

OS CAMINHOS DO VALOR AGREGADO

FRANCISCO Z. RÁCZ & WASHINGTON T. YAMAGA

RÁCZ, YAMAGA & ASSOCIATES.

Nos recentes Fóruns da revista Paint & Pintura em particular o realizado em março em Fortaleza, apresentamos os caminhos do valor agregado. Uma discussão sobre a necessidade da administração das margens de contribuição através da valorização da oferta de produtos e uma política de preços adequada.

A repercussão desta discussão e as diversas conclusões nos painéis de executivos foram importantes contribuições e, nos motivam a revisitar e compartilhar as experiências do setor nos próximos fóruns.

A Perspectiva

O mercado de tintas está em recuperação gradual de volume de consumo desde 2017, depois de passar por decréscimos substanciais de volume de vendas nos anos de 2014 a 2016. Vide gráfico 1.

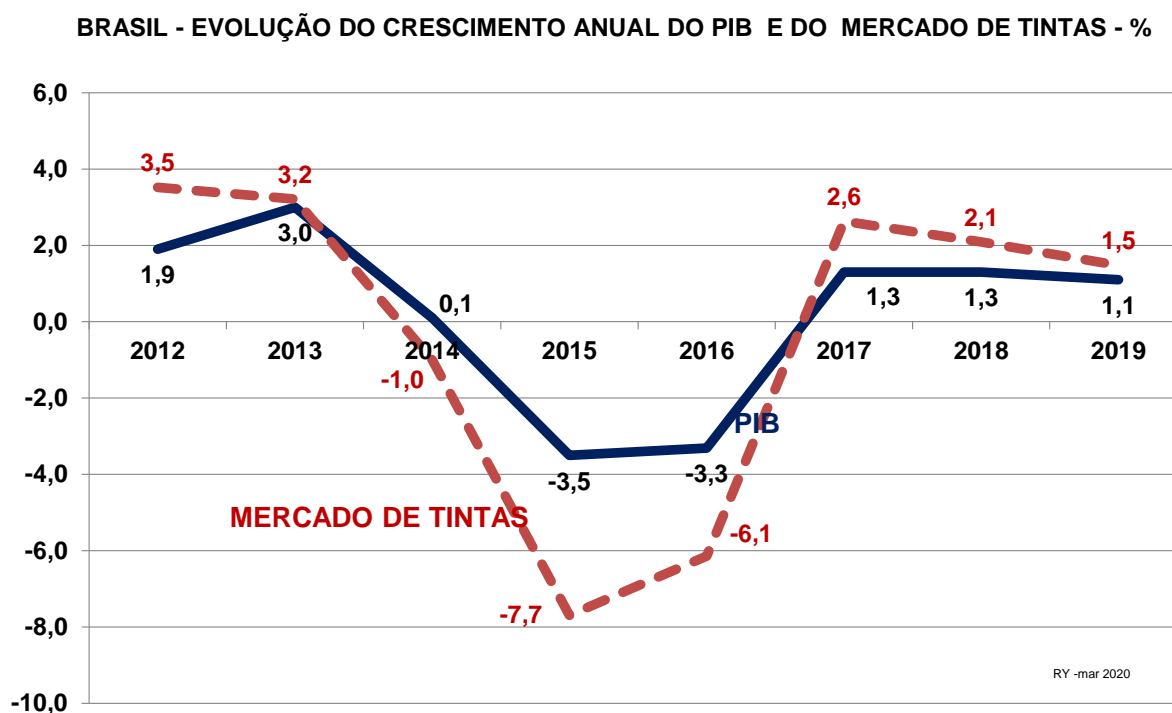


Figura 1 : PIB e o Mercado de Tintas – Histórico

Durante a parte mais severa da crise a indústria de tintas fez seu trabalho de administração dos recursos, obteve ganhos de produtividade e como consequência, sobreviveu. A indústria de tintas de origem nacional obteve uma

evolução na participação de mercado total superior às chamadas empresas globais, na última década.

O setor agora se prepara para uma nova onda de atualização de tecnologias, novos ganhos de produtividade e reposicionamento de marcas.

Política de Preços

Contudo, apesar da reação gradual do mercado, o que se observa é que o repasse dos custos nos preços de venda tem sido muito conservador para não dizer muito tímido.

