existentes. Lógicamente, los mantenimientos tienen una mayor duración en el tiempo, pueden llegar hasta los diez años. Esto nos permite establecer una buena relación con el cliente. Tenemos clientes para los que trabajamos de forma continua desde hace más de 20 años y otros con los que colaboramos en proyectos aislados y de forma repetitiva.

Proyectos

–¿Cuáles son los proyectos más relevantes en los que ha colaborado el centro de Accenture de Málaga?

–Realizamos proyectos para nuestros clientes que tienen visibilidad externa –como sucede con la aplicación de venta de billetes de transporte de viajeros– y hacemos otras muchas cosas que sólo tienen visibilidad interna, dentro de la casa del cliente. Como proyectos vivos, podríamos citar la *web* de reservas de una importante cadena hotelera española con presencia internacional; y como iniciativas pasadas tenemos credenciales tan interesantes como la de haber hecho uno de los módulos del sector bancario del paquete de SAP; y esto lo hicimos en el momento en el que SAP evolucionó hacia un nuevo lenguaje de programación interno que está orientado a objetos y que hoy ya se usa de forma muy extendida; fue el primer proyecto en el que trabajamos con este nuevo lenguaje de programación y lo hicimos con ellos. Nuestra colaboración con una compañía de transporte de viajeros también ha sido muy importante, les hemos ayudado a renovar todos sus canales de venta.

–Hablamos de Accenture todo el tiempo, pero también está Coritel. ¿Qué es Coritel de Accenture?

–El grupo Accenture adoptó este nombre en 2001, anteriormente tenía la denominación de Andersen Consulting. Coritel es una empresa española de capital cien por cien Accenture. Nació en 1984. La que entonces era Andersen Consulting dedicó esta nueva empresa en España a labores de programación y la matriz continuó como responsable de los trabajos de consultoría para los que nació.

"Este centro está en el 'top' de las oficinas de desarrollo de la compañía"

"El triángulo mágico PTA–Universidad–Aeropuerto ha crecido con el AVE"

Avanade

–En Málaga es Coritel.

–Es Coritel, que pertenece a Accenture. Adicionalmente, en Málaga tenemos otra empresa que es Avanade, una *joint-venture* –una iniciativa de colaboración– entre Accenture y Microsoft a nivel mundial para la implantación y desarrollo de tecnologías Microsoft. Lleva más de diez años en Málaga. Es para todas las tecnologías Microsoft que Accenture quiera implementar. Microsoft comenzó en el entorno Visual Basic, hoy trabaja en el entorno .NET. Accenture potencia con Avanade – no con Coritel– los productos de la gama Microsoft.

–¿La actividad principal de Accenture en Málaga es la programación?

–Como comentaba antes, tenemos dos vertientes: implantación de sistemas y su mantenimiento. Pero la programación no se limita a un desarrollador de *software* que escribe líneas de código. Colaboramos con el cliente en la planificación de lo que necesita y para esto es necesario tomar en consideración las particularidades de cada cliente y también las de su organización. La suma de todo es el trabajo de programación que desarrollamos.

–La compañía abrió hace tres meses Accenture Interactive, también en el PTA, con 30 empleados que serán 150 en dos años.

–Se trata de una nueva división, que no depende de mí. Accenture compró una empresa de Costa Rica de producción de contenidos digitales y que trabajaba principalmente para el mercado norteamericano. La compañía decidió abrir un centro de esta nueva división en Europa, se estudiaron diversas localizaciones y finalmente se instalaron aquí.

–¿Por qué Málaga?

–Sus grandes atractivos son el clima, la calidad de vida, el talento, la Universidad, el AVE, el aeropuerto... Nosotros llamamos *el triángulo mágico* al aeropuerto, el PTA y la Universidad. Gracias a este triángulo se impuso la opción de Málaga cuando abrimos aquí en 1998. Y este triángulo es cada vez más potente porque tiene el AVE, tiene el puerto y más cosas. Y esto sigue atrayendo empresas. En esta nueva línea que es Accenture Interactive se concentra actividad digital en cuanto a *webs* de comercio electrónico, móviles, *analytics* y estas tecnologías de las líneas de las llamadas nuevas IT. Complementan lo que hacemos nostros.

–Accenture forma parte del Clúster de Sistemas Aeroespaciales de Málaga. ¿Qué actividad desarrolla la empresa en Málaga para este sector?

–Trabajamos para una de las compañías tractoras de esta industria. Desarrollamos y mantenemos diferentes sistemas, aunque no puedo dar más detalles.

Inteligencia artificial

–Accenture anunció en mayo el inicio de una colaboración con IPsoft, la compañía responsable de la plataforma de inteligencia artificial Amelia.

–Creemos que se está produciendo la cuarta revolución industrial, la automatización inteligente. Es más que un robot, es con inteligencia. Estamos trabajando con la plataforma Amelia de IPsoft, así como con otra gran compañía del sector.

–¿Cuántas personas trabajan en Málaga para estos proyectos?

–No hay un departamento dedicado a ello. Son grupos reducidos. Todo esto es muy reciente. Para la plataforma Amelia, por ejemplo, fuimos a Nueva York en mayo para iniciar esta colaboración. De momento, en Málaga estamos trabajando dos personas para este proyecto. En la actualidad estamos desarrollando un prototipo para que la plataforma sea capaz de atender peticiones.

"La compañía trabaja para todos los sectores productivos, nacimos con esa vocación". / Innovación

Instalaciones de la compañía Premo en el Parque Tecnológico de Andalucía. / Innovación

La compañía Premo, finalista de los premios Alas a la internacionalización

La firma, especializada en la fabricación de componentes electrónicos, cuenta con un centro de I+D en el recinto de la tecnópolis malagueña

INNOVACIÓN || Málaga

El jurado provincial de Málaga de los Premios Alas a la Internacionalización de la Empresa Andaluza eligió el pasado 9 de junio como finalistas de su XIII edición a las empresas Premo, Sigfrido y Arggido, que competirán por el galardón final regional con las empresas que han sido seleccionadas en este proceso en el resto de provincias durante junio.

Organizados por la Consejería de Economía y Conocimiento, a través de Extenda-Agencia Andaluza de Promoción Exterior, los Premios Alas tienen como principal objetivo reconocer la labor de las empresas andaluzas en los mercados internacionales, así como estimular al resto del tejido productivo de la comunidad para que inicie su proceso de internacionalización como un elemento más de su actividad económica.

Son empresas que representan al sector exterior de Málaga, que sumó en 2015 su tercer año consecutivo de crecimiento y marcó su récord en exportaciones gracias a un crecimiento del 8,4%, casi el doble del crecimiento medio de España y el tercero más alto de Andalucía, que le llevó a sumar más de 1.762 millones de euros. Durante el primer trimestre de 2016, las exportaciones de Málaga alcanzaron los 477 millones de euros, lo que supone un incremento del 6% con respecto al mismo periodo del año anterior. Las tres empresas finalistas de los Premios Alas en la provincia de Málaga han sido Sigfrido, en la modalidad de 'Iniciación a la Exportación'; Arggido, en la de 'Empresa Exportadora', y Premo, en 'Implantación Exterior'. Las ganadoras a nivel regional se conocerán tras la reunión del jurado principal en el mes de julio.

