



> **PROPUESTAS PARA MEJORAR**

«Hay que ser humildes, somos pocos y necesitamos unir fuerzas»

Los expertos apelan a la educación como apuesta de futuro, al fomento de spin-off o a mejorar la comunicación para la mayor difusión de proyectos. Por **M. Á. R.**

Mirado desde fuera, puede parecer un despropósito. Sin embargo, entendida como una expresión limpia y sincera, se convierte en una propuesta esencial para mirar al futuro a los ojos y encararlo con optimismo: «Hay que criar innovadores». Carlos Martín Tobalina, director general de Industria e Innovación Tecnológica de la Junta, apela a la «trazabilidad de la innovación» para «hacer responsable a la sociedad» en ese cambio de modelo productivo basado en la I+D+i.

«Desde que somos pequeños hay que inculcar la innovación, desde el colegio, porque luego todo ese aprendizaje se lleva a la empresa», explica. Y en ese cambio cobra un protagonismo fundamental la estrategia Universidad-Empresa y a la inversa, Empresa-Universidad. «Los mercados tienen que dictar a los centros de investigación básica por dónde tienen que dirigir las investigaciones para trasladarlo luego hacia el mercado», añade.

Desde otro punto de vista, Francisco López, fundador de Bio-inRen, propone «fomentar las pymes tecnológicas que salen de los centros públicos y no sólo desde el punto de vista económico». La idea es «demostrar a la sociedad que se puede generar valor socioeconómico».

El propio López apuesta por la creación de «una agencia transversal o consejería del tipo

Martínez de Irujo: «Los medios deben explicar al ciudadano que innovar no es un tiro al aire»

Francisco López: «Hay que crear una agencia transversal que fomente los engranajes del sistema»

del Ministerio de Ciencia e Innovación que fomente de forma transversal todos los engranajes del sistema». «Lo que hacemos individualmente está bien, pero todo engranado es más efectivo».

El director de I+D del Grupo Matarromera, Alberto Guadarrama, en representación de Abrobiotec, emplaza a sus colegas a «agudizar el ingenio», porque «ya no es tan fácil presentar un proyecto al CDTI, ahora se compite con muchas empresas». «La clave es hacer productos más sofisticados», acuña.

Aunque se creía «observador», el redactor jefe de

Ariadna, suplemento tecnológico de EL MUNDO, Javier López Tazón, asegura. «En España se da por perdida la batalla de que somos innovadores, pero nos adaptamos de repente a una tecnología y no nos damos cuenta».

No obstante, Javier Labarga, presidente del Centro Tecnológico del Cereal, asegura que esa adaptación a las tecnologías se produce sobre todo en la gente joven. Y ahí está su clave: «Hay un sector universitario que cree en la innovación y no tiene poder de decisión. En España estamos sujetos a decisiones de gen-

te mayor de 50 años, y eso tiene que cambiar», manifiesta.

Mientras, Carlos Moro, presidente de Vitartis, apela a la humildad y a la colaboración: «Hay campo y futuro, pero somos pocos y pequeños. Necesitamos unir fuerzas entre empresas y Administración». «Hay que trabajar con todo el que quiera». Y Francisco Hevia, director de Marketing de Grupo Siro, le apostilla: «Hay que trabajar con todo el que quiera y el que se deje».

Tanto el director general de Elecnor Deimos, Miguel Belló, y el presidente, Francisco Javier

Martínez de Irujo, coinciden en que la clave está en la comunicación. Según el primero, «los medios están deseando que se les cuente lo que se hace, pero no es así. Me quejo de la Agencia Espacial Europea, porque cuando la NASA hace cualquier chorrada, está en toda la prensa del mundo». Martínez de Irujo se pregunta: «¿Realmente la sociedad española está demandando la innovación?». Y sentencia: «Los medios, y EL MUNDO lo hace indudablemente, tienen que meter en la cabeza del ciudadano que la innovación no es un tiro al aire».