Os dados que serão apresentados foram tomando se como base o histórico recente da indústria de tintas imobiliárias, pelo fato de ser o maior segmento do mercado e por se ter dados de preços de venda públicos. Mas a linha de argumentação pode ser facilmente estendida a outros segmentos.

Através de empresa associada de pesquisa especializada, foram levantados dados de preços de vendas de produtos líderes em uma região do país nos últimos anos.

Observou-se que os preços médios ao público de tintas imobiliárias, desta amostra, tiveram uma evolução de 13% entre março de 2017 e março de 2019, o que aparentemente é um bom índice, acima da inflação do período.

Contudo, se se converter esses preços a dólares, já que a indústria nacional tem a maioria dos seus insumos importados ou com preços internacionalmente cotados, os preços médios tiveram um recuo de 8% em dólares!

E é de conhecimento geral que as matérias primas principais, não tiveram recuo similar nos seus preços internacionais, aliás pelo contrário. O exemplo tradicional, o preço base de dióxido de titânio evoluiu mais de 30 % em dólares no mesmo período!

Obviamente, muitos esforços têm sido feitos em melhoria de produtividade, fornecedores alternativos, mas existe um limite, e, portanto alguma agressividade na política de preços deveria ser esperada.

É muito preocupante: em um mercado finalmente crescente, a indústria perdeu margens por não conseguir aumentar os preços de vendas na medida necessária: “um verdadeiro descaminho de valor agregado”!

Valorização da Oferta

Retomando o exemplo o mercado de tintas imobiliárias, se observa já há algum tempo uma desvalorização da oferta de produtos ao mercado.

Sob as normas do Programa Setorial de Qualidade (PSQ), introduzido com muito sucesso e oportunidade pela ABRAFATI, há quase duas décadas, a indústria de tintas imobiliárias simplificou sua proposta de vendas ao mercado.

A indústria no geral se abrigou nos rótulos de preços das tintas imobiliárias e abdicou de valorizar sua oferta. Basicamente se observa uma espécie de orgulho por se oferecer “TINTA ECONÔMICA”, ao invés de se buscar oferecer algum benefício valorizando a oferta ao consumidor. A classificação de tinta econômica buscava definir um mínimo de qualidade, mas está funcionando como uma âncora, puxando os preços para baixo.

O mercado deveria voltar oferecer tintas por benefícios ao consumidor, valorizando a sua proposta de vendas e não simplesmente rótulos de preços.

As mudanças em curso das normas do PSQ trazem uma boa oportunidade para o mercado se corrigir e valorizar sua oferta. Por exemplo: é o momento de se voltar a oferecer uma boa tinta de interiores, com diversos atributos, que também pode ser econômica. E não simplesmente uma tinta barata. Trata-se da oportunidade de se administrar os valores!

Situação similar de deterioração de valores da oferta se observa em outros setores, por exemplo, o crescimento de tintas com cores prontas ofertadas pela indústria de Repintura Automotiva na última década. Com sólidos menores, precisão de cores questionável, as cores prontas comprometem a oferta da repintura Automotiva, reduzindo a produtividade do setor reparador e aumentando o desperdício, a emissão de solventes, o capital de giro etc. Houve uma clara reversão de valores em um mercado resiliente que, no passado, caminhava no sentido de aumento de produtividade e sustentabilidade. Há uma oportunidade clara de se retomar o caminho do valor agregado!

Próximos Meses

A evolução recente da economia mundial, com reflexos óbvios no mercado de tintas, traz mais um motivo adicional para reforçar a necessidade de se administrar as margens e as ofertas de produtos em todos os segmentos de mercado.

Não é o momento para atitudes oportunistas de ganhos em curto prazo, e sim para se trabalhar de maneira pragmática e estratégica para dar continuidade aos ganhos de produtividade, qualidade que foram óbitos pela indústria nos últimos anos.

A preservação das próprias fortalezas e mesmo as regionais ou setoriais tem sido um dos principais fatores críticos de sucesso das empresas que estruturalmente mantiveram resultados financeiros saudáveis, e devem continuar a ser um dos componentes prioritários no processo de retomada.

A Rácz, Yamaga & Associates, estará acompanhando a evolução do mercado de tintas e matérias primas e suas tendências nos próximos meses, anos, e buscará manter seus clientes atualizados!

F. Z. Rácz/W. T Yamaga – Março 2020