La modalidad de 'Iniciación a la Exportación' reconoce los méritos de aquella empresa que, habiendo iniciado su actividad internacional en los últimos tres años, haya demostrado una actividad dinámica y positiva en este proceso. Sigfrido, fundada en 2013, comercializa 2,5 millones de kilos de fruta al año, sirviendo un producto *ready-to-eat*, reclamado por deportistas y restaurantes, que exporta a Francia, Holanda, Reino Unido e Italia. En la categoría de 'Empresa Exportadora' ha sido elegida J. Arggido S. L. Esta modalidad premia la consolidación internacional en los últimos cinco años atendiendo, entre otros factores, al peso de la cifra de exportación en la facturación total y a la apertura de nuevos mercados. Arggido trabaja bajo la marca Carla Ruiz y se dedica al diseño, fabricación y comercialización de prendas de vestir para mujer, que están disponibles en los almacenes de 35 países. Facturó casi 8 millones de euros en 2015, de los que el 52% provino de la exportación.

Implantación exterior

Por último, la modalidad de 'Implantación Exterior', reconoce la labor de aquellas empresas que, en el desarrollo de su proceso de internacionalización, se hayan establecido en otros países a través de filiales. La finalista en esta categoría ha sido Premo, con 45 años de experiencia y líder internacional en la fabricación de componentes inductivos, es uno de los mayores exportadores españoles de componentes electrónicos y de antenas RFID de baja frecuencia. Emplea a más de 800 trabajadores y tiene una red de representantes en más de 35 países, con filiales en China, Marruecos, Vietnam, Corea del Sur, India y Francia. Premo cuenta con un Centro de I+D en el Parque Tecnológico de Andalucía.

Una vez conocidas todas las empresas finalistas en cada una de las provincias, corresponderá al jurado principal de los Premios Alas designar a las ganadoras a nivel regional en cada una de las categorías. Esta decisión tendrá lugar a lo largo del mes de julio.

Este jurado principal se encargará también de elegir a las empresas ganadoras en las modalidades de 'Ecommerce Internacional' y de 'Trayectoria Internacional'. La primera de ellas, nueva categoría estrenada en la pasada XII edición, está orientada a reconocer el uso planificado y sistemático del comercio electrónico, así como de otros canales de promoción y comunicación, como los medios sociales, en el desarrollo de la actividad en el exterior. Los Premios Alas carecen de dotación económica y están impulsados por la Agencia Andaluza de Promoción Exterior Extenda.

La empresa cuenta con 800 empleados y tiene presencia en 35 países

Málaga: comercio exterior

Según datos de Extenda, en primer trimestre de 2016, las exportaciones de Málaga alcanzaron los 477 millones de euros, lo que supone un incremento del 6% con respecto al mismo periodo del año anterior. La provincia presentó un saldo comercial positivo de 22 millones de euros con una tasa de cobertura que fue del 105%. Con estos datos, Málaga es la sexta provincia por valor de las exportaciones, copando el 7,6% del total de las que realiza la comunidad autónoma. En 2015 encadenó su tercer año consecutivo de crecimiento y marcó su récord en exportaciones gracias a un crecimiento del 8,4%, casi el doble del crecimiento medio de España y el tercero más alto de Andalucía, que le llevó a sumar más de 1.762 millones de euros

Por productos, Málaga exportó a lo largo de los tres primeros meses de 2016 principalmente frutas (18,3%), aceite de oliva (13,8%) y aparatos y material eléctrico (12,1%). Francia fue el principal destino al que llegaron los productos de las firmas malagueñas exportadoras, con el 18,5% del total y un incremento del 21,2% con respecto al mismo período del año anterior; seguido de Italia, con el 9,2%; y Estados Unidos, con el 8,4% y un crecimiento del 55% con respecto al primer trimestre de 2015.

En 2015, un total de 814 empresas exportadoras regulares de Málaga exportaron por valor de 1.550 millones de euros. Estas empresas representaron el 18,3% sobre el total de las empresas exportadoras malagueñas, y sus exportaciones, el 88% sobre el total de la provincia.

El taller introductorio al máster se celebró en Link by UMA a fin de junio y contó con más de 60 inscritos. / Innovación

La UMA impartirá el próximo curso un máster propio en 'big data'

La programación del nuevo título se ha desarrollado conjuntamente con las principales empresas del sector para atender necesidades reales

INNOVACIÓN || Málaga

La Universidad de Málaga impartirá el próximo curso académico un máster propio en *big data*. Se llamará *Master in Advanced Analytics on Big Data*, máster en análisis avanzado de *big data*. El plazo de preinscripción se encuentra abierto y se prolongará hasta el próximo 18 de septiembre. Las clases comenzarán en octubre.

Esta titulación propia de la UMA cuenta con una característica muy particular. "Enseñamos a las empresas el prediseño del máster con la colaboración del PTA", explicó Víctor Muñoz, vicerrector de Proyectos Estratégicos de la UMA. Estos contactos han dado como fruto que la formación que recibirán los masterandos estará alineada con las necesidades reales de las grandes empresas que trabajan con *big data* y que cuentan con centro de trabajo en Málaga.

José Aldana, catedrático de Lenguajes y Sistemas Informáticos y responsable del grupo de investigación Khaos, es el director del máster: "Está orientado a las necesidades de las empresas y a la empleabilidad de los alumnos". El catedrático confirmó que la puesta en marcha de esta nueva titulación está impulsada por la gran demanda que existe de profesionales del análisis y la gestión de grandes flujos de información. "Contará con dos especializaciones: *data scientist*, científico de datos, con un enfoque más académico, se centra en los algoritmos, muchas matemáticas y análisis estadístico; y una segunda especialidad de desarrollo de aplicaciones con *big data* que es la que tiene ahora más demanda en el entorno local", explicó Aldana sobre los contenidos que se impartirán. Las empresas malagueñas con las que ha contactado el máster han mostrado un gran interés, según indicó Aldana.

Prácticas en el PTA

"Hemos contactado con 15 empresas y ya nos han mostrado su predisposición a aceptar hasta 60 alumnos en prácticas", explicó el catedrático. Eso es más del doble del número de alumnos para los que se ha diseñado la programación, lo que es una muestra evidente de la gran demanda que existe en el mercado para captar talento con formación en el campo de los *big data*. Varias empresas ofrecerán contenidos a lo largo del máster en aquellas áreas en las que tienen especial interés, aunque esos módulos –que aún se están negociando con las empresas– no formarán parte de la programación del título. A fin de junio se realizó un taller introductorio al máster para el que se inscribieron más de 60 personas. Este campo no sólo suscita interés entre ingenieros, Inmaculada Gallego, profesora de Márketing de la UMA, señaló que los *big data* abren un nuevo espacio y que son una herramienta "fundamental".

