

LUCES Y SOMBRAS DE UN SECTOR DE FUTURO

Bioteología, el fruto deseado que no termina de madurar

Mientras desde la Administración y las patronales se dibuja al sector como un nuevo maná, los proyectos valencianos siguen chocando con la falta de financiación.

A. C. A. Valencia

En pleno debate sobre la crisis de los sectores manufactureros más tradicionales de la economía valenciana, varias voces tanto de la administración como de las patronales autonómicas han abogado por crear un nuevo tejido industrial en sectores donde el conocimiento resulta clave, tales como la biotecnología o la sociedad de la información. Sin embargo, las recomendaciones no animan a los empresarios y entidades valencianas a la hora de rascarse el bolsillo.

Una de las iniciativas creadas para asesorar a estos emprendedores y dar a conocer sus planes es el premio *Bioemprenda*, organizado por Cierval y la Administración autonómica, que reconoce las iniciativas que se consideran con más futuro. Un año después, los cinco proyectos finalistas en su primera edición han conseguido pocos avances. Algunos de ellos aún no se han constituido ni siquiera como empresas, mientras que los que ya tienen forma siguen buscando inversores.

El proyecto ganador del primer Bioemprenda aún estudia la viabilidad de su producto

Entre los primeros se encuentra la iniciativa que se alzó con el premio, *Pharming*. Este proyecto pretende aprovechar el hueso de la fruta más típica de Callosa d' En Sarría, el níspero, para extraer un nuevo antiplaguicida agrícola natural y sin efectos secundarios. El escollo para iniciar la actividad es el largo plazo de tiempo que implica la investigación para obtener resultados definitivos. "Hasta ahora hemos desarrollado las pruebas a nivel de laboratorio y esta campaña se realizarán ensayos de campo, que determinarán la viabilidad de comercializar este producto", explica Estefanía Hinarejos.

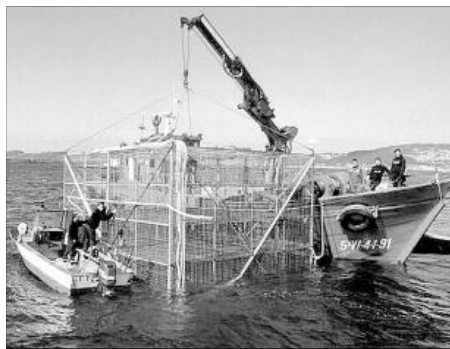
Larga búsqueda

Otro de los finalistas, Pablo Taborda, sí que ha constituido una sociedad bajo la fórmula de nueva empresa. A su proyecto inicial, una consultora medioambiental que ofrezca soluciones como la repoblación de ecosistemas con los que compensar sus emisiones de gases a las industrias afectadas por el protocolo de



El freno de la ley

En el caso de *Star Cell* el dinero no ha sido el obstáculo, sino la falta de un marco normativo en una disciplina en pañales como la biociencia. "Nuestro proyecto para obtener células madre a partir de embriones no viables ha quedado aparcado a la espera de que se apruebe la nueva ley de Investigación, prevista en un año", señala el investigador del Instituto Valenciano de Infertilidad (IVI), Carlos Simón.



Kioto, ha añadido la biomedicina, con la incorporación de una especialista en diabetes, María Rubio. En esta área pretende implantar un proyecto de atención especializada a través de las nuevas tecnologías. Aunque mantiene contactos, la entrada de nuevos socios aún no se ha producido. "La cultura inversora del ladrillo está demasiado asentada", asegura Taborda, que sigue en contactos con varios posibles clientes del azulejo y la petroquímica.

Quien ya tiene clientes es *Innofood*, una *spin off* de seis investigadores de la Miguel Hernández de Elche. La empresa ingresó 22.000 euros en 2004 y prevé duplicar la cifra este año ofreciendo servicios

Tres de los cinco finalistas ya tienen actividad pero continúan a la caza de un inversor

Más investigación

El proyecto *Pharming*, que busca obtener del hueso del níspero un activo capaz de combatir los nematodos, una plaga que ataca a la agricultura mediterránea, se impulsó en la primera edición de *Bioemprenda*. Desde entonces esta iniciativa de científicos españoles, belgas e ingleses ha recibido apoyo financiero de socios británicos para mantener la investigación, que este año aún debe despejar su viabilidad comercial.

