



INOVAÇÃO, MOMENTO SPUTNIK DESTA GERAÇÃO

Empresas que mais gastam em pesquisa não são as que mais criam. Inovar é fazer mais com menos, e o atrativo é o aumento de até 600% nos lucros

Por Rafael Gregorio

Em 25 de janeiro, o presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, fez um pronunciamento marcante sobre a inovação em seu discurso sobre o Estado da União. Às voltas com os primeiros sinais de recuperação econômica após um frágil período, Obama enalteceu a tradição criativa dos americanos e a ela atribuiu a missão de criar empregos e fortalecer a indústria. O presidente lembrou o avanço recente de emergentes e reconheceu uma nova ordem mundial, conclamando o país a um desafio.

Segundo estudo da Rand Corporation, consultora californiana especializada em decisões sobre políticas públicas e privadas, os EUA continuam líderes em ciência e tecnologia. O país responde por 40% dos gastos mundiais em pesquisa e desenvolvimento (P&D), emprega 70% dos vencedores de Prêmio Nobel e abriga 30 das 40 melhores universidades. Porém, vê o resto do mundo crescer no retrovisor. A China, cujo desenvolvimento baseou-se primeiro em apropriação de tecnologia, evoluiu para se tornar centro de excelência em técnicas de sustentabilidade. Na Índia a inovação se dá nos serviços, ilustrada na eficiente exportação de call centers.

Em seu discurso, o democrata destacou as empresas da internet – “somos a nação Google e Facebook” – e estabeleceu um paralelo com a corrida espacial. A União Soviética saiu na frente com o primeiro satélite, mas foi depois ultrapassada com as passadas lunares de Neil Armstrong. “Este é o momento Sputnik de nossa geração”, afirmou. A nova cruzada inovadora o dispõe a negociar com a oposição republicana para aprovar subsídios à infraestrutura tecnológica, flexibilizar as regras de imigração “para reter talentos estrangeiros” e formar novas alianças estratégicas. O que inclui as visitas, em março, a Chile, El Salvador e Brasil.

As palavras de Obama traduzem a crescente percepção sobre o poder transformador da criatividade. Condição com o diagnóstico do Insead, escola global de negócios com bases na França, Singapura, Emirados Árabes e Israel, que desde 2007 publica um estudo chamado Global Innovation Index (Índice da Inovação Global, ou IIG) que reforça a tese: “Políticos e líderes executivos já admitem a importância e a urgência de criar ambientes propícios à inovação em todos os setores”.

Para os mais otimistas, a visita de Obama a Brasília, São Paulo e Rio

de Janeiro é um reconhecimento ao desempenho inovador brasileiro. Dois elementos, entretanto, sugerem cautela. Primeiro, a queda no ranking do IIG, da 50ª para a 68ª posição em 2010. Na América Latina, descemos do 3º para o 7º lugar, atrás de países como Costa Rica, Chile e Uruguai. Segundo, e à semelhança das conjunturas ianques, as dificuldades para dispor recursos para a inovação, um processo que envolve riscos, e para aprimorar a conversão dos investimentos em resultados. Segundo a Insead, num total de 132 países, o Brasil ocupa a 36ª posição no ranking de gastos públicos em P&D. Mas as subvenções estatais vêm aumentando desde 2005. Os financiamentos do governo federal ultrapassaram R\$ 7 bilhões em 2010, e quantia ainda maior foi prometida para 2011, mas os planos podem ser afetados pelos recentes cortes.

De qualquer forma, nosso investimento para inovação hoje representa 0,82% do PIB. No Japão o índice é de 3,40%, nos EUA chega a 2,68%, e na China soma 1,42%. O país é o 28º em capacidade inovadora, mas a tradução desse potencial em cultura criativa o situa apenas na 42ª posição. Também por esse motivo, o setor privado se levanta.

Uma pesquisa mundial realizada pela consultoria McKinsey em outubro de 2008 com 1.075 altos executivos revelou a crescente importância do tema na agenda corporativa. Para 14% dos entrevistados, a inovação era a prioridade número 1, sendo uma das três maiores para 51%. Os implementos então almejados eram em produtos (71%), serviços (65%), processos (62%) e modelos de negócios (51%). Em 2010, outra consultoria, a Boston Consulting Group (BCG), revelou em pesquisa semelhante que a prioridade máxima já subira para 26% das empresas no mundo, atingindo 27% no Brasil. O maior atrativo era o aumento de até 600% nos lucros das companhias reconhecidas como inovadoras. O setor reconheceu o problema e deu o primeiro passo para solucioná-lo. O resto, porém, inclui armadilhas e falsas convicções.

Destruindo a lenda

Segundo Claudio Villar Furtado, sócio-diretor de uma consultoria de corporate finance, professor da EAESP (Escola de Administração de Empresas de São Paulo da FGV) e diretor-executivo do Centro de Estudos em Private Equity e Venture Capital (Cepe), “A atividade inovadora não vem por geração espontânea e só existe em um ambiente propício”. O centro envolve os alunos da faculdade na pesquisa de campo e na produção de conteúdos sobre casos concretos, influenciando o currículo dos cursos e disciplinas. Com base nessa experiência, ele diz que a inovação pode nascer de razões internas das empresas, “porque há um clima favorável”, ou externas, como competitividade, intervenção estatal, pesquisa acadêmica aplicada e até condições climáticas adversas.

Na síntese de Antonio Carlos Teixeira Álvares, professor do Departamento de Produção e Operações Industriais (POI) da EAESP, membro do Fórum de Inovação da FGV e CEO da Brasilata, “não é verdade que a maior dificuldade é a falta de recursos”. Para ele, “dinheiro, cientistas e laboratórios são importantes, mas não resolvem o problema. A condição é que a inovação seja o foco da companhia”. No Fórum, ele e o coordenador Marcos Augusto de Vasconcellos, também professor do

POI, referem-se a esse pré-requisito imaterial como “meio inovador interno”. Furtado adiciona: “O grande obstáculo é ter uma oportunidade de negócio viável”.

De fato, muitos fatores comprovam a fragilidade do estereótipo de que faltam recursos. Quando um inventor tem uma ideia, segundo Furtado, precisa ser educado e orientado para concorrer ao disputado vestibular do financiamento. Aos aprovados, um mercado que ultrapassa os R\$ 80 bilhões, somando-se os dados públicos às estimativas do Cepe sobre o setor privado.

Em 2009, a Finep (Financiadora de Estudos e Projetos) intermediou R\$ 2,7 bilhões e, em 2010, o valor é estimado em R\$ 4 bilhões. O BNDES (Banco

Nossa burocracia chama a atenção. Segundo o Insead, são precisos 126 dias para iniciar um negócio no país, contra 106 no Uruguai, 52 em Zâmbia e 9 nos EUA

Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) também investiu um total de R\$ 1,25 bilhão no último ano em linhas de crédito beneficiado para projetos inovadores, segundo o presidente Luciano Coutinho. O PAC da Ciência (Programa de Aceleração do Crescimento Científico) promete despejar R\$ 41 bilhões no setor na próxima década. No Estado, a Fapesp (Fundação de Amparo à Pesquisa) destinou quase R\$ 100 milhões para empreendimentos inovadores em 2009.

Teixeira diz acreditar que “o país acordou”. Ele menciona a crescente disponibilidade de recursos públicos para relevar a preocupação com a parte do governo: “A Finep cresceu tanto que está para ser transformada em banco, o que já me assusta (*risos*)”. Furtado

concorda que as maiores carências são outras: “Nossas políticas públicas estão muito bem orientadas por meio das agências de inovação e do próprio BNDES”. Ele considera positiva a pretensão do ministro de Ciência e Tecnologia, Aloizio Mercadante, de utilizar a inovação para corrigir o que ele próprio chamou de “balança comercial desregulada”. Excessivamente dependente de bens primários, o país é o 32º exportador de alta tecnologia e sofre com baixo valor agregado da produção industrial (71º lugar, segundo o IIG). “Acredito que podemos começar introduzindo inovação dentro da própria pauta de exportação, com grandes aumentos de produtividade, para depois mirar nossos produtos tradicionais de importação”, afirma. Para ilustrar que é possível agregar valor a commodities, Furtado cita o alto grau de tecnologia da agricultura brasileira, além das demandas por melhorias no transporte dessa produção e por soluções de infraestrutura e gestão. A ideia é reduzir o Custo Brasil, “que dificulta tudo, não só a inovação”, acrescenta Teixeira. A burocracia do Estado é outro ponto que chama a atenção. Segundo o Insead, são precisos 126 dias para iniciar um negócio no país, contra 106 no Uruguai, 52 em Zâmbia e nove nos EUA. Por outro lado, Teixeira enxerga recentes melhorias, como a Lei do Bem (11.196/05), que esclareceu o vínculo entre universidades e empresas.

Outros fatores reforçam que para inovar não basta apenas dinheiro. Os estudos da McKinsey e do BCG comprovaram que as empresas que mais gastaram em P&D nos últimos anos não foram as que mais criaram. A General Motors lidera o ranking de gastos, mas não aparece sequer entre as dez mais inovadoras. Quem encabeça a lista é a Apple, seguida por Google, Microsoft, IBM, Toyota, Amazon, LG Electronics, BYD Company, General Electric e Sony. A Petrobras é a única brasileira em destaque, na 41ª posição. “Isso está intimamente ligado ao meio inovador interno: eles tiram mais com menos”, afirma Teixeira. A concentração de poder nas empresas também se revela um fator inibidor relevante. Segundo o IIG, 73% das iniciativas inovadoras ainda se concentram nos cargos acima da vice-presidência corporativa.

Educação e acaso

Para o CEO da Brasilata, Antonio Carlos Teixeira Álvares, “claro que seria ótimo se houvesse mais recursos, mas a prioridade para inovar hoje se chama educação”. Ele menciona uma recente leitura sobre um país que lista a educação como sua maior urgência para estimular a criatividade: a Alemanha. “Mesmo para eles, tão avançados, o relevante é investir em pessoas”, afirma. Vasconcellos lembra a Coreia, onde os professores têm status de “construtores da nação”. Os fundadores do Fórum defendem que a inovação acontece em todas as magnitudes, e nem sempre está relacionada a mudanças radicais. “Mas para isso é preciso ter gente qualificada e corporações conscientes. Todas as empresas realmente inovadoras são excelentes lugares para trabalhar”, pontuam, com exemplos como as já citadas Google e Apple e a Southwest Airlines.

Uma vez imbuídas de um ambiente positivo, as ideias passam a contar também com um benefício inusitado: o acaso. Teixeira menciona o golfista norte-americano Tiger Woods: “Um dia ele acertou um *hole one* (acertou o buraco na primeira tacada) e disseram que era protegido por Deus. ‘É verdade, mas notei que quanto mais treino, mais Deus me protege’, respondeu”. A mentalidade inovadora já se mostrou primordial em outras criações históricas. “Um cientista buscava conseguir fibras longas e, cansado dos sucessivos fracassos, um dia ficou de saco cheio e jogou o troço na água. Apareceu o nylon”, diverte-se. É a chamada serendipidade, casualidade aparentemente fortuita ligada à sagacidade. Outros exemplos incluem teflon, telefone celular, pílula anticoncepcional, caixa registradora e o queijo. Sobre o tema, o cientista francês Louis Pasteur afirmou: “O acaso só favorece a mente preparada”.

Anjos, sementes, aventureiros e anabolizantes

Segundo Furtado, “A cada 100 oportunidades estruturadas, duas acabam passando por todas as etapas de teste e recebem algum dinheiro”, afirma. Tendo reunido todas as condições subjetivas, entretanto, fica mais fácil para o empreendedor usufruir

de recursos, seja qual for o status de seu negócio. Ele explica que quando se trata de inovação, a pluralidade de incertezas molda o comportamento dos investidores. “É preciso uma organização empresarial especial com mecanismos também especiais, para financiar, monitorar os primeiros passos, selecionar as lideranças e equipes de gestão e, principalmente, garantir fluxo contínuo de capital”, afirma. Essa é sua definição para o venture capital, dinheiro de capitalistas “aventureiros”, dispostos a encarar o risco de perder e ganhar muito. Destinado a impulsionar negócios que já apresentam alguma estatura, o capital de risco os prepara para posteriormente acessar as formas mais tradicionais de finan-

“Muitas vezes o time que leva uma empresa a faturar R\$ 50 milhões ao ano não é o mesmo que a levará a R\$ 500 milhões, muito menos a R\$ 1 bilhão”, afirma Furtado

ciamento: crédito bancário de longo prazo e mercado de capitais.

O professor explica que existem também negócios que já fixaram seus métodos e produtos e demonstraram grande capacidade de gestão e geração de receitas, mas precisam subir um degrau. “Muitas vezes o time que pode levar uma empresa a faturar R\$ 50 milhões ao ano não é o mesmo que a levará a R\$ 500 milhões, muito menos a R\$ 1 bilhão”, afirma. Aí entra o private equity, normalmente estruturado em fundos de investimento especializados, que intervêm na organização empresarial para alavancar seu crescimento. Quase como um anabolizante. Segundo Furtado, as duas modalidades concentram fartas ocorrências de inovação, “principalmente

em modelos de negócio, métodos de gestão operacional e estratégias”. Respondem também por estimados US\$ 36 bilhões no Brasil, divididos em US\$ 3,5 bilhões de venture capital e US\$ 32,5 bilhões de private equity. Segundo o Cepe, esse total era de apenas US\$ 6 bilhões em 2005, o que evidencia o grau do crescimento recente, puxado em grande parte pelo ingresso de capitais estrangeiros. Por outro lado, ainda está distante do mercado norte-americano, por exemplo, que já foi de US\$ 1 trilhão em 1985 e hoje ultrapassa US\$ 500 bilhões.

Mas existem ainda investidores interessados em empreendimentos que quase não saíram do estágio inicial. Como verdadeiros anjos da guarda, dispõem-se a injetar grandes quantias em sementes que ainda precisam ser nutridas para ganhar os primeiros contornos empresariais. São os “angel investors”, ou investidores-anjo, “pessoas físicas com grande percepção de oportunidades e baixíssima aversão a risco”, define Furtado. Seu papel é fazer aportes numa fase embrionária para fomentar pesquisas, desenvolver a ideia, estruturar um modelo de negócio e eventualmente avaliar o potencial de mercado. Essa etapa é anterior à do venture capital e funciona segundo uma lógica quase insana: numa disponibilidade total de US\$ 40 milhões, 90% são infrutíferos e se perdem em nome dos 10% restantes, que cobrem os custos e ainda garantem ganhos extraordinários. Existem até fundos especializados nessa fase de seed, com capital total entre US\$ 300 milhões a US\$ 400 milhões. Mas antes de tirar aquele velho projeto da gaveta, é importante ouvir o alerta: “A avaliação pessoal é fundamental e extremamente rigorosa”.

Segundo Furtado, a procura dessa indústria atualmente se concentra em alguns segmentos. Dentre eles, energia e petróleo, comunicação, tecnologia da informação – “principalmente softwares, em que o Brasil tem grande competitividade” –, logística e educação. O professor acrescenta à lista “os setores relacionados ao crescimento do consumo, causado pelo aumento da classe média”, como varejo, bebida e alimentos, construção civil e saúde. 