Récord en el número de titulados en Informática: más de 750 alumnos

La próxima extinción de los planes de estudio antiguos ha provocado que los más rezagados se apresuren. El resultado ha sido que en el presente curso académico –que no finaliza hasta septiembre– se han titulado en las ingenierías superior y técnica de Informática nada menos que 752 alumnos. Este enorme grupo de futuros –seguramente también presentes– profesionales IT no sólo se nutre de alumnos del plan antiguo, sino que también incluye a los egresados bajo el actual plan de estudios. La Escuela de Ingeniería Informática y de Telecomunicaciones acogió el pasado 1 de julio el acto de graduación de los recién titulados. Muchos de ellos se incorporarán próximamente al ecosistema tecnológico malagueño y no pocos tienen ya la vista puesta en el Máster en *Big Data*.

La tecnología de Purificell llega a nuevas aplicaciones

INNOVACIÓN || Málaga

La empresa Purificell, primer premio Spin-Off UMA 2011, comienza a obtener interesantes resultados prácticos tras un año de ejercicio de su actividad de purificar células madre con un método propio desarrollado en la Facultad de Ciencias de la Universidad de Málaga. La técnica se diseñó para la regeneración de piel y ha sido aplicada con éxito en regeneración facial y en patologías como la atrofia facial y la regeneración de tejidos de extremidades. No obstante, la gran sorpresa ha sido la proyección que está teniendo en otros ámbitos como la traumatología, la cirugía maxilofacial o la neurorregeneración. Las células madre obtenidas con este método se están implantando en pacientes con patologías traumatológicas como la artrosis de rodilla y de cadera.

El sector de las 'smart-cities' celebra una jornada

INNOVACIÓN || Málaga

Unas 40 entidades del sector de las ciudades inteligentes o *smart cities* participaron el 20 de junio en una jornada de transferencia de tecnología organizada por la Agencia Andaluza del Conocimiento, la Universidad de Málaga, la Red OTRI Andalucía y el Clúster Andalucía Smart City. Se celebraron más de 90 reuniones bilaterales entre representantes relacionados con el sector procedentes, en su mayoría, del ámbito empresarial, aunque también contó con la presencia de grupos de investigación andaluces y centros tecnológicos y de I+D+i. El encuentro se enmarca dentro del ciclo de jornadas 'TT Andalucía' organizadas por la Agencia Andaluza del Conocimiento, cuyo objetivo es establecer un foro común que facilite a los participantes en el encuentro el establecimiento de posibles acuerdos de cooperación tecnológica en los que necesidades y capacidades se encuentren.

Firma invitada

Javier Torrox
Periodista y escritor

Big data: algo se mueve

Si el 'brexit' va a provocar la salida de empresas del Reino Unido, esa carrera ya ha comenzado

Los millones de dispositivos conectados entre sí y a las redes generan flujos de información que hasta muy recientemente eran inabarcables. La tecnología desarrollada en los últimos años es hoy capaz de gestionar estos enormes flujos de datos, analizarlos y extraer de ellos información útil que hasta ahora pasaba inadvertida. Hace unos años esto era un imposible por lo que no había ninguna empresa que se dedicara a ello. Hoy es posible y las compañías de alto contenido tecnológico comienzan a incorporar esta innovación a sus modelos de negocio o a los servicios que ofrecen a sus clientes. Esto está sucediendo en Málaga hoy, no se trata de algo que pasa en lugares lejanos. Accenture lo ha incorporado a sus servicios. Y compañías de reciente instalación en el PTA, como ITRS, tiene en los *big data* la base que sustenta su negocio. La Universidad de Málaga ha dado en la diana al poner en marcha para el próximo curso académico un máster propio en *big data*. No sólo ha demostrado olfato, sino que –lejos del academicismo– ha bajado al terreno de las empresas. Ha requerido su colaboración para asegurarse de que esta nueva titulación propia dotará a sus alumnos de los conocimientos y las capacidades necesarias para desenvolverse en el exigente y competitivo mercado creado por esta nueva tecnología.

Oportunidad

Las empresas que trabajan con *big data* prevén crecimiento a corto y medio plazo. Hay además, una cuestión adicional que puede impulsar el crecimiento de este sector: el *brexit*. La salida de Reino Unido de la Unión Europea puede convertirse en una oportunidad para captar las desinversiones que la desvinculación británica a la UE pueda provocar en la *city* londinense. Uno de los principales sectores a los que se aplica la tecnología de los *big data* es el financiero. Málaga ya cuenta con alguna empresa que trabaja en este ámbito. ¿Qué impide a la ciudad convertirse en polo de atracción de este tipo de compañías? Nada. Aunque habría mucho que hacer. El Ayuntamiento de la ciudad ya hace un gran trabajo para posicionar a Málaga en foros tecnológicos internacionales. La ciudad disfruta de muy buenas comunicaciones, un buen clima y calidad de vida. Son buenos argumentos, pero faltan otros.

Si se van a producir salidas de empresas de este sector del Reino Unido a causa del *brexit*, esa es una carrera que ya ha comenzado. Las facilidades que disfrutan las empresas en Inglaterra son una desventaja para quien no las ofrece. Si Málaga encuentra la forma de ofertar mayores facilidades y une también a su argumentario la existencia de un máster universitario como cantera inmediata de profesionales de los *big data*, la ciudad podría encontrarse con la oportunidad de convertirse en la capital española –¿por qué no europea?– de los *big data*.

Editorial

Donde hoy hay una gran empresa tecnológica ayer hubo una 'start-up'

Todo lo que nace lo hace en estado embrionario. Los gigantes Apple, Microsoft, Google o Facebook nacieron de una idea. Lo que hicieron sus creadores fue utilizar la tecnología disponible y ponerla al servicio de un nuevo objetivo. Esta es la elegante definición de innovación que hizo el rector de la Universidad de Málaga, José Ángel Narváez, en la inauguración del curso de verano de la UMA *Innovación y emprendimiento*. El inicio siempre tiene la forma de una *start-up*. Cuando una de estas pequeñas empresas de alto contenido tecnológico alcanza el éxito, la sociedad observa la sencillez que sustenta la idea y la asimila con tal rapidez que cree que se le pudo haber ocurrido a cualquiera. La razón por la que sucede esto está precisamente en la brillantez de la idea que ha generado el negocio de la *start-up*, la elegancia del producto es clave en su éxito. No obstante, el éxito no llega sin un duro trabajo previo. Estas son algunas de las enseñanzas que han recibido los participantes de la primera edición de la Start-up School de Tetuan Valley. Los cerca de 30 jóvenes emprendedores tecnológicos que se han formado en ella coinciden en que les ha permitido acelerar su proyecto de negocio. Han recibido formación sobre cómo mejorar el producto que han ideado y cómo ponerlo en el mercado. Esta ya es, por sí misma, una tarea ardua. Y hay otras: las trabas burocráticas. La competición es dura y donde no hay tantas dificultades burocráticas se juega con ventaja. Estamos en desventaja.

