




**Cultura de innovación:**

# Clave en la Empresa y el Estado



Los indicadores, mediciones y análisis ayudan a posicionar y levantar la importancia de este tema, logrando que sean relevantes para los directorios y la toma de decisiones.

**Por: Andrés Zahler, asesor Innovación Ministerio de Economía y profesor asociado UDP.**

 Posicionar una cultura de innovación al interior de las organizaciones es esencial para empujar y lograr 'pasar del dicho al hecho' en materia de innovación en las empresas.

El tipo de cosas que se requiere va más allá de recursos y tecnología. Deben estar aparejadas con capacidades, cultura, indicadores y valor estratégico. Esto nos permitirá transitar en forma real y efectiva hacia una economía que se desarrolle basada en el conocimiento, la creatividad, desde una que todavía se basa fuertemente en los recursos naturales e industrias que elaboran en torno a ellos, con crecientes restricciones y desafíos ambientales y sociales, que requieren de hacer las cosas distintas.

Pero esto parte por cambiar desde dentro. Índices como el ranking de Creatividad e Innovación C<sup>3</sup>, ayudan a posicionar y levantar la importancia de este tema y hacen más fácil que dichos indicadores lleguen y sean relevantes para los directorios y la toma de decisiones.

El desafío cultural en innovación es igual o mayor en el sector público que en el sector privado. En el Estado juega en contra -de partida- el derecho público, donde a diferencia del sector privado, sólo se puede hacer lo que la ley expresamente permite. Esto, sumado a un temor creciente a la

revisión y sanciones de Contraloría ante errores o riesgos, hace que iniciativas de cambio sean difíciles de implementar y que prime una cultura de aversión al riesgo. La complejidad crece cuando las soluciones que se necesitan son cada vez más interministeriales, ante desafíos relacionados al agua, hidrógeno verde, descentralización, por nombrar algunos.

Sin embargo, el impacto de un estado más flexible, y que permita probar, fallar, innovar y promover innovación del sector privado es doble. Por un lado, incrementa la productividad del propio Estado. Pero asimismo es un catalizador de mayor productividad del sector privado, al liberar tiempo, facilitar inversión, promover I+D, generar mayor cohesión social. Esa es la gracia de empujar una cultura de innovación en el Estado ya que, al hacerlo, son un ejemplo para el resto del Estado e incluso, empujan al sector privado a innovar. Instituciones como el Laboratorio de Gobierno buscan justamente eso, o el trabajo que están haciendo los Centros Resolutivos Regionales (en base a recomendaciones de la Comisión Nacional de Evaluación y Productividad - CNEP) y el Laboratorio de Innovación Pública con el Ministerio de Salud, para reducir listas de espera en hospitales y de paso cambiar la cultura dentro de las instituciones que están realizando mejoras. En todas ellas, uno de

los temas clave para ir traccionando el trabajo es la medición de procesos, avances, resultados, así como cultura y capacidades para innovar.

El actual gobierno tiene una agenda concreta de nuevas iniciativas para promover un Estado innovador y con mayores capacidades, de forma de generar mejores políticas, servicios a los ciudadanos y promover mayor innovación. Una iniciativa que apunta a esto es el de Compras públicas de Innovación, que busca impactar en la innovación del sector privado, utilizando un porcentaje de las compras públicas para resolver problemas que no tienen una solución en el mercado. De esta forma se obtienen mejores servicios a los ciudadanos, un estado más eficiente y eficaz, y a la vez de demanda y compra de innovación al sector privado, aportando a solucionar una de las más importantes barreras que tienen las empresas para innovar: la incertidumbre o falta de demanda por innovación.

Sin embargo, esto implica un importante desafío cultural para promover la innovación del sector público, de forma que compradores públicos, áreas financieras y legales, comprendan la importancia estratégica de la innovación. Así como en el sector privado, en el sector público será esencial posicionar una cultura de innovación de forma de avanzar hacia un país más desarrollado.