

Sistema Inmetro de Monitoramento de Acidentes de Consumo: ferramenta de apoio para o processo de inovação e de avaliação da conformidade

Inmetro Accident Monitoring System: support tool for the processes of innovation and conformity assessment

Marne Melo¹, Ruth Epsztejn¹

¹ Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia

E-mail: msmelo@inmetro.gov.br;repsztejn@inmetro.gov.br

Resumo: O presente artigo tem como objetivo evidenciar o papel do Sinmac como ferramenta de apoio a medidas de regulação e como fonte de informação no processo de inovação das empresas. Como metodologia, utilizou-se uma abordagem indutiva e de natureza qualitativa. A partir da análise de registros realizados pelos consumidores no Sinmac, o Inmetro identifica os produtos e serviços que requerem a criação ou aperfeiçoamento de medidas regulatórias. Como conclusão, apoiado na literatura de inovação, defende-se que as empresas terão ampliadas suas possibilidades de sucesso no processo de inovar ao utilizar instrumentos que disponibilizem informações sobre os consumidores, como o Sinmac.

Palavras-chave: Inmetro; inovação; avaliação da conformidade; acidente de consumo

Abstract: This paper aims to highlight the role of Sinmac as a tool to support regulatory measures and as a source of information in the process of business innovation. As methodology, an inductive and qualitative approach was used. Based on the analysis of records made by consumers at Sinmac, Inmetro identifies the products and services that require the creation or improvement of regulatory measures. In conclusion, based on the innovation literature, it is argued that companies will have expanded their chances of success in the process of innovating when using instruments that provide information about consumers, such as Sinmac.

Keywords: Inmetro; innovation; conformity assessment; consumer accident

1. INTRODUÇÃO

Avanços da ciência e da tecnologia da informação (TI), aliados à globalização e a pressões competitivas e sociais persistentes têm causado mudanças de tal magnitude que nos exige o

reconhecimento de que se está diante de um novo paradigma tecnoeconômico.

Este artigo evidencia o papel do Sinmac – Sistema Inmetro de Monitoramento de Acidentes de Consumo – sistema que disponibiliza informações

sobre acidentes de consumo, assim como acidentes provocados por produtos e serviços e, também, incidentes [1]. Por um lado, observa-se sua utilização como insumo para o desenvolvimento e aperfeiçoamento de programas de avaliação da conformidade ou outra medida alternativa de regulação. Por outro, sugere-se sua utilização como possível fonte de informação para o desenvolvimento de inovações tecnológicas e o consequente aumento da competitividade por parte das empresas.

A relação entre inovação e evolução das indústrias foi tema central dos trabalhos de Schumpeter e um de seus principais legados [2]. Considerado pai da inovação, Schumpeter [2] defende que o desenvolvimento econômico é conduzido pela inovação por meio de um processo dinâmico em que as novas tecnologias substituem as antigas. Dois tipos de inovações principais são sugeridos: (i) inovações “radicais” que engendram rupturas mais intensas e (ii) inovações “incrementais” que dão continuidade ao processo de mudança.

O Manual de Oslo [3] define inovação como a implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas.

A inovação de produto pode gerar vantagem competitiva em função da criação de novos mercados, do aumento da demanda ou, ainda, de maiores margens de custo.

Novos métodos de marketing, como a utilização de vendas online, também contribuem cada vez mais para a maior competitividade da empresa.

Novos métodos organizacionais também podem elevar a eficiência e a qualidade de suas operações e assim aumentar a demanda ou reduzir os custos.

Como exemplo de inovações radicais de produtos, podem ser citados: roda, óculos, telefone,

lâmpada, cartão de crédito e, mais recentemente, a internet. Todos eles reconfiguraram vários setores, fazendo com que alguns praticamente deixassem de existir e, de forma inversa, fazendo emergir novos setores industriais.

As inovações incrementais podem ser exemplificadas como as frequentes atualizações de celulares e os constantes lançamentos de novos modelos de automóveis.

Um aspecto geral de uma inovação a ser considerado é que ela deve ter sido efetivamente implementada. Um produto novo ou melhorado é considerado ‘implementado’ quando introduzido no mercado. De forma similar, novos processos, métodos de marketing e métodos organizacionais são implementados quando eles são efetivamente utilizados nas operações das empresas. Depreende-se, portanto, que para que uma empresa possa inovar com sucesso, seus profissionais necessitam conhecer ou ter informações do que o consumidor deseja consumir.

As abordagens evolucionistas [4] veem a inovação como um processo dependente da trajetória, por meio do qual o conhecimento e a tecnologia são desenvolvidos a partir da interação entre vários atores e fatores. A demanda de mercado e as oportunidades de comercialização, por exemplo, influenciam quais produtos devem ser desenvolvidos e quais são as tecnologias bem-sucedidas.

A inovação é um fenômeno enraizado em conhecimento e, particularmente, em informação. Saber onde as empresas buscam ideias para inovar pode ser um importante sinalizador para a compreensão de aspectos de sua dinâmica inovativa, bem como, agente facilitador na colocação do produto no mercado de forma exitosa.

Dentre os diversos modelos de gestão da inovação, o de Pugh (1991) [5] apresenta o modelo *total*

design, no qual busca sintetizar a prática desde a identificação das necessidades do mercado/usuário até a venda de produtos capazes de satisfazer essas necessidades. Outro modelo que ressalta a importância de fonte de informações é o modelo de Hansen e Birkinshaw (2007) [6], no qual a primeira etapa corresponde à geração de ideias, a qual pode ocorrer a partir de diversas fontes: intraunidades, interunidades, fontes externas (redes, transferência de tecnologia etc.).