Firma invitada

Elvira Baena
Software Developer

Medidas de isótopos en el medio marino

Su utilidad va del estudio de la capacidad fotosintética de organismos acuáticos, al de la contaminación por metales pesados

El Campus de Excelencia Internacional del Mar (CEIMAR), junto con los Servicios Centrales de Investigación de la Universidad de Málaga (SCAI), organizaron el pasado mes de mayo, el I Curso de Extensión Universitaria en Técnicas Analíticas Avanzadas para la Medida de Isótopos en Medio Marino. El Director Científico de CEIMAR-UMA es Xavier Niell, y Sergio Cañete, el Coordinador de la Instalación Radiactiva UMA. Ambos nos han contado que este curso es único en España, ya que se aborda de forma conjunta el uso de isótopos estables y radiactivos para estudios marinos. Han participado profesores procedentes de las Universidades de Cantabria, Sevilla, Centro Nacional de Aceleradores (CNA), Instituto Español de Oceanografía (IEO) y de la UMA. Y el nivel de los alumnos ha sido muy elevado: dos de ellos procedían del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), otro es profesional de una empresa de fármacos, y varios de ellos han formado parte de expediciones científicas al Ártico, la Antártida o Groenlandia. Incluso uno de ellos participó en la expedición Malaspina, donde se realizaron estudios globales importantes sobre el océano profundo, para la comunidad científica mundial.

Gracias a la infraestructura con la que se ha contado, se ha podido dar un enfoque eminentemente práctico. El curso se ha realizado en la instalación radiactiva de la UMA (autorizada por el Consejo de Seguridad Nuclear como instalación de 2ª categoría), en el Laboratorio Avanzado de Producción Primaria (LAPP) y en el área de análisis químico del SCAI.

Los Servicios Centrales de Apoyo a la Investigación (SCAI) son un centro propio de la Universidad de Málaga cuyo objetivo es dar soporte científico y técnico de forma centralizada e integral, tanto a los diferentes grupos de investigación de la Universidad de Málaga, como a instituciones públicas y a empresas privadas.

> Las investigaciones continuarán en sucesivas expediciones al Ártico

Las aplicaciones

La medición de radioisótopos, e isótopos estables tiene multitud de aplicaciones en el campo de la investigación. Algunas de ellas son: estudio de la capacidad fotosintética de organismos marinos, contaminación por metales pesados, determinar el origen de masas de agua, uso como trazador para la identificación y cuantificación de mecanismos de sedimentación, etc. Un ejemplo de ello es la investigación realizada por Concepción Iñiguez, Raquel Carmona, M. Rosario Lorenzo, F. Xavier Niell, Christian Wiencke y Francisco J. L. Gordillo, titulada *Increased CO2 modifies the carbon balance and the photosynthetic yield of two common Arctic brown seaweeds: Desmarestia aculeata and Alaria esculenta*. En ella se estudia el efecto del cambio climático en dos tipos de algas procedentes del ecosistema del Ártico. En esta investigación se ha usado la medición de isótopos estables, concretamente se utilizó la espectrometría de masas de razones isotópicas (IRMS) Delta V, que es una de las técnicas incluidas en el curso. Este grupo de investigación tiene previsto continuar con estas investigaciones en sucesivas expediciones al Ártico. Y como ellos, esperamos que los asistentes al curso puedan seguir investigando y aplicando el nuevo conocimiento aprendido en provechosas investigaciones como la citada.

innovación
Periódico del sector tecnológico de Málaga

Director: Javier López
redaccion@periodicoinnovacion.com
Tlf.: 952 026 873
Diseño: Carmen López

Centro de Ciencia y Tecnología
C/ Severo Ochoa, 57 – PTA
29590 – Málaga
Depósito legal: MA-439-2016

Sesión inaugural del curso de verano de la UMA sobre la innovación y el emprendimiento. / Innovación

La tecnología y las administraciones se unen en los cursos de la UMA

Las tecnópolis del futuro compartirán los espacios productivos con áreas residenciales y comerciales para poner fin a su dispersión

INNOVACIÓN || Málaga

Un objetivo compartido: el fomento de la tecnología y el emprendimiento tecnológico dentro del ecosistema innovador que se encuentra en constante crecimiento en Málaga. Este objetivo unió a las administraciones en la inauguración del curso de verano de la Universidad de Málaga *Innovación y emprendimiento: una visión global*, organizado en colaboración con el Parque Tecnologócido de Andalucía y dirigido por el responsable técnico del recinto, Felipe Romera. El consejero de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía, Antonio Ramírez de Arellano, señaló que "la innovación es una pieza fundamental para conectar el conocimiento con la economía". El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, puso de manifiesto su compromiso con el tejido social de alto contenido tecnológico al afirmar que el futuro está en juego y que su agente es el emprendimiento. La UMA mantiene también un alto grado de compromiso con el fomento del impulso innovador, no sólo por iniciativas como la de este curso de verano o la actividad que desarrolla el espacio Link by UMA, sino que su rector, José Ángel Narváez, apuntó que la alta academia forma ciudadanos con la capacidad de innovar y que el fin de la innovación es la transformación de la sociedad.

Transformación

El rector de la UMA y el de la Universidad de Sevilla, Miguel Ángel Castro, protagonizaron una mesa redonda sobre el concepto de emprendimiento en una nueva universidad. El de la hispalense señaló que las relaciones con las empresas son un medio de transformación de las universidades. "El edificio El Rayo Verde es un ejemplo de conexión del mundo académico con la sociedad", dijo. Narváez abundó en esta conectividad al señalar la necesidad de aplicar la investigación a los problemas reales de la vida cotidiana. Y algo debe de estar cambiando en el entorno universitario: ambos apuntaron que los alumnos comienzan a pensar más en emprender que en opositar.

Posteriormente, el alcalde de Málaga y delegada de Economía del Ayuntamiento de Sevilla han debatido sobre el nuevo modelo de parque tecnológico. Ambos coincidieron en que apartar al tejido innovador de las ciudades es un concepto superado. La tecnópolis del futuro no sólo serán espacios productivos, sino que también contarán con áreas residenciales, así como comerciales y de ocio. El curso de verano de la UMA ha continuado con sesiones diarias durante la primera semana de julio.

La iniciativa Yuzz Málaga concede su primer premio al proyecto tecnológico Fixit

INNOVACIÓN || Málaga

La tecnología de impresión 3D llama a las puertas de las áreas de traumatología de los hospitales. La ingeniera Raquel Serrano ha desarrollado un método para aplicar esta tecnología revolucionaria a la producción de férulas a la medida del paciente y del traumatismo que la requiera. La sustitución de la clásica escayola por una estructura impresa en 3D aliviará al paciente de las incomodidades del método tradicional. La zona afectada podrá "respirar" mejor, dado que esta férula no es cerrada. Resulta más cómoda y es sumergible: un brazo roto ya no impedirá a nadie darse un chapuzón en el mar cuando apriete el calor. Este innovador proyecto tecnológico ha resultado galardonado con el primer premio de la iniciativa de emprendimiento Yuzz Málaga. La premiada disfrutará de un viaje al paraíso de las *start-ups* tecnológicas, Silicon Valley. Esto permitirá al proyecto de Raquel Serrano entrar en la fase final de este programa de formación para la creación de empresas tecnológicas. Se celebrará a nivel nacional y optará a uno de los tres premios en metálico.