Sobredemanda

Granja Piscícola Mareny ya operaba como empresa antes de optar al premio. De hecho sigue comercializando su producto, masa planctónica criada en laboratorio para alimentar los peces criados en cautividad, un sector en plena ebullición que de hecho ya demanda mucha más producción de la que puede servir. Para ampliar su invernadero piloto necesita 240.000 euros que no acaban de llegar.

de investigación a industrias agroalimentarias para la búsqueda de ingredientes funcionales. Además, tiene un proyecto para lograr productos cárnicos con estos ingredientes, para que, por ejemplo, sean ricos en fibra o se conserven más tiempo. Pese a que se autofinancia, su gran salto vendrá de la mano de un nuevo laboratorio, para el que necesita 80.000 euros. "En nuestro caso no resulta fácil obtener financiación porque al ser poco dinero parece que el proyecto tiene menos credibilidad", apunta José María Fernández. Pese a ello, considera que el panorama ha mejorado, y que cada vez hay más financiación pública, porque "ideas nunca faltan".

LA VENTANA DEL DIRECTIVO

Cambios culturales en la empresa del siglo XXI

En el *International Client Meeting* de *Haygroup*, que se celebra el presente mes de abril, se reúnen los principales investigadores y ejecutivos clave de todo el mundo quienes actualmente se encuentran abordando temas tan complejos e importantes como la diversidad cultural, la movilidad de trabajadores, un nuevo código de gobierno, la ética y la responsabilidad social que afectan a los líderes empresariales de Europa, aspectos en los que se han de centrar para redefinir la estrategia y asegurar el éxito y la renovación de su negocio. Mediante el ejercicio de este liderazgo, deben aportar los valores que garanticen que Europa llegue a convertirse, para 2010, en la economía generadora de un crecimiento sostenible con más y mejor empleo y mayor cohesión social. Crecimiento y generación de valor que están íntimamente unidos a la consecución de una nueva cultura de cambio por el éxito de las soluciones adoptadas.

Estudiando la situación en la empresa española a finales del siglo pasado, Del Val muestra -en estudio realizado en 1994- la existencia de dos culturas empresariales, una funcional y otra basada en las personas, con un denominador común: el bajo valor de la influencia de la cultura sobre la I+D, lo que pone de manifiesto que la cultura de la empresa española venía a poner su acento sobre los conocimientos y no sobre el ejercicio creativo de la inteligencia y la capacidad de decisión.

Poco ha cambiado en este escenario, en el entrante siglo XXI, mientras la empresa española se caracteriza por fomentar una organización eficiente del puesto de trabajo, la multinacional se orienta más a la persona, pretendiendo una cultura que valora más el trabajo en equipo y una mejor adaptación a los entornos competitivos, donde valores como la conciliación de trabajo y familia, por ejemplo, empieza a ser una prioridad.

Se precisa, pues, una cultura más dinámica que exige un nuevo espíritu de raíz *schumpeteriana*, es decir, necesidad de orientación, y no aferrarse a los valores empresariales tradicionales. El empresario no sólo debe descubrir cuál es la dinámica de valores, sino que además tiene que saber cómo los configura, cómo los institucionaliza, en suma cómo los convierte en una filosofía, operativamente, de lo contrario, la organización no será capaz de seguir el proceso de transformación que, mediante la habituación, institucionalización y legitimación, garantice su pervivencia, lo que precisamente constituye, de acuerdo con Lucas (2002), su cultura.

Para Llano (2002) este nuevo concepto dinámico de la cultura de empresa lleva a que ésta cumpla su responsabilidad social primaria que es la invención de lo nuevo, cuyas características son: innovación -no tanto referida a la tecnología como al comportamiento humano-, hábito de anticipación y coherencia entre el comportamiento exterior e interior, a estos efectos, señala Llano, entre otros casos, un error muy común es ver a los competidores como enemigos. Si se adopta esta apreciación, el siguiente paso es ver a los compañeros como obstáculos en la carrera profesional.

En definitiva, no se puede ser coherente si no se es justo. Si el objetivo estratégico no tiene en cuenta la dignidad de la persona y el bien común, los grupos expresarán su disconformidad, señalando la brecha existente entre lo que se predica y lo que se realiza. Hoy día existe demasiada ocupación en la *estética* descuidando a veces lo más elemental en el terreno de la justicia. No basta, pues, conformar una cultura alineada con la estrategia si aquella no sigue un código ético, basado en la dignidad de la persona, el reconocimiento y el servicio.



Juan Francisco Mira García-Gutiérrez
Director de
Fundación Estema

La multinacional se orienta más a la persona y valora el trabajo en equipo