

# La compra pública de innovación, el motor de una economía competitiva

**RETOS/** La colaboración público-privada en I+D aumenta la eficiencia de la Administración y da proyección internacional al tejido empresarial español, a la vez que dinamiza la economía

Ana Cabanillas, Madrid

El impulso de la innovación española por parte de la Administración Pública no sólo se lleva a cabo a través de subvenciones o ayudas; la compra pública de innovación, con la adquisición de soluciones que aún están por desarrollar, es clave para impulsar la economía y competitividad de un país, ya que propone nuevos retos a las empresas, ofrece respaldo en su investigación y avanza en la mejora de los servicios públicos. Éstas fueron algunas de las conclusiones del *Observatorio Compra Pública de Innovación como instrumento para potenciar el desarrollo de los mercados innovadores*, organizado por EXPANSIÓN y Corporación Tecnológica de Andalucía (CTA).

“La Administración innovadora sabe lo que quiere para sus ciudadanos y lo quiere antes de que esté en el mercado”, sentenció María Luisa Castaño, directora general de Innovación y Competitividad del Ministerio de Economía.

Las particularidades de la compra pública de innovación hacen que las operaciones no siempre sigan el curso tradicional. La Administración puede comprar tecnología ya desarrollada, pero la compra también puede producirse sobre productos o servicios aún inexistentes. Unas nuevas dinámicas que requieren, según Castaño, un “cambio cultural radical en el modo de comprar”.

## Formación

En este escenario, Miguel Ángel Bernal Blay, director general de Contratación, Patrimonio y Organización del Gobierno de Aragón y secretario ejecutivo del *Observatorio de Contratación Pública*, reclamó una mayor formación del personal público para entender estos nuevos procesos. “Ésta es una nueva forma de comprar que exige una nueva cultura porque vamos a comprar cosas que no existen”, afirmó Bernal.

Así, antes de la operación “es necesario hacer diferentes consultas al mercado, publicar demandas tempranas y ver qué soluciones ofrecen



Desde la izquierda, Miguel Ángel Bernal Blay, director general de Contratación, Patrimonio y Organización del Gobierno de Aragón y secretario ejecutivo del Observatorio de Contratación Pública; Juan Luis Martín Ruiz, director de Innovación de Indra; Jesús Alonso Sánchez, secretario general de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Consejería de Economía e Infraestructuras de la Junta de Extremadura; Joaquín Moya-Angeler Cabrera, presidente de CTA; M<sup>a</sup> Luisa Castaño, directora general de Innovación y Competitividad del Ministerio de Economía; Manuel del Pozo, director adjunto de EXPANSIÓN y moderador del debate; Ramón González Carvajal, secretario de I+D+i en Salud de la Junta de Andalucía; Juan Manuel Garrido Moreno, subdirector general de Fomento de la Innovación Empresarial de la Dirección General de Innovación y Competitividad; y Luis Fernando Álvarez-Gascón, director general GMV Secure E-Solutions.

las empresas”, para incorporarlas después a la convocatoria del concurso público.

En esta dinámica, la decisión final de compra requiere de una formación especializada: “Hay que profesionalizar la compra pública para que tenga garantías de éxito”, mantuvo Bernal, mientras que María Luisa Castaño abogó por la creación de “equipos multidisciplinares que evalúen y ayuden a rebajar la incertidumbre tecnológica”.

Uno de los handicaps de la compra pública de innovación radica en el alto riesgo de la operación, por la que la Administración paga por un producto aún inexistente.

**JOAQUÍN MOYA-ANGELER CABRERA**  
Presidente de CTA

“Es esencial que la Administración entienda que la compra pública es el mayor motor de la innovación”

Todos los ponentes coincidieron en la necesidad de asumir el riesgo y perder el miedo a este tipo de compras. Para ello, Bernal destacó que “es fundamental definir el modelo de compra, y regular procedimientos y herramientas”.

El cambio cultural es uno de los desafíos de la Administración para que la compra pública de innovación se convierta en “una estrategia para el país”, como defendió Ramón González Carvajal, secretario de I+D+i en Salud de la Junta de Andalucía. González señaló las dos vertientes de esta operación: “Fomentar y poner retos a la empresa pequeña y proyectarnos a nivel

**MARÍA LUISA CASTAÑO**  
Directora general de Innovación de Economía

“Para que funcione, el concepto de servicio público del empleado tiene que ser bandera”

internacional, dándole referencias para que innoven en el resto del mundo”.

Precisamente estos retos son los que explican el razonamiento de Indra, como planteó Juan Luis Martín Ruiz, director de Innovación de la compañía: “La historia de Indra se explica al hilo de nuestra colaboración con clientes que han sido siempre muy exigentes y que demandan capacidad de una innovación que hasta entonces no existía”.

## Innovación apolítica

Sin embargo, en la evaluación que precede a la compra, “siempre existe cierto grado de discrecionalidad técnica” en la elección, mantuvo González

**JUAN LUIS MARTÍN RUIZ**  
Director de Innovación de Indra

“Hace falta talento para una inversión que genera empleo, apoya el emprendimiento y fomenta la innovación”

Carvajal. Una discrecionalidad que, a su juicio, tiene el riesgo de que se confunda con otros tipos de interés. “Lo que no puede ser es que cada vez que haya algo de este tipo, haya acusaciones y salga en los periódicos”, lamentó.

El presidente de la CTA, Joaquín Moya-Angeler Cabrera, también matuvo esta tesis: “El gran riesgo es que estamos viendo un proceso trágico de judicialización de la política”, procedente de una previa “politización de la justicia”. “Si queremos que funcione, hay que entender que es una inversión de riesgo, que puede ir mal y que el funcionario puede equivocarse”, expuso Moya-Angeler.

**JUAN MANUEL GARRIDO**  
Dtor. gral. adj. de Fomento a la Innovación Empresarial

“La continuidad en la línea de acción es clave; lo que falta es el elemento normativo”

**MIGUEL ÁNGEL BERNAL**  
Director general de Contratación del Gobierno de Aragón

“El factor precio no debería tenerse en cuenta, no podemos hacer innovación ‘low cost’”

**JESÚS ALONSO SÁNCHEZ**  
Secretario general de Innovación de Economía de la Junta de Extremadura

“Uno de los retos será conseguir capilaridad, llevarlo a pequeños ayuntamientos”

**RAMÓN GONZÁLEZ CARVAJAL**  
Sec. I+D+i en Salud de la Junta de Andalucía

“Con la compra pública fomentas la innovación a través del uso de productos innovadores”

**LUIS FERNANDO ÁLVAREZ-GASCÓN**  
Director general GMV Secure E-Solutions

“Lo que más teme la Administración es que se interprete el riesgo como mala gestión”

El presidente de la fundación andaluza fue tajante en su convicción de que “la innovación debería estar completamente fuera del espectro político”. “Se tardan 6 u 8 años en conformar un grupo de desarrollo y, si se recuerda de un plumazo, se tarda mucho en volver a formarlo”. Moya-Angeler subrayó la relación entre la compra pública de I+D y el grado de innovación, “una correlación que se ve en países como EEUU o Israel”.

Luis Fernando Álvarez-Gascón, director general de GMV Secure E-Solutions, reclamó otro tipo de atención desde el ámbito político “El plan económico tiene que descansar sobre la innovación, no puede venir de una producción más barata”, afirmó el directivo, a la vez que alentó a los dirigentes a incluir este aspecto en sus programas electorales, pues “la política de innovación pública no puede ir disociada de la estrategia global y ahora mismo los gestores no lo tienen en cuenta”.