La galardonada Raquel Serrano recibió las felicitaciones del rector de la UMA y el alcalde. / Innovación

El acto contó con la presencia de representantes de Telefónica, el Ayuntamiento de Málaga, la Junta de Andalucía y la UMA. / Innovación

“Para innovar hay que liderar y cuestionarlo todo”

La presentación del libro ‘¿Te atreves a innovar?’ se convierte en una lección magistral sobre originalidad tecnológica y emprendedora

INNOVACIÓN || Málaga

El espacio de *crowdworking* La Farola acogió el pasado 9 de junio la presentación de *¿Te atreves a innovar?*, un libro escrito por Juan Francisco Delgado. Los innovadores emprendedores que trabajan en sus proyectos en este espacio impulsado por Telefónica, la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento de Málaga, asistieron a la charla de presentación. El debate giró en torno a cómo emprender y cómo hacerlo de una forma innovadora. De hecho, esa es la clave que puede dar el éxito –nunca garantizarlo– a una idea.

El autor manifestó su interés en este espacio de *crowdworking* y otros parecidos que existen en Málaga. “Esto es muy similar a lo que existe en San Francisco, donde hay empresas que están cambiando el mundo”, señaló para, a continuación, subrayar el espíritu de colaboración de todas las administraciones públicas para impulsar “los intereses de Málaga por encima de todo”. Delgado explicó que el libro trata de ser una “guía sencilla” para las personas que han resuelto poner en marcha una idea mediante un proyecto empresarial. Una de las claves que se deben tomar en consideración en lo que calificó como un “camino heroico”, consiste en aprender de los fracasos y estar preparado para ello, dado que el índice de mortalidad de las empresas es de cuatro por cada cinco iniciativas.

Preguntado sobre qué se necesita para innovar, Delgado dijo que es necesario tener una idea clara de qué se quiere emprender y sentir pasión por el proyecto que se pretende llevar a cabo: creer en lo que se hace y transmitirlo. Una de las dificultades con las que se encontrará el emprendedor será al inicio: “A diferencia de lo que sucede en otros ecosistemas innovadores, lo primero que te piden en España es dinero y la cumplimentación de mucho papeleo”, explicó el autor. “Aunque ahora se están empezando a romper, el emprendimiento se encuentra aquí con muchas barreras mientras en otros lugares, como en Inglaterra, te animan a que pongas en marcha el proyecto y esperan dos años antes de cargar con impuestos”, explicó Delgado, que, en la actualidad, es el director del Master de Innovación Social de la Universidad Internacional de Andalucía. No son pocas las trabas burocráticas con las que se encuentra cualquier emprendedor y Delgado describe la situación con rotundidad: “Espantamos al talento”.

Aversión al riesgo

El autor puso de manifiesto la necesidad de realizar un cambio cultural y dejar atrás la idea del dinero fácil a través del emprendimiento. Señaló que esto surge a partir de los mensajes de aversión al riesgo y de búsqueda de la seguridad que recibe cada generación desde que comienza a dar sus primeros pasos. Hay que asumir que “el riesgo forma parte de la vida”, sentenció.

La presentación del libro contó también con la presencia de agentes públicos y privados. La directora del Territorio Sur de Telefónica, María Jesús Almazor, señaló durante su intervención que “para innovar hay que liderar”, dar un paso adelante y asumir el riesgo que ello implica. Argumentó que Telefónica no sólo se vuelca en la I+D+i, sino que se encuentra en constante búsqueda de innovaciones: “Hay que cuestionarlo todo”, animó a los emprendedores presentes: “Un buen producto sólo dura unos meses, hay que innovar constantemente”. El delegado de Innovación y Nuevas Tecnologías del Ayuntamiento de Málaga, Mario Cortés, también subrayó la necesidad de arriesgar por parte del talento y que la Administración está poniendo a disposición del talento espacios para que se desarrolle.

Nuevos proyectos tecnológicos en el espacio de La Farola

INNOVACIÓN || Málaga

Más de 25 emprendedores comenzaron con junio su andadura en el espacio de *crowdworking* La Farola. Las doce empresas seleccionadas cuentan con proyectos de base innovadora en áreas como Internet de las cosas (IoT), las ciudades inteligentes (Smart cities), Turismo y hostelería, el ámbito de la eHealth o la Industria 4.0. La Farola es un espacio impulsado por Telefónica, el Ayuntamiento de Málaga y la Junta de Andalucía en el que los emprendedores maduran sus proyectos. Para ello, cuentan con las herramientas, las metodologías, el conocimiento y las conexiones que necesitan para desarrollar su talento, procedentes del ecosistema de emprendimiento innovador. La actividad se desarrolla en un espacio cedido por la empresa pública Promálaga.

Doce empresas y más de 25 emprendedores en la nueva edición de Andalucía Open Future. / Innovación

La consultora tecnológica CGI amplía su presencia y duplicará su plantilla

INNOVACIÓN || Málaga

La consultora canadiense de servicios tecnológicos CGI inauguró nuevas instalaciones en el edificio The Green Ray –compartido por el PTA y la UMA– el pasado 30 de junio. La compañía tiene presencia en Málaga desde 2004. Hasta ahora contaba con una fábrica de *software* en el PTA con unos 50 empleados. La facturación de la multinacional superó los 10.000 millones de dólares el pasado ejercicio, según informó Paulo Magro, vicepresidente en España de la compañía. Su crecimiento ha impulsado su expansión en Málaga con unas nuevas instalaciones en las que cuenta con otros 50 empleados, todos ellos de perfil tecnológico. Magro anunció que las previsiones que maneja la empresa para el corto plazo incluyen la duplicación de su presencia en Málaga, lo que aumentará su plantilla en la ciudad hasta los 200 empleados.

Tecnología propia

La actividad de CGI en Málaga se centra en el desarrollo de soluciones tecnológicas propias a la medida de las necesidades del cliente. "Prestamos servicio a dos de las principales entidades bancarias españolas", apuntó Magro. El centro de Málaga no sólo trabaja para clientes en España, sino que también colabora con otros en países como Canadá, Francia, Suecia y Noruega. Magro habló sobre la próxima salida del Reino Unido de la Unión Europea. Dijo que aún es pronto para saber qué ocurrirá y que habrá que seguir el curso de los acontecimientos. No obstante, señaló la posibilidad de que en el futuro se pudiera decidir trasladar trabajo a centros del continente y Málaga se podría beneficiar de ello. De hecho, explicó que la incertidumbre política en Ucrania impulsó a la compañía a trasladar carga de trabajo de allí a Málaga. El presidente del PTA, José Luis Ruiz Espejo, declaró que las nuevas instalaciones de CGI son el resultado de la estrategia conjunta de colaboración del parque con la Universidad. El alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, por su parte, animó a la compañía a reforzar su apuesta por la ciudad y continuar su crecimiento con más empleo.

