

O QUE MODIFICA E FICA?

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

“Tintas pela sua natureza participando de muitos mercados foram impactadas pelo estrago financeiro, sendo desafiada a mudar. O mercado de tintas segundo estimativas voltará aos patamares de crescimento de 2013 – 2014 somente em 2021. Representará a década perdida, e o volume do mercado total de 2013 – 2014 só será igualado em 2024 – 2025. As questões imediatas de foco da indústria de tintas, igualmente a todo mercado, estão 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, e o fluxo de caixa será o principal desafio da retomada. Os tempos de retomada dos negócios para atingirem escalas viáveis podem determinar o grau de transformação e sobrevivência dos negócios. O senso de urgência deve estar presente por sobrevivência. As indústrias de tintas não serão mais as mesmas que até então estivemos projetando.” Este texto foi por nós publicado em 30 de abril no Boletim de Inteligência.

“O pessimismo sobre uma rápida recuperação econômica da crise do COVID-19 aumentou na medida em que a renda e a economia dos consumidores diminuem. A incerteza continua sendo o sentimento predominante e quase três quartos dos brasileiros experimentaram um declínio na renda nas últimas semanas. Consequentemente, os consumidores têm diminuído os gastos em quase todas as categorias para compras seja on-line ou pessoalmente. Muitos acreditam que o impacto do COVID-19 em suas rotinas e finanças durará meses mais do que originalmente imaginado.” (McKinsey, Maio 2020)

Antes de aumentar o Faturamento, é preciso ganhar a Confiança do Consumidor

Hoje existem 3 fatos que ocupam nossas vidas: a Pandemia, a Crise de Liderança e a Quarentena Econômica. É a longa jornada da expectativa até a realidade exigindo esforços focados e contribuição multidisciplinar.

É certo que somente ações de marketing poderão não salvar empresas. Mas, podem nos apresentar saídas e oportunidades que farão a diferença. É esperado que sejam estabelecidos novos hábitos de consumo em canais digitais como e-commerce, *drive-thru* nas lojas e delivery. Na retomada da normalidade se espera uma competição mais dura pelo *share-of-wallet* dos consumidores em um cenário de escassez de renda levando à pressão de margens nas empresas.

A nova classe C mais empobrecida, porém digitalmente mais esclarecida, não vai considerar pagar mais caro, mas consumindo o melhor custo pelo conteúdo de valor e benefícios.

Tintas ainda tem que resolver o ponto crítico da fusão da loja física e virtual: prazo de entrega e disponibilidade de estoque com custo competitivo ainda será um desafio agora ainda ampliados pelos parâmetros novos de distanciamento e saúde.

Marcas regionais com substancial peso no varejo vão liderar as mudanças por que conseguem compreender melhor a experiência dos clientes. A convivência ainda cria o espelho do

entendimento e confiança resolvendo a distância entre conveniência, necessidade de informação e os novos parâmetros da saúde higiênica.

Na rota do valor agregado é hora de transformar e não perder valor. Entender aonde seu cliente precisa de ajuda é fundamental. A retomada da atividade demandará ampliação de canais de relacionamento digitais, reestabelecimento de conexões mais poderosas com o consumidor e novos valores atração de demanda. Aplicações de dados para prover inteligência na gestão de margens e controle do desperdício promocional serão importantes na gestão da eficiência.

O 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. Às experiências do cliente nas decisões sobre serviços, produtos, a inspiração, cor não caminharão dissociados das demandas de saúde e convivência social.

Regulações e Informações confiáveis de segurança, saúde e ações preventivas aumentam a confiança do consumidor para ir às lojas. O mesmo acontece para que o pintor possa entrar residências em outros ambientes para executar uma obra. As grandes marcas da indústria e varejo se movimentam para mitigar o problema de forma robusta, abrangente e responsável, para um Retorno Seguro do ou ao Consumidor.

