

Diário de Petrópolis, 14 de Maio de 2023

Inovação é a Essência da Competição

Por: Ronaldo Fiani

Nos últimos artigos tenho destacado o papel central da inovação para o desenvolvimento econômico. Infelizmente, alguns interpretaram estes artigos como se as inovações fossem algo alheio ao funcionamento “normal” da economia, algo extraordinário, que somente acontece em processos de desenvolvimento, quando a própria economia é transformada. Infelizmente, esta visão é bastante comum, sendo compartilhada até mesmo por empresários, que preferem pagar royalties por tecnologias patenteadas, ao invés de produzirem eles mesmos as inovações.

No artigo de hoje vamos ver que inovações não são fenômenos extraordinários, mas que constituem a própria essência da competição no sistema econômico moderno. Quem não inova, não compete, por mais eficiente que seja, e está condenado a ser expulso do mercado mais cedo ou mais tarde. Para entendermos isto, vamos iniciar revendo um pouco o conceito de inovação.

O conceito de inovação esteve presente desde o início da teoria econômica. Adam Smith (1723-1790), tido pela maioria como o fundador da teoria econômica percebeu que a divisão de tarefas entre trabalhadores, que se especializam em atividades específicas aumentava muito a produtividade. Este princípio continua válido até hoje. Contudo, o primeiro autor a elaborar uma análise mais detalhada das inovações foi o economista austríaco Joseph Alois Schumpeter (1883-1950). A análise de Schumpeter é muito importante para entendermos a dinâmica da competição no capitalismo.

Para Schumpeter, há cinco tipos de inovação. Em primeiro lugar, temos a introdução de um novo bem, ou de uma nova qualidade de um bem que já existe (como, por exemplo, quando carros elétricos começam a ser vendidos). Em segundo lugar, temos a introdução de um novo método de produção (uma nova tecnologia). Esta segunda forma de inovação não envolve necessariamente uma descoberta científica, pode envolver simplesmente a aplicação do conhecimento existente de uma nova forma.

Em terceiro lugar, temos a abertura de um novo mercado, como quando um produto começa a ser vendido em algum mercado onde não era vendido antes, mesmo que este mercado tenha acabado de ser criado. Em terceiro lugar, temos a incorporação de uma nova fonte de matérias-primas, mesmo que ela tenha existido antes. Em quarto lugar, fechando a lista de Schumpeter, temos as inovações nas formas de organizar as empresas, como as cadeias globais de valor que se expandiram nos anos 1990.

O efeito de todos estes tipos de inovação é elevar os lucros da empresa que os adota além dos lucros que são usualmente empregados no setor em que a empresa atua. Ou seja, esta é a forma pela qual as empresas efetivamente competem umas com as outras. Muitos economistas, formados nas escolas mais convencionais acreditam que as empresas competem buscando oferecer o menor preço possível, explorando da forma mais eficiente possível os produtos, as tecnologias, os mercados, as matérias-primas e as estruturas organizacionais que existem (pois só é possível trabalhar no limite da eficiência sobre aquilo que é bem conhecido), e assim oferecendo o menor preço possível.

Com todas as empresas agindo assim, como os produtos, as tecnologias etc. são de conhecimento comum, e todas as empresas oferecem o menor preço possível, a margem de lucro das empresas se torna muito pequena (o que não é de surpreender). Ocorre que a competição pela maior eficiência é totalmente

secundária na economia moderna, exatamente porque se as empresas se limitarem a este tipo de competição, seus lucros desaparecem! A forma de garantir lucros elevados de forma sustentada é pela inovação contínua!

Não é por acaso que desde que a economia moderna começou a se formar, a partir dos séculos XV-XVI, o crescimento do bem-estar vem se acelerando cada vez mais: é a corrente de inovações que aumenta de forma incessante, que tem elevado o padrão de vida de forma inimaginável, como se tem observado há inúmeras gerações.

Quem acha que competição é apenas ser mais eficiente e oferecer preços competitivos, e que inovação é um “luxo” com que as empresas não precisam se preocupar, não entendeu a essência da competição na economia moderna.

Link para a matéria original:
<https://www.diariodepetropolis.com.br/integra/ronaldo-fiani-238245>