CGI cuenta con cien empleados en Málaga en la actualidad. / Innovación

Imagen de los alumnos que han cursado la cuarta edición del curso de desarrollo de aplicaciones Android organizado por Samsung Tech Institute. / Innovación

Una iniciativa de Samsung capacita a 120 jóvenes para desarrollar 'apps'

El programa formativo se centra en satisfacer la demanda de talento existente para la producción de aplicaciones para el sistema Android

INNOVACIÓN || Málaga

Los 30 alumnos de la IV edición del curso 'Desarrollo de Aplicaciones para Android', impulsado por la Universidad de Málaga, el vicerrectorado de Proyectos Estratégicos y el Campus de Excelencia Internacional Andalucía Tech, en colaboración con Samsung España, recibieron el pasado 20 de junio los diplomas que acreditan la conclusión de este creativo curso. La iniciativa se enmarca dentro del programa de ciudadanía corporativa Samsung Tech Institute, destinado a la formación tecnológica de los asistentes para facilitar su acceso al mercado laboral en la nueva economía digital. En total, ya se han formado 120 jóvenes desde el comienzo de este programa en noviembre de 2014.

El acto de entrega de diplomas contó con la presencia del rector de la Universidad de Málaga, José Ángel Narváez, y de Francisco Hortigüela, director de Relaciones Institucionales, Comunicación y Ciudadanía Corporativa de Samsung España. Asimismo, Coritel, empresa TIC filial de Accenture y que cuenta con cerca de un millar de empleados en su centro de trabajo en Málaga, está realizando una decidida apuesta por los alumnos que acuden a este curso, ha mostrado su apoyo durante el evento. El acto se ha celebrado en el edificio 'El Rayo Verde', un inmueble que comparten el Parque Tecnológico y la Universidad de Málaga en la Ampliación de Teatinos.Como novedad, durante 2016 se implantarán dos nuevos cursos de IoT, de 160 horas de duración cada uno. Ante la gran cantidad de solicitudes, el pasado 8 de junio se abrió el plazo de inscripción para la II Edición, que comenzará el próximo 26 de septiembre de 2016.

Necesidad

Según Francisco Hortigüela, "la formación de futuros profesionales expertos en nuevas tecnologías es una necesidad cada vez mayor para las compañías, por lo que Samsung quiere satisfacer esta necesidad para mejorar la situación de los jóvenes españoles en busca de empleo".

Los cursos de Samsung Tech Institute se dirigen a jóvenes de entre 18 y 25 años interesados en adquirir competencias claves para desarrollar con éxito su carrera en la industria tecnológica. La empresa quiere contribuir a la formación para el empleo y el fomento de las nuevas profesiones digitales, mejorando las oportunidades laborales de las nuevas generaciones y ofreciendo a las empresas una fuerza laboral con alta cualificación tecnológica. El programa de ciudadanía corporativa de Samsung está implantado en once países europeos entre los que se encuentran España, Portugal, Austria, Chequia y Estonia.

La Junta de Andalucía convoca ayudas a la I+D+i biomédica por 5,2 millones

INNOVACIÓN || Málaga

La Junta de Andalucía publicó el pasado 24 de junio la convocatoria de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva para la financiación de la Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) Biomédica y en Ciencias de la Salud en Andalucía por valor de 5,22 millones de euros. La convocatoria contempla financiación para dos líneas de actividad. Por una parte, la línea de proyectos de investigación, que recoge cuatro modalidades diferentes: proyectos de investigación en salud; proyectos de investigación coordinados; proyectos en el área de salud pública y, por último, proyectos de innovación en salud. Por otra, la línea de recursos humanos para la investigación, con dos modalidades: intensificación de las áreas integradas de las agencias públicas empresariales sanitarias y servicios equivalentes de las empresas públicas sanitarias; y estancias formativas de investigación e innovación.

Esta convocatoria incluye las modalidades de proyectos de investigación coordinados, proyectos en el ámbito de la salud pública y proyectos de innovación. El objetivo de financiar proyectos coordinados es el de conseguir una investigación cooperativa en Andalucía fomentando aquellos trabajos que comprendan a grupos de distintos centros (multicéntricos), grupos de centros de distinto nivel de atención (interniveles) y proyectos que incluyan grupos de investigación consolidados y a grupos de investigación emergentes. Los grupos coordinados deberán estar constituidos por dos o más subproyectos de distintos centros, con distinto protocolo de actuación y deberá está justificada la naturaleza coordinada del proyecto. Cada subproyecto tendrá un equipo investigador y un investigador principal, uno de los cuales actuará como coordinador de todo el proyecto.

Aplicación

En el caso de los proyectos en el ámbito de la salud pública, la Consejería de Salud pretende apoyar e impulsar los trabajos que estén orientados a generar conocimiento en este ámbito que incide, directamente, en el bienestar de la población. Por último, con los proyectos de innovación, se pretende apoyar e impulsar los trabajos que estén orientados a la aplicación del conocimiento en las áreas de las Ciencias de la salud, y temáticas relacionadas, con la innovación organizativa, asistencial y en tecnologías sanitarias. Esta modalidad primará el impacto de la idea propuesta en la organización sanitaria. Las solicitudes para ambas líneas de financiación se pueden presentar hasta el próximo día 13 de julio a través de la plataforma 'online' habilitada a tal efecto de la Fundación Pública Andaluza Progreso y Salud, dependiente de la Junta de Andalucía.

Gómez-Guillamón destacó la importancia de los clústeres regionales de empresas. / Innovación

Aertec analiza en un seminario el futuro del negocio aeronáutico

La jornada se centró en la transformación digital y en sectores emergentes como el de los aviones no tripulados

INNOVACIÓN || Málaga

Más de 60 directivos y responsables de áreas de negocio vinculadas al sector aeroespacial se reunieron el 9 de junio en Sevilla en el marco del VI Seminario de Negocio Aeronáutico, organizado por el Instituto Internacional San Telmo, con la colaboración de Aertec Solutions y Garrigues, en el que se analizaron las novedades y tendencias de la industria aeroespacial en la actualidad y los retos para avanzar en la transformación de las empresas y la mejora de la cadena de suministro.

El encuentro, que ha contado también con la colaboración del Cluster Aeroespacial Andaluz (Hélice), Alestis Aerospace y Bael Ingeniería, se desarrolló con el objetivo de reflexionar sobre los procesos de transformación que deben abordar las empresas aeronáuticas para afrontar los desafíos del futuro y aprovechar las oportunidades que se plantean como resultado de los cambios y tendencias que se están produciendo en el sector. Para ello, se contó con la participación de ponentes relevantes de la industria aeroespacial que compartieron sus experiencias de transformación y su visión de futuro.

