

A INOVAÇÃO EM TEMPOS MAIS DIFICEIS, TEM HORA MARCADA

**FRANCISCO Z. RÁCZ & WASHINGTON T. YAMAGA
RÁCZ, YAMAGA & ASSOCIATES**

Tintas e recobrimentos sempre foram definidos como mercados maduros e dependentes da evolução dos substratos a serem pintados. Em mercados emergentes a inovação não se concentrou na geração de eventos disruptivos que poderiam criar novos mercados. As empresas consideradas de sucesso nestas regiões têm se destacado pela capacidade de entender a inovação muito mais como a arte de colocar o novo em ação. Numa situação em que nos colocamos hoje de solidarizar-se e reconstruir mirando o futuro, se pergunta quais serão os drivers do futuro.

As questões imediatas de foco da indústria de tintas, igualmente a todo mercado, estarão nas decisões sobre sua força de trabalho, preservação dos clientes e parceiros de negócios. Novamente a indústria será desafiada a cortar gastos e preservar investimentos onde for possível. O fluxo de caixa será o principal desafio da retomada. O tempo de retomada dos negócios para se atingir escalas viáveis podem determinar o grau de transformação futura dos negócios. Muito provavelmente as indústrias de tintas não serão as mesmas que até então estivemos projetando.

A crescente digitalização e conectividade modificaram os negócios e trazendo novas oportunidades e soluções, aumentando a competição entre concorrentes ou mesmo atraindo os novos entrantes. Isto será vital, mas em outro patamar de valores.

Nos primeiros momentos por falta absoluta de recursos os padrões de consumo serão questionados e até achatados. O consumidor vai ter de aceitar padrões distintos ao mesmo tempo em que reagirá demandando mais valor por sua exigência.

A aceleração da transformação digital de diversos processos, num momento como este, impactará as tintas nos mercados emergentes. O excedente de capacidade na América Sul que temos na indústria de tintas agrava-se com situação global de lenta recuperação. As empresas serão forçadas a repensar a nova geração de equipamentos com processos de alto giro suportados digitalmente. As empresas já se movimentam para maximizarem a utilização de novas tecnologias digitais de maneira ampla para mercados transnacionais, especialmente na América do Sul. Os modelos operacionais e de distribuição serão os primeiros a mudar.

Mudar os modelos de negócios ou mais transformação digital do mesmo?

É o que pensávamos nos meados de 2019. A realidade de hoje nos obriga a revisitar o conceito de inovar mais com mais transformação. Outros mercados como a China e Índia podem ser referência de sucesso para nossos mercados. Apesar de serem considerados mercados de baixo poder aquisitivo, muitas empresas nesses países inovaram o fornecimento de tintas claramente posicionadas em serviços e produtos acoplados. As mudanças que estamos vivendo tornam a necessidade de se promover transformações ainda mais prementes.

O maior e melhor conhecimento da experiência do cliente na jornada de pintura, perguntando o que ele precisa, poderá mudar o modelo de negócios de tintas e serviços mais rapidamente que a expectativa da indústria. A experiência do cliente com serviços, produtos, a inspiração e a cor não poderão caminhar dissociados.

O grande desafio de tintas para atingir a competitividade, ainda é a integração da loja física, virtual e o usuário, combinando a distribuição mais homogênea do valor agregado em cada etapa da cadeia de suprimentos. A distribuição não uniforme de valor na cadeia de suprimento de tintas é um tema histórico e por si só amplo o suficiente. É mais do que a hora de inovar.

Os novos drivers de tintas sustentáveis e tintas inteligentes serão os mesmos?

Provavelmente é cedo para falarmos de novos drivers. Mas fato é que todas as crises trazem cicatrizes antes de se definir como drivers. A crise de 2008 ensinou o conceito de risco nos negócios imobiliários para um grupo de pessoas e empresas. Como obter recursos e pagar pelos mesmos?

A crise de 2020 nos atinge a todos e individualmente, na capacidade de reagir, de se defender e de trabalhar. A mobilidade como conceituada anteriormente mudará a indústria de habitações e a indústria de transportes. Muitas das reuniões presenciais já são consideradas desnecessárias. Chamam a atenção novos parâmetros para mobilidade, saúde e convivência social. O mercado dimensiona o impacto, por exemplo, na indústria de lazer, ar condicionado, filtros de ar e tantos outros. Novos parâmetros se refletirão com certeza em tintas.

A formulação de tintas continua sendo um campo rico para inovação, e será desafiada pelos consumidores na sua capacidade de acessar novas soluções. O que está claro é que se acentuarão as regras regulatórias e novas matérias primas se tornam necessárias na medida em que se colocam novas prioridades. Os formuladores de tintas continuarão a usar seus conhecimentos e criatividade, mas pressionados pela geração de novas soluções

exponencialmente, a redução drástica no “time to Market” de novos desenvolvimentos ficou ainda mais clara.

Funcionalidades reativas, ampliadas ou específicas como as tintas antimicrobicas, anticorrosivas ou anti-incrustantes serão as oportunidades. Nas aplicações inteligentes se destacam, os sensores para detectar a necessidade de manutenção alertando início de corrosão, presença de microrganismos ou periodicidade de repinturas de pontes e viadutos. A geração desta informação permite decisões precisas, redução de custos e mitigação de riscos.

A habilidade de tratar tintas em dimensões nanométricas e digitalmente muda a formulação, a aplicação e fabricação e, conceitua definitivamente a fabricação de tintas como montadoras de soluções e formulas.

Os processos digitais, já estão disponíveis para medição e gerenciamento da cor, manufatura 4.0 e diagnósticos. A indústria de tintas está sendo compelida a mudar, como sempre foi. Mas o momento colocou um prazo limite de transformação.