

Innovar en tiempos de emergencia: más allá de la ciencia dura

En tiempos en los que Chile enfrenta el urgente desafío de recuperar su crecimiento económico, dinamizar el empleo formal y ofrecer horizontes esperanzadores, la innovación y el emprendimiento vuelven al centro del debate. Bienvenida sea la decisión de aumentar la inversión en investigación y desarrollo (I+D), históricamente baja para nuestros niveles de ingreso y la alta calidad de nuestras universidades. Pero el camino hacia una economía más dinámica y resiliente no se agota ahí.

La historia reciente nos muestra que los países que logran movilizar su energía emprendedora hacia resultados concretos y sostenibles, no lo han hecho solo a partir de resultados de laboratorios o *papers* académicos. Hay al menos dos fuentes adicionales de innovación, cuyo potencial sigue subutilizado en Chile: la innovación basada en diseño y en modelos de negocios.

La economía creativa, como se le conoce en el Reino Unido, constituye una fuente de creación de valor económico, cultural y social de primer orden. En ese país, sus industrias creativas —desde el diseño, la arquitectura, el cine o los



ALFONSO GÓMEZ M.
 CONSEJERO DEL CENTRO
 DE INNOVACIÓN UC
 Y DIRECTOR DE LA
 CORPORACIÓN 3XI

“No basta con impulsar más ciencia: hay que articular conocimiento aplicado, reconocer el valor estratégico del diseño, y fomentar modelos de negocios innovadores que generen empleo y productividad”.

videojuegos, hasta la música y la moda— representan un aporte al PIB comparable con el de su sector financiero. Y lo hacen creando empleos altamente calificados, exportando talento, impulsando territorios y atrayendo inversión.

En Chile, el diseño rara vez se ve como un vector de innovación con valor estratégico. Se le suele considerar accesorio, decorativo, periférico. Pero basta mirar casos como el rediseño de servicios públicos, la mejora de la experiencia usuaria en plataformas digitales o la reinención de productos tradicionales con identidad local, para entender su enorme potencial de impacto a corto plazo, riesgos menores y retornos demostrables.

La segunda fuente subestimada es la innovación basada en modelos de negocio. Nuestros unicornios más conocidos —Cornershop, NotCo, Betterfly, Fintual— no surgieron de laboratorios científicos, sino de la observación aguda de necesidades insatisfechas, y de la capacidad de combinar tecnologías existentes con modelos de comercialización creativos, escalables y centrados en las cambiantes prácticas de los usuarios.

Requieren inversión, sí, pero no necesariamente años de investigación básica ni grandes laboratorios. Requieren ecosistemas flexibles, financiamiento temprano y talento capaz de pensar distinto. Y también reglas del juego que no castiguen el ensayo y error, sino que lo vean como parte inevitable del proceso emprendedor.

En resumen, un Gobierno que se declara “de emergencia” debería esperar de su Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación un enfoque que haga honor a cada uno de esos cuatro conceptos. No basta con impulsar más ciencia: hay que articular conocimiento aplicado, reconocer el valor estratégico del diseño, y fomentar modelos de negocios innovadores que generen empleo y productividad.

Innovar no es solo inventar. Es combinar, rediseñar, adaptar, atreverse. Y hacerlo con sentido de urgencia, pero también con visión de país. Porque una verdadera recuperación no se mide solo en cifras de inversión, sino en oportunidades reales para que más chilenos y chilenas puedan transformar sus ideas en acción.