

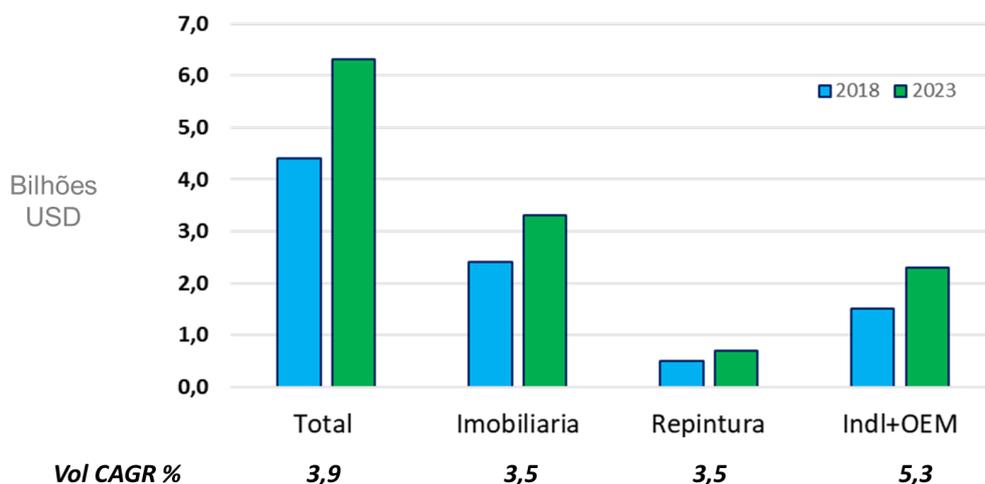
MUDAR É PRECISO!

FRANCISCO RÁCZ & WASHINGTON YAMAGA (RÁCZ, YAMAGA & ASSOCIATES)

Existe por parte indústria de tintas e sua cadeia de fornecimento um certo grau de otimismo desconfortável, as vezes oscilantes e até vacilantes , indicando que a retomada pode salvar o país mas ainda seria lenta e incompatível com a necessidade de recuperarmos os 10 anos perdidos em 5 anos, como foi discutido nos painéis de CEO's da indústria de tintas durante os Fóruns da Paint & Pintura em Recife em março 2019 e Joinville em abril ultimo.

Na percepção geral e de curto prazo a retomada do mercado depende da agenda de privatização e da reforma previdenciária. Mas estaríamos longe de retomarmos o desenvolvimento para nos tornarmos competitivos globalmente. A indústria de transformação em geral e de tintas em particular, até por ser um segmento maduro, tem que agir rápido.

Tintas no Brasil: > 6,3 bilhões USD em 2023



Conforme os dados preparados pela RY & Associates o Brasil na área de tintas dentro dessas premissas somente supera o volume de 2013 em 2023 com modesto crescimento médio anual (CAGR) cerca de 3,9 %, pequeno para um destaque no mercado global tintas como atrativo/competitivo para investimento. As previsões indicam que chegaremos ao 6,3 bilhões de USD em 2023.

Acelerar a Agenda da Inovação

Obviamente tintas tem um largo espectro de aplicações e como tal o seu consumo depende e é impactado por uma série de fatores onde estas tintas são utilizadas. Quando há referência à retomada, segmentos como infraestrutura, construção, automotivo, agronegócios, transportes e outros são considerados os drivers a serem observados como impulsionadores da retomada, mas sempre se pode questionar a distância que estaremos dos novos mercados para tintas, no sentido de qualidade, produtividade e competitividade global se quisermos ambicionar que nossas tintas pintem uma diversidade de substratos.

A indústria de tintas no Brasil precisa e está avançando na digitalização dos processos de cores tanto nas medições de cores nos pontos de vendas como nos processos de manufatura para atingir consistência de qualidade e ganhos de produtividade. O segmento avança a passos largos na introdução de funcionalidades mais avançadas e inteligentes como desempenho anticorrosivos, microbiais, sensores de corrosão e pintura em substratos nunca antes pintados. Ambicionar outros mercados além dos domésticos surge como estratégia mandatória para o sucesso do crescimento.

A RY identificou potencial de criação de valor na área de novas tecnologias para a indústria no Brasil na ordem de 400 milhões de dólares / ano, contribuindo decisivamente para se atingir o nível acima de 6 bilhões de dólares até 2023, no mercado total de tintas.

É tempo de acelerar uma agenda tecnológica e uma agenda de regulação para proteger a criação de valor. Para isto acontecer é preciso que comecemos já para não perdermos a competitividade e se ter o risco de uma indústria de tintas sucateada.

A Arte da Conveniência

A indústria de tintas por muitas vezes criticada por falta de consistência nas informações de desempenho de produtos tem acelerado sua agenda de regulações corrigindo os desvios pelo fato que a ausência de direção e consistência, afeta a credibilidade da marca. Por outro lado, tem se dedicado a estratégia de produtos e serviços num esforço digital aprendendo com a experiência do cliente para resolver as demandas por conveniência, preocupação com saúde, customização e outros são os novos valores do cliente. O usuário final procura a comodidade da loja física de forma conveniente.

Nos últimos anos os *sites* de produtos de revenda especialmente o de tintas imobiliárias tem se modificado na proposta de produto + serviço, focando na inspiração de cor, escolha de produtos, alternativas de serviços de pintura e na compra em loja *on-line*, como fator de conveniência. As empresas que tem investido em suas plataformas digitais entendem que a expansão do *ecommerce* e *ominichannel* modifica os hábitos de consumo também de tintas. Nas lojas *on-line* disponíveis hoje nas principais cidades brasileiras, o consumidor pode comprar o produto na cor de sua inspiração e retirar a tinta no revendedor mais próximo de sua casa ou simplesmente receber em casa,

tendo a opção ainda de contratar a mão de obra mais conveniente. Pode exercer o Faça-Você-Mesmo ou simplesmente o Faça-do-Seu-Jeito com o serviço terceirizado. Lojas *on-line* executadas com consistência e qualidade caminham no sentido da confiabilidade da marca e transforma a logística da indústria e distribuição de tintas. Segundo nossas estimativas elas podem representar em 5 anos acima de 7% do mercado.

Novos Modelos de Negócios

A indústria de tintas devido a sua presença característica multi-segmentada pode estar presente em modelos de negócios. São mais frequentes os protocolos de alianças estratégicas para ganhos de competitividade, compartilhando custos, reduzindo riscos, tendo acesso ao conhecimento e a mercados novos.

Os ganhos de produtividade que se deve buscar afetarão toda a cadeia de suprimentos de tintas em todos os segmentos, B2C ou B2B.

O desafio de tintas e materiais para tintas está na redução deste tempo para desenvolvimento da tecnologia, processos e introdução no mercado. A tendência para novos mercados ou mesmo em mercados existentes é o estabelecimento de alianças com os detentores do know-how e seus parceiros reduzindo os tempos de validação através da estratégia de protótipos.

ABRIL 2019