

“VALOR INTEGRADO COMO VANTAGEM COMPETITIVA NA RECONFIGURAÇÃO GLOBAL DO MERCADO DE TINTAS”

**Francisco Z. RácZ
Washington T. Yamaga**

**Fórum Paint & Pintura
GOIÂNIA - GO
JUNHO 2026**



**RácZ, Yamaga &
Associates**

www.ry-associates.com

CONTEÚDO

1. PREÂMBULO

1. CENÁRIOS GLOBAIS
2. BRASIL NA AMÉRICA DO SUL

2. VALOR INTEGRADO

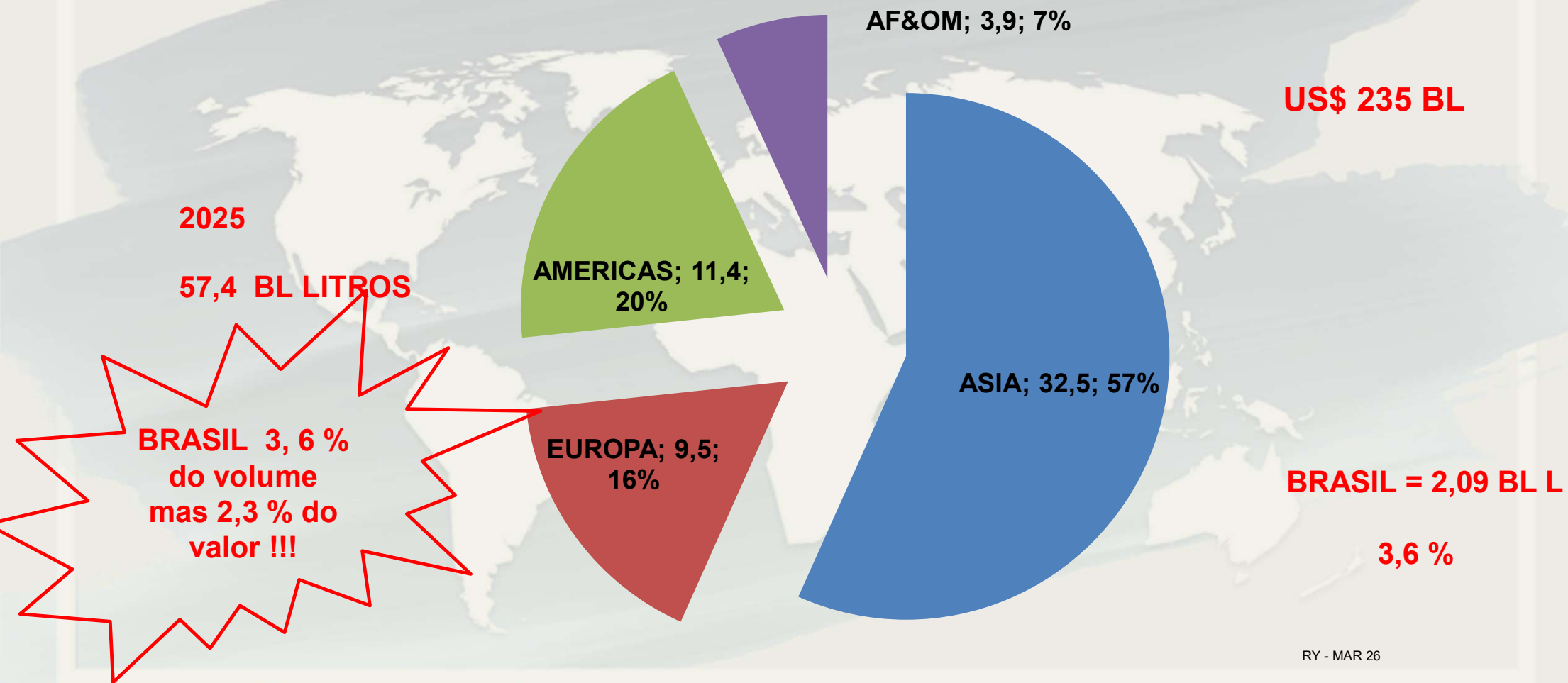
1. PROTEÇÃO DAS MARGENS
2. CASES

TINTAS PRESENTES NA NOSSA VIDA !!!



**OS CENÁRIOS
GLOBAIS SÃO
REGIONAIS!**

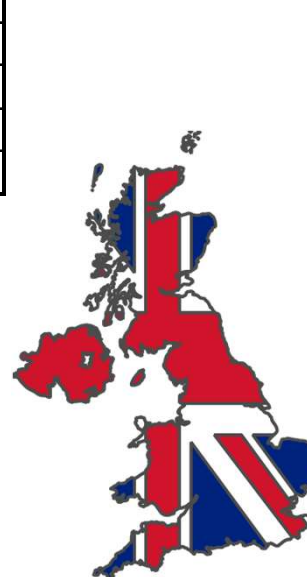
TINTAS NO MUNDO - VOLUMES GEOGRÁFICOS