El seminario, celebrado bajo el título de *Transformar la empresa para afrontar los nuevos desafíos*, fue inaugurado por el director general de Aertec Solutions y presidente del Consejo de Acción Empresarial del Cluster HÉLICE, Antonio Gómez-Guillamón, quien presentó las tendencias actuales en el mercado aeronáutico y señaló algunos de los principales retos para el futuro del sector, como la implantación de las tecnologías de la información y la capacidad de transformación digital; la globalización e internacionalización de las empresas para asegurar su supervivencia y su crecimiento; o la entrada en escena de nuevos nichos de negocio o sectores emergentes en la industria aeroespacial, como los aviones no tripulados o el sector espacial, a los que hay que trasladar el conocimiento y *know-how* ya adquirido en otras áreas.

En su intervención, Gómez-Guillamón esbozó algunos de los elementos impulsores y tecnologías clave para alcanzar estos retos (desde la conectividad, la automatización, o las nuevas herramientas de colaboración hasta la impresión 3D o el acceso digital al cliente), al tiempo que defendió la necesidad de que las empresas trabajen y colaboren en equipo, a través de los clústeres aeroespaciales, para así afrontar grandes proyectos en común. "La capacidad de los clústeres aeroespaciales regionales, organizando y uniendo fuerzas entre empresas, academia y el apoyo de la administración pública, es vital para competir en el tablero mundial", destacó en su ponencia.

Posteriormente tuvo lugar una intervención del secretario general de Airbus Group en España, Pedro Montoya, quien compartió muchas de estas ideas y ahondó en aspectos como la globalización, la digitalización y la innovación como factores fundamentales a la hora de afrontar procesos de transformación empresarial, que conllevan a su vez otros elementos positivos para la cadena de proveedores de las grandes compañías. Asimismo, apostó porque el sector disponga de herramientas de financiación más efectivas, tanto públicas como por parte de las entidades bancarias, para afrontar los retos que están por llegar. Montoya señaló al área MRO (mantenimiento) como otro de los nichos de negocio que serán relevantes en la industria aeronáutica en los próximos años.

Caso de éxito

El seminario incluyó una parte práctica consistente en el análisis de un caso de éxito empresarial, concretamente el programa Nestlé Continous Excellence, de la empresa líder mundial del sector de la alimentación, y que se viene desarrollando desde hace ocho años en la compañía, en todas su áreas y divisiones, con el objetivo de la mejora continua y el aumento de la competitividad. Este apartado ha contado con la participación de José López Vargas, ex vicepresidente mundial de operaciones de Nestlé, quien explicó los motivos para el desarrollo de esta iniciativa y los resultados obtenidos fruto del cambio y la transformación experimentada por la compañía.

La jornada se cerró con una mesa redonda sobre otras experiencias de transformación empresarial y que contó con la participación, además de Antonio Gómez-Guillamón y José López Vargas, de Francisco Javier Díaz Gil, CEO de Alestis Aeroespace; y de Carlos Rapallo, socio de Garrigues.

Andalucía Tech se consolida como uno de los mejores campus tecnológicos de España

INNOVACIÓN || Málaga

El Patronato del Campus de Excelencia Internacional Andalucía Tech, integrado por las universidades de Sevilla y Málaga, se reunió el 22 de junio en Málaga para realizar una evaluación final de Andalucía Tech y avanzar en futuros proyectos. En esta reunión participaron miembros de ambos equipos de gobierno de la US y la UMA.

Los logros del campus en estos cinco años lo han convertido en uno de los mejores campus tecnológicos de España. Un ejemplo de ello es la calificación "A" obtenida en la reciente evaluación a la que el Campus de Excelencia Internacional ha sido sometido por una Comisión Internacional encabezada por el Ministerio de Educación. Esta calificación es la máxima que otorgan los evaluadores, que han destacado como fortalezas la implicación de los agentes agregados del entorno, las acciones realizadas a nivel internacional para mejorar la actividad investigadora, la fuerte conexión con grandes empresas o la excelente coordinación entre ambas universidades.

El informe de evaluación incide en el ambicioso proyecto que han construido las universidades de Sevilla y Málaga, centrado en seis grandes polos de excelencia que confirman el objetivo de especialización del campus (Aeroespacial, Biotech, TIC, Energía y Medio Ambiente, Transporte y Turismo). Estos sectores están altamente conectados con las potencialidades de Andalucía, lo que hace convierte al campus en un instrumento perfecto para la estrategia regional de innovación.

Instalaciones del campus en el PTA. / Innovación

Satya Nadella, consejero delegado de Microsoft, calificó LinkedIn como un "negocio fantástico" en una carta a sus empleados. / Innovación

Microsoft compra LinkedIn y entra en el negocio de las redes sociales

La operación, que culminará antes de fin de año, valora el escaparate de profesionales de todo el mundo en más de 23.250 millones de euros

INNOVACIÓN || Málaga

Microsoft se fue de compras al mercadillo de las redes sociales y, antes de volver a casa, llenó el carrito con LinkedIn. El gigante de Redmond anunció el 13 de junio que ambas compañías han llegado a un acuerdo por el que Microsoft adquirirá LinkedIn por 26.200 millones de dólares –unos 23.250 millones de euros–. Ambas compañías informaron en un comunicado conjunto que la red social mantendrá su marca distintiva, así como su cultura y su independencia. El actual consejero delegado de la red laboral, Jeff Weiner, mantendrá su puesto reportando directamente al CEO de Microsoft, Satya Nadella.

El día en que se hizo pública esta transacción, Nadella envió una nota a todos los empleados de Microsoft en la que señaló que esta adquisición genera para la compañía "nuevas oportunidades de monetización mediante las suscripciones particulares y de empresas, así como a través de la publicidad" en la red social de profesionales. En este comunicado a sus más de 117.000 empleados en todo el mundo, también señaló en referencia a LinkedIn que su equipo "ha hecho crecer un negocio fantástico y una red impresionante que cuenta con más de 433 millones de profesionales".

"Oportunidad increíble"

Reid Hoffman –cofundador y presidente del consejo de administración de LinkedIn, así como el principal accionista de la compañía– aseguró acerca de esta operación que se trata de "un momento de refundación" de esta red social y que la considera una "oportunidad increíble" para todos sus miembros y clientes.

LinkedIn es una red social orientada a profesionales de todos los ámbitos. Su crecimiento actual es constante, en el último año ha incrementado sus usuarios en un 19% hasta superar los 433 millones de cuentas en todo el mundo. Su actividad durante el último ejercicio aumentó en un 9% con más de 105 millones de visitas únicas mensuales. El comunicado conjunto que realizaron ambas compañías apuntó que la nueva versión de la aplicación para teléfonos móviles lanzada el pasado año fortaleció a la red con una subida del 49% del acceso desde *smartphones*, que ya supone cerca de dos tercios de de las visitas que recibe. Una de las cifras aportadas y que llama especialmente la atención es que en LinkedIn existen en la actualidad más de siete millones de ofertas laborales activas, más del doble de las que tenía hace un año.

Las redes sociales experimentan en la actualidad una expansión similar a la de las conocidas como *punto com* a finales del siglo XX. Cuentan con una valoración muy alta en el mercado, aunque sus modelos de negocio continúan generando dudas acerca de su sostenibilidad. Un claro ejemplo de ello es Twitter, que cuenta con 320 millones de usuarios en todo el mundo y que en 2015 tuvo 521 millones de dólares en pérdidas. El robo de contraseñas de usuarios del pasado mayo a LinkedIn no será de ayuda.