2. METODOLOGIA

Como metodologia, utilizou-se uma abordagem indutiva e de natureza qualitativa. Dados do Sinmac foram analisados e contrastados com decisões do Inmetro relativas à criação de medidas regulatórias. Apoiado na literatura sobre inovação e em dados sobre inovação e competitividade no Brasil, chegou-se às conclusões do estudo.

3. INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE NO BRASIL

O relatório do Fórum Econômico Mundial de 2017, relativo ao ano de 2016 [7], destaca que a economia brasileira foi afetada no último ano pela deterioração de fatores considerados básicos para a competitividade, principalmente, capacidade de inovação [7]. O ranking de 2016 avaliou 138 países, tendo o Brasil caído 33 posições em apenas quatro anos, passando a ocupar a 81ª posição.

Competitividade é definida pelo Fórum Econômico Mundial como “um conjunto de instituições, políticas e fatores que determinam o nível de produtividade em uma economia, o qual define o nível de prosperidade que o país pode alcançar” [7]. O Índice Global de Competitividade combina 114 indicadores que capturam conceitos relacionados à produtividade e prosperidade no longo prazo. Esses indicadores são agrupados em

12 pilares. Dentre eles está incluído o pilar inovação.

4. AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE E SINMAC - SISTEMA INMETRO DE MONITORAMENTO DE ACIDENTES DE CONSUMO

O Inmetro, agindo de forma proativa, busca identificar as necessidades da sociedade para desenvolvimento e aperfeiçoamento de programas de avaliação da conformidade e/ou outra medida alternativa de regulação. A identificação das demandas pode ocorrer por meio do monitoramento das tendências mundiais, acompanhamento de fóruns nacionais e internacionais, relatos na Ouvidoria do Inmetro e acesso e análise do Sinmac – Sistema Inmetro de Monitoramento de Acidentes de Consumo.

4.1. Sinmac – Sistema Inmetro de Monitoramento de Acidentes de Consumo

O Inmetro monitora casos de acidentes de consumo desde 2006, com base em informações do Banco de Dados de Acidentes de Consumo. Em setembro de 2013, foi lançado o Sinmac – Sistema Inmetro de Monitoramento de Acidentes de Consumo – no qual qualquer consumidor passou a poder registrar os acidentes que são classificados em quatro categorias: (i) acidentes de consumo, (ii) acidentes domésticos, (iii) acidentes por mau uso do produto ou serviço pelo consumidor e (iv) incidentes [1].

A “tabela 1” exemplifica informações que podem ser extraídas do Sinmac e, posteriormente, detalhadas de acordo com o item de interesse.

Os registros feitos pelos consumidores no Sinmac auxiliam o Instituto a aperfeiçoar a identificação de alguns produtos e serviços que oferecem mais risco à saúde e à segurança do consumidor. Isto permite que o Inmetro passe a priorizá-los quando da criação de regulamentos técnicos, programas de avaliação da conformidade compulsórios ou

outras ações regulatórias, como campanhas educativas. Fato que aconteceu, por exemplo, com escadas domésticas, berços infantis e campanha global de conscientização sobre os riscos das baterias botão [1].

Tabela 1. Percentual de acidentes de consumo por produto no período 2006-2014

Produto	%
Embalagem de lata	5,4
Brinquedo	4,4
Embalagem plástica	4,3
Fogão	4,0
Escada doméstica	3,1
Carrinho de bebê	2,2
Berço	1,3
Outros	75,3

Fonte: Elaborada pelas autoras com base nos dados extraídos do Sinmac [1].

5. CONCLUSÃO

A inovação é um fenômeno enraizado em conhecimento e, especialmente, em informação. Ter acesso à informação é um diferencial na corrida para o processo de inovação. Neste contexto, as empresas que recorrem ao Sinmac como ferramenta de identificação das necessidades do mercado podem obter vantagem competitiva por terem a possibilidade de entregarem aos consumidores o que eles realmente desejam.

Além da utilização do Sinmac pela equipe profissional do Inmetro como ferramental de apoio para desenvolvimento de programas de avaliação da conformidade e outras medidas regulatórias, cabe divulgar junto às empresas a

relevante informação que pode contribuir para o êxito do seu processo de inovação.

6. REFERÊNCIAS

- [1] Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia. *Acidente de consume: relate seu caso*. [Acesso em 20 julho 2017]. Disponível em: http://www.inmetro.gov.br/consumidor/acidente_consumo.asp .
- [2] Malerba F Innovation and the evolution of industries 2006 *J Evol Econ* 16:3-23.
- [3] Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico. *Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação*. 3. ed. Tradução: FINEP, 2007. [Acesso em 03 agosto 2017]. Disponível em: <http://www.finep.gov.br/images/apoio-e-financiamento/manualoslo.pdf> .
- [4] Nelson R. R., Winter S. G. 1982. *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge, Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press.
- [5] Pugh S 1991 *Total design: integrated methods for successful product engineering*. Harlow: Addison Wesley.
- [6] Hansen M. T., Birkinshaw J The innovation value chain 2007 *Harvard Business Review* 85 6:121-130.
- [7] World Economic Forum. *The Global Competitiveness 2016 Report 2016–2017*. Genebra: World Economic Forum. [Acesso em 03 agosto 2017]. Disponível em: http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf .