

O Processo de Inovação visto por Dentro

Por Pedro Conceição

A concepção e a implementação de políticas públicas que estimulem a inovação em Portugal são temas recorrentes de debate na sociedade portuguesa. Mas talvez seja agora, mais do que nunca, que importa avançar decisivamente com acções concretas. Para tal, importa recolher tanta informação quanto possível sobre o que se sabe relativamente ao que determina e condiciona o processo de inovação.

Porque é que as empresas hão-de inovar?

Num livro recente, William Baumol – economista já reformado que conseguiu o feito raro de conciliar uma distinta carreira académica com uma intensa actividade de consultoria – deixa um testemunho importante para que melhor se compreenda o processo de inovação. O livro (*The Free-Market Innovation Machine*, Princeton University Press, 2002) é uma sistematização e repositório do pensamento que, ao longo de décadas de investigação e de resolução de problemas concretos, Baumol foi dedicando a uma pergunta simples: porque é que há tanta inovação nas economias de mercado mais desenvolvidas e de que forma é que essa inovação se transforma em prosperidade económica?

Há primeira vista a pergunta parece pouco interessante. Mas se se reflectir um pouco sobre as contingências e dificuldades que, para as empresas, estão associadas à inovação percebe-se que a pergunta tem toda a relevância.

As actividades orientadas para a inovação (investigação e desenvolvimento, prospecção de mercados, recolha de informação sobre novas tecnologias) são dispendiosas. Para além de terem custos directos, implicam que as empresas a elas afectem recursos que não são utilizados na actividade produtiva, o que implica que há também custos de oportunidade. Os resultados destes esforços são incertos e podem não trazer qualquer benefício para a empresa (se um projecto de investigação não gerar qualquer novo produto ou processo, por exemplo). Ainda que haja benefícios, estes ocorrerão só no futuro, muitas vezes só a longo prazo. E, finalmente, a empresa só consegue apropriar-se de parte dos benefícios gerados pelas inovações com sucesso (no máximo 20%, de acordo com a estimativa de Baumol): a maior parte dos benefícios acaba por se dispersar pela sociedade no seu todo.

Os Três Factores de Baumol

Se se tiverem em conta estas contingências, faz todo o sentido perguntar o que é que leva as empresas a inovar, especialmente em economias de mercado em que as decisões das empresas não são condicionadas por outros factores que não a maximização do retorno económico dos accionistas (ou detentores) da empresa. Baumol encontra três razões que explicam não só porque as empresas inovam, mas também porque é que a inovação se traduz em crescimento económico.

Em primeiro lugar, Baumol conclui que nas economias de mercado mais desenvolvidas as empresas inovam não circunstancialmente ou ocasionalmente mas sistematicamente, porque caso contrário desaparecerão. Assim, inovar é uma questão de vida ou de morte. Cada empresa sabe que se não o fizer, haverá outra ao virar da esquina que acabará por fazê-lo. O resultado? Uma espiral crescente de inovação, especialmente nos sectores da economia mais avançados tecnologicamente. Veja-se, por exemplo, o caso da indústria de semicondutores, caracterizada pela famosa lei de Moore (a capacidade dos microprocessadores duplica de 18 em 18 meses). Será que há algo de místico neste sector industrial? Apenas a expectativa da Intel de que a AMD introduza um novo processador, e vice-versa. Acabam por fazê-lo ambas, e outras empresas também, com pouco tempo de intervalo.

Em segundo lugar, as empresas sabem que a inovação é cara, incerta e que é impossível apropriar completamente os seus benefícios (talvez 20%, no máximo, como se disse acima). De que forma é que as empresas lidam com esta situação? Partilhando os custos das actividades de inovação e, depois, também os benefícios delas decorrentes. As empresas licenciam patentes, financiam investigação fundamental, participam em consórcios. Isto não é bom apenas para estimular a inovação. Ajuda também a que as inovações se difundam e a que se encontrem as empresas que melhor conseguem tirar partido delas – e que podem até nem ser as que originalmente introduziram a inovação. É através deste processo de difusão das inovações que estas contribuem para o crescimento económico.

Finalmente, em terceiro lugar, as actividades de inovação fazem parte da rotina das empresas, especialmente das de alta tecnologia. As inovações esporádicas, por indivíduos ou empresas recém-criadas, são importantes, muitas vezes levando ao aparecimento de novos sectores de actividade. Mas é a execução sistemática de actividades de inovação nas empresas já existentes de média e grande dimensão que, de acordo com Baumol, mais contribui para a inovação e para o crescimento económico.

A combinação dos três factores é importante, de acordo com Baumol. Não basta, por exemplo, ser bom inventor; é preciso também que um país seja capaz de difundir as inovações para que estas se traduzam em crescimento económico. A inovação não pode ser apenas uma moda ou ir acontecendo ao sabor deste ou daquele estímulo governamental; terá que fazer parte do dia a dia das empresas.

Porque é que estes três factores parecem estar presentes nalguns, e não noutros, países? Para Baumol a resposta está nos incentivos que as empresas (e os empreendedores) enfrentam. Há bons empreendedores tanto nos Estados Unidos como em qualquer outro país, mas a forma como a sua energia e a criatividade é canalizada depende das estruturas de incentivos que enfrentam. Um desafio importante que se porá a uma política pública que estimule a inovação em Portugal é estruturar incentivos para que, também em Portugal, venhamos a conviver com os três factores de Baumol.