Disparan al pájaro de Twitter con 32 millones de contraseñas a la venta

INNOVACIÓN || Málaga

Las redes sociales están de moda. Piratear las cuentas y contraseñas de sus usuarios, también. Hace un mes, un *hacker* robó y puso a la venta más de cien millones de contraseñas de la red social de profesionales LinkedIn; después fueron 360 millones de cuentas de la ya casi olvidada red MySpace; ahora le ha tocado el turno a Twitter. Según trascendió en los primeros días de junio, un pirata se hizo con las claves de más de 32 millones de tuiteros y las puso en almoneda, según informó la web leakedsource.com –un motor de búsqueda de cuentas pirateadas–. Un portavoz de la red el pajarito señaló a Tech Crunch que los servidores de Twitter no han sufrido ninguna brecha. LeakedSource señaló en su blog que cree que los datos filtrados no proceden de un asalto a los sistemas de la propia red, sino que se ha producido mediante una infección de software dañino dirigido a los navegadores de internet que utilizan los usuarios. Un alto número de las cuentas afectadas son rusas. De hecho, la fuente que facilitó la información a LeakedSource es la misma que días antes filtró datos de otro robo de cuentas en la red social rusa VK. Aunque LeakedSource aseguró que había validado los datos consultando a 15 usuarios afectados, algunos expertos creen que se pueda tratar de cuentas pirateadas en el pasado y que, en realidad, no se trate de un nuevo caso de robo de contraseñas, sino de la redifusión de un episodio antiguo. En cualquier caso, el pirateo de cuentas de redes sociales está en auge. Que pase el siguiente.

La compañía asegura que no ha sufrido ningún asalto. / Innovación

Apple fortalece a su asistente Siri en su conferencia de desarrolladores

Es su respuesta a la guerra de los ayudantes virtuales abierta en los últimos meses por compañías como Amazon, Google y Microsoft

INNOVACIÓN || Málaga

Un fantasma recorre las grandes compañías tecnológicas del mundo. Es el fantasma de los asistentes virtuales. Si en el anterior número de INNOVACIÓN dábamos cuenta de Google Home, el ayudante virtual lanzado por la compañía de la G, hoy lo hacemos con novedades sobre Siri, su contrapartida en la compañía de la manzana.

Apple anunció en su conferencia mundial de desarrolladores de aplicaciones basadas en su sistema operativo iOS que Siri cuenta con nuevas funciones que se pueden implementar en las aplicaciones y que todos los desarrolladores tendrán acceso a ellas. "Ahora será posible pedir un transporte o enviar dinero a un amigo simplemente pidiéndoselo a Siri", explicó Craig Federighi, vicepresidente de Ingeniería de Apple.

Siri es un asistente con reconocimiento de voz que Apple instala en sus dispositivos desde hace cinco años. Con su nueva funcionalidad, este ayudante no sólo interactuará con el usuario cuando éste le hace una petición directa; a partir de ahora, Siri monitorizará las acciones del usuario, intuirá sus demandas y les dará respuesta. La compañía puso como ejemplo una petición de una dirección de correo electrónico en la que la respuesta de este asistente sería mostrar la dirección con un acceso rápido en el teclado.

La Worldwide Developers Conference 2016 reunió durante una semana de junio a más de 5.000 desarrolladores de aplicaciones para dispositivos Apple procedentes de todo el mundo. Con las herramientas presentadas, la pelota está ahora en el tejado de los desarrolladores. Serán ellos los que le saquen partido con la creación de nuevas aplicaciones o la introducción de nuevas funcionalidades en las existentes en las que aprovecharán las posibilidades de uso que ofrece la inteligencia artificial de Siri. Y todo ello con el lenguaje natural del usuario.

La competencia

Google celebró su conferencia de operadores hace unas semanas. En este evento presentó Google Home, un asistente virtual que se pondrá a la venta en otoño y con el que se puede interactuar por voz pidiéndole que reproduzca música, que adquiera entradas para el cine o que pida un taxi, además de poder colaborar con los dipositivos inteligentes que puedan encontrarse en el hogar. Es similar al Echo del que Amazon ya ha vendido más de tres millones de unidades en EEUU. Sin embargo, existe una considerable diferencia con lo que ahora ofrece Apple. El consumidor no tendrá que adquirir un nuevo aparato. Siri ya está presente en millones de dispositivos activos en todo el mundo. Apple no necesita crear un *software* para que Siri encienda el aire acondicionado media hora antes de llegar a casa o para que reproduzca un disco de Bob Dylan en el sistema de sonido del hogar. Lo harán los miles de desarrolladores de aplicaciones para dispositivos Apple que existen en el mundo. Los dispositivos y el asistente ya están en manos de los usuarios. Sólo faltan los desarrollos.

La 'Worldwide Developers Conferece' de Apple reunió a más de 5.000 desarrolladores de aplicaciones iOS de todo el mundo. / Innovación

Nokia, la vida después de los teléfonos móviles

INNOVACIÓN || Málaga

Renovarse o morir, que es la forma condensada de expresar la idea darwinista de que sólo sobrevive que mejor se adapta a su entorno. Nokia vendió a Microsoft su división de teléfonos inteligentes por 5.300 millones de euros y abandonó también el mercado de los terminales de gama inferior. Los campos de la realidad virtual y la salud centran ahora los esfuerzos de la mítica compañía finlandesa. Las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías han despertado en los usuarios la curiosidad de conocer en todo momento cómo funciona su cuerpo en todo momento. Pulsaciones, ritmo respiratorio, sueño, reacciones ante esfuerzos físicos o durante períodos de relajación, todo lo que el curioso necesita para saber qué ocurre debajo de su piel. Todo esto ofrece Nokia a sus clientes a través de los productos de su recién creada división de Salud. Esta línea procede de la compañía de origen francés Withings, adquirida por la finlandesa. Su producto estrella es un reloj inteligente que aporta lo que no tienen sus competidores, un diseño clásico de esfera. Recientemente, Nokia fue el inesperado patrocinador de Ozo, una cámara que graba imágenes y toma sonido ambiente en 360 grados. Está pensada para el mercado profesional y es compatible con las plataformas de Google, Sony y Oculus. Su precio es de unos 55.000 euros y se oferta con una batería con 70 minutos de autonomía y un disco duro de 500 GB, así como con el software de edición de los contenidos grabados. Disney y el mercado publicitario se han interesado por el producto. Han agotado las existencias y hay lista de espera.

Nokia, cara y cruz de las nuevas tecnologías. / Innovación

innovación

PERIÓDICO DEL **SECTOR TECNOLÓGICO** DE MÁLAGA

El periódico de la comunidad tecnológica

EL PERIÓDICO DEL TALENTO

www.periodicoinnovacion.com ¬ redaccion@periodicoinnovacion.com