A Resiliência da Repintura Automotiva

As tintas de consumo estão influenciadas pelas diferenças regionais, evolução da pandemia e outros fatores particulares nos segmentos como o de serviços de reparação automotiva. A repintura automotiva este ano experimentará pela primeira vez em muitos anos uma queda de consumo pela redução de acidentes no trânsito e redução dos serviços de reparação. Porém será, relativamente, uma das menores do mercado.

A inusitada queda de volume da repintura automotiva em 2020, combinada com as limitações de caixa no mercado, poderá induzir a uma revisão da tendência de proliferação de cores prontas, que além do efeito de redução de valor agregado tem comprometido sobremaneira o capital de giro da cadeia. O tempo para se voltar aos sistemas de mistura de cores na repintura poderá ser acelerado na pós-crise, com redução nos estoques e aumento do valor agregado.

A indústria automotiva original deverá ser um dos setores industriais com a maior queda de volume no ano, devido ao impacto do isolamento nas montadoras, produção e vendas e o contínuo impacto da redução das exportações.

Mas o efeito net para a repintura automotiva deverá ser um encolhimento de negócios menor do setor de tintas uma vez que a frota não deixará de crescer e a idade média do veículo aumenta necessitando reparações. Outras variáveis como a flexibilização do seguro, serviços adicionais acoplados como pick-up & retorno, higienização são algumas das necessidades valorizadas do cliente final que podem alavancar ou modificar os negócios da repintura.

Os sistemas de mistura, mais que um fator de capital de giro, influenciam acoplados as outras necessidades do usuário do veículo como entrega do veículo com serviços de qualidade e no tempo certo. Mais do que nunca a reparação de qualidade invisível e no tempo certo fez parte da nova experiência do cliente.

A Cadeia de Fornecimento

A indústria de tintas no seu conjunto toma caminhos para a nova situação. Tão urgente quanto a conversa com clientes, é prioritária a conversa com fornecedores.

Sabemos que 70% dos insumos de tintas são diretamente influenciados pela taxa de câmbio e mercado externo e como tal já se sabe que serão impactados pelos novos preços do petróleo, pela nova paridade de dólar, pela disponibilidade de materiais e estoques instáveis, pelos rompimentos de contrato e, tantos outros desafios. Existem fatores que se pode controlar e outros tantos que não se controlam. Porém a produtividade operacional de valores é uma realidade. A falta de produtividade da cadeia de fornecimento deve ser combatida. O incentivo é o crescimento de mercado.

As fontes de suprimentos no mundo podem se modificar ao longo do tempo, impactadas pela volatilidade. No médio prazo as fontes deverão fortemente focar no aumento da confiabilidade se quiserem assegurar seus negócios. Não só o custo será importante, mas também o risco do fornecimento. As fontes asiáticas e outras que prevaleceram nos anos recentes por custo serão ponderadas também pelo risco.

A nova ordem do mercado nos obriga a reposicionar inteligentemente a distância entre o custo, a confiabilidade e o acesso instantâneo às novas tecnologias demandadas pelo mercado que até agora pareciam ser intangíveis e, que agora poderão ser necessidade. O consumidor não espera uma redução de qualidade. A cadeia de fornecimento deverá estar engajada dinamicamente para não perder a demanda.

Em uma recente live da revista Paint & Pintura, de fornecedores e distribuição concluiu-se que estamos focados nos recursos que possam interferir na fortemente na produtividade. A digitalização de sistemas logísticos, administrativos, vendas e mesmo desenvolvimento produtos podem trazer mais produtividade aos sistemas de serviços. O apoio tecnológico a cadeia de valor vai passar por modificações radicais para permitir ação conjunta com o fabricante do insumo e usuário final na transmissão de valor.

A cadeia de suprimentos está sendo reavaliada pelo custo e risco. Antes da desglobalização o mercado de matérias primas e insumos de tintas vai reavaliar a produtividade das fontes. Mais que a desglobalização uma nova globalização pode ocorrer onde se inclui também os insumos locais competitivos globalmente. A nova vocação-tecnológica da cadeia de fornecimento localizada passa pela competitividade e pela sustentabilidade.

Para isto as conversas estratégicas com fornecedor, distribuidor e usuário são urgentes: **O que modificar, pode ficar!**