



LEY EXPIRA EN 2025

Mantener el incentivo a la I+D: clave para avanzar en innovación

El "track 4" del Summit País digital 2024 se enfocará en cómo construir un Chile digital e innovador. Regulaciones estimulantes y el efecto del cambio generacional asoman como motores para esa transformación. **MANUEL FERNÁNDEZ**

Cómo construir un Chile digital e innovador es el "track 4" y final que estructurará los debates que se verán hoy y mañana en el Summit País Digital 2024. En este ámbito, el debate clave es cómo alentar a que la innovación, especialmente la apalancada en tecnologías digitales, deje de ser algo accesorio o "deseable" a convertirse en una necesidad real para las organizaciones públicas y privadas.

"Es esencial que las políticas públicas trasciendan a la promoción y adopción de tecnologías, integrando un enfoque estratégico que priorice la innovación como un motor fundamental del desarrollo económico y social", plantea Fernando Sánchez, gerente general de País Digital.

A juicio del experto, esto pasa por una serie de factores, donde el primero es que se requiere de "políticas que fortalezcan la inversión en I+D, es decir, incrementar el financiamiento público y privado en investigación y desarrollo, y generar incentivos que faciliten la colaboración entre universidades, centros de investigación, y el sector privado".

En ese sentido, es especialmente preocupante el fin de la vigencia de la ley de incentivo tributario a la I+D, que ocurrirá en 2025 y para la cual aún no hay una fórmula de continuidad.

"Es fundamental garantizar la continuidad y estabilidad en las políticas de I+D. Esto implica que los estímulos fiscales y otros incentivos deben ser previsibles y mantenerse a largo plazo, de modo que se incentive una inversión sostenida en innovación", sostiene Sánchez.

Pero no es lo único en materia de política pública. A su juicio, el desarrollo del talento digital, a través de programas de *reskilling* y *upskilling* también es fundamental para que Chile no solo adopte tecnología, sino que también innove con ella y se beneficie.

En tercer lugar, considera vital "mejorar el acceso al financiamiento para proyectos innovadores, creando mecanismos que faciliten el acceso a capital de riesgo, especialmente para las iniciativas en sus etapas iniciales".

UN CAMBIO CULTURAL

Más allá de las políticas públicas, Sánchez cree relevante el factor cultural. Esto implica tanto que las industrias estratégicas vean con más decisión las potencialidades de las nuevas tec-



"A medida que los consumidores se vuelven más educados y conscientes, las empresas tienen el desafío de equilibrar la innovación, la sostenibilidad y el precio en sus ofertas de productos".

ANDREA RAMÍREZ
 Directora de Marketing de Visa Chile.

nologías como agentes de mayor productividad, como la necesidad de que a nivel empresarial se valore el riesgo y la experimentación, y se "reconozca el fracaso como una parte natural y valiosa del proceso de innovación. Estos elementos combinados pueden ayudar a crear un entorno más propicio para la innovación en el país".

Parte de ese cambio cultural, cree Andrea Ramírez, directora de Marketing de Visa Chile, tiene que ver con un factor demográfico.

"La Generación Z, que en Chile representa casi un 20% de la población, está aportando en la construcción de un mundo digital, innovador y sostenible de diversas maneras. Como nativos digitales, están impulsando la adopción de nuevas tecnologías y métodos de pago innovadores como las criptomonedas y los servicios de 'Compra ahora, paga después' (BNPL). Están participando activamente en la economía digital, influenciando las tendencias y comportamientos de consumo. Por ejemplo, están llevando el avance de la economía de los videojuegos, no solo como jugadores, sino también como creadores de contenido e incluso inversores", asegura.

De hecho, cree que este cambio generacional puede tener una influencia decisiva: "La percepción del valor a la hora de tomar decisiones de compra está cambiando, especialmente en la generación Z. Esta generación valora en gran medida la innovación y el contenido atractivo. Las marcas han tenido que adaptarse a estas preferencias. A medida que los consumidores se vuelven más educados y conscientes, las empresas tienen el desafío de equilibrar la innovación, la sostenibilidad y el precio en sus ofertas de productos".



"Invertir en el desarrollo de talento digital e innovación es clave para mantenerse competitivas en un entorno en constante cambio".

ANTHONY YORSTON
 Director de Productos móviles en Samsung Chile.