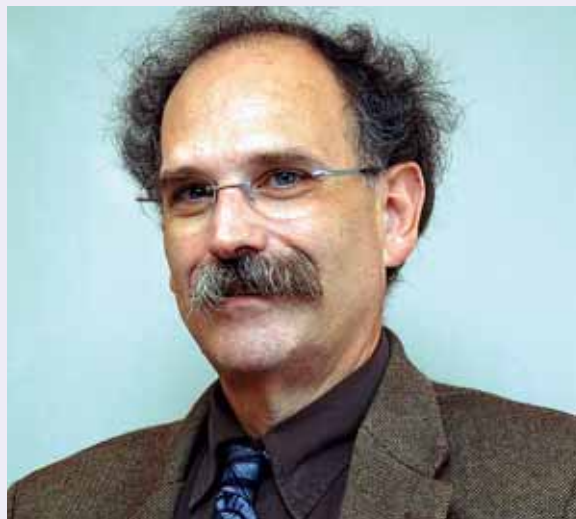


# Pequenos negócios devem se diferenciar para serem competitivos



Acervo pessoal

*Para Arbix, o empreendedor, ao inovar, mostra que é capaz de transformar uma idéia em algo concreto que movimenta a economia de uma forma diferente e agrega valor e diferencial ao produto ou serviço*

A importância da inovação ganhou reconhecimento entre empresários, governantes, formuladores de políticas públicas e comunidade científica graças aos resultados positivos proporcionados às economias que a aplicaram. A inovação é responsável por saltos na competitividade e na qualidade de sistemas produtivos nos setores de comércio, serviços, indústria e agricultura e na melhoria das atividades públicas e governamentais. “Difundir uma cultura inovadora é um desafio, mas vital para a competitividade dos pequenos negócios”, destaca o sociólogo Glauco Arbix, coordenador-geral do Observatório de Inovação e Competitividade do Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo (USP) e ex-presidente do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea).

Nesta entrevista exclusiva à *Revista Sebrae Agronegócio*, Arbix, que também é membro do Conselho Nacional de Ciência e Tecnologia e consultor do Pnud/ONU, fala da importância de se difundir e consolidar iniciativas de inovação nos micro e pequenos empreendimentos brasileiros, trabalho que conta com forte participação do Sebrae.

## **Qual a relação entre inovação e diferenciação de produtos?**

A idéia de inovar está cada vez mais forte no mundo empresarial, em órgãos de governo, em entidades representativas, em organizações, na indústria, no comércio e também na agricultura. Há uma realidade nova no mundo que se refere exatamente às questões ligadas à capacidade das empresas de gerarem novas idéias. Não basta

apenas criar uma idéia, é preciso transformá-la em algo concreto no mercado, de forma a mover a economia de uma maneira diferente. Ou seja, inovação não é ter uma idéia brilhante para ficar guardada em um laboratório e sim a capacidade de transformá-la em algo real que movimenta a economia.

## **Inovação está sempre ligada à alta tecnologia?**

Essa é uma visão comum, mas limitada e preconceituosa. Esse entendimento é sedutor, pois a alta tecnologia traz idéia de modernidade, de avanço e de futuro que encanta as pessoas. Em um país como o Brasil, diversificado e heterogêneo, com micro, pequenas, médias e grandes empresas, essa associação entre alta tecnologia e inovação é um problema. É preciso tratar adequadamente o estímulo à inovação e não correr o risco de sugerir a um empreendedor uma atividade que pode paralisar a empresa dele. Imagine dizer para um empresário que para inovar é preciso investir forte em pesquisa e desenvolvimento? Ele vai pensar que não é para o “bico dele”.

## **Como inovar sem investir em pesquisa e desenvolvimento?**

A inovação pode ocorrer de várias maneiras: na tecnologia usada, no produto, no atendimento ao cliente, na gestão do negócio e na logística de distribuição, entre outros. Na maior parte das vezes, a idéia de inovação não é tecnológica e não significa apenas a criação de conhecimento novo, como o que sai de um laboratório. Esse tipo



**A inovação ocorre de várias maneiras: na tecnologia, no produto, no atendimento, na gestão e na distribuição, entre outros**

de inovação, ligada à pesquisa e ao desenvolvimento, tem um volume muito pequeno. No cotidiano, a inovação acontece aos milhares em toda parte, inclusive no Brasil, e diz respeito a pequenas modificações com as quais as empresas se diferenciam uma das outras.

#### ***Há muitos exemplos desse tipo de inovação que independe de alta tecnologia no Brasil?***

Essa situação é encontrada aos milhares no Brasil, tanto no campo quanto nas cidades. Há, por exemplo, empresas que utilizam a borracha (o látex extraído das seringueiras) para produzir telhas e até camisetas. Não foi inventado nada de novo, mas houve inovação ao diversificar as formas de uso de um conhecimento já antigo. Por isso, a idéia de inovação não pode ser associada exclusivamente à idéia de alta tecnologia. Micro, pequenas, médias e grandes empresas não podem trabalhar a partir desse conceito.

Quando fui jurado da premiação feita pela Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), o Prêmio Finep de Inovação Tecnológica, uma das empresas premiadas desenvolveu um processo diferente de fornecimento de oxigênio para rede hospitalar. A inovação foi construir pequenas usinas de oxigênio dentro dos hospitais. Ela não inventou nem o oxigênio nem um sistema diferente de armazenagem e recorreu a uma tecnologia totalmente madura, conhecida e disponível para criar o que está sendo chamada de miniusina. A grande mudança foi ter desenvolvido uma forma de logística totalmente nova.

#### ***Como você caracteriza um processo eficiente de inovação?***

É aquele que resulta em uma diferença para a empresa, que consegue se destacar no mercado e não ser confundida com as outras. Esse reconhecimento pode ser, por exemplo, pela marca ser mais confiável, o que significa que foi feito

um trabalho que deu mais confiança ao consumidor. Cada vez que micro e pequenas empresas, no campo ou na cidade, encontram um lugar para mostrar que são diferentes da concorrência há inovação. Essa é a questão-chave.

#### ***Quando uma empresa inova?***

Ao fazer, por exemplo, o mesmo que os concorrentes fazem, mas de uma maneira diferente. Uma empresa pode, por exemplo, inventar um sistema de produção mais eficiente que resulte em uma mercadoria mais barata. Muitas vezes o consumidor não sabe desse diferencial, mas ele sente no bolso.

#### ***Então nem sempre o consumidor sabe que uma empresa é inovadora?***

A inovação pode ser interna e invisível aos olhos do consumidor. Ocorre quando a empresa inova no sistema de produção e distribuição, por exemplo. Mas também pode ser externa e notada pelos consumidores, como quando está presente na embalagem e na marca.

#### ***Qual o segredo para inovação?***

Ao diferenciar um produto de outros iguais que existem no mercado, o produtor mostra que tem algo a mais, que tem valor agregado. Essa diferença pode ser no uso de um material na embalagem – trocar papel por plástico – ou de inteligência e conhecimento. Quando uma costureira faz uma camisa em 20 minutos e não em quatro horas, ela acrescentou criatividade e inventividade à maneira de produzir e criou um diferencial. Essa diferença não se deve a nenhum tipo de formação formal e acontece muito no campo brasileiro. Os pequenos negócios que movimentam a economia acabam se diferenciando entre eles pelas pequenas mudanças que conferem personalidade para cada um. Não tem nada de material, só tem base no conhecimento. O empreendedor mais inteligente e preparado consegue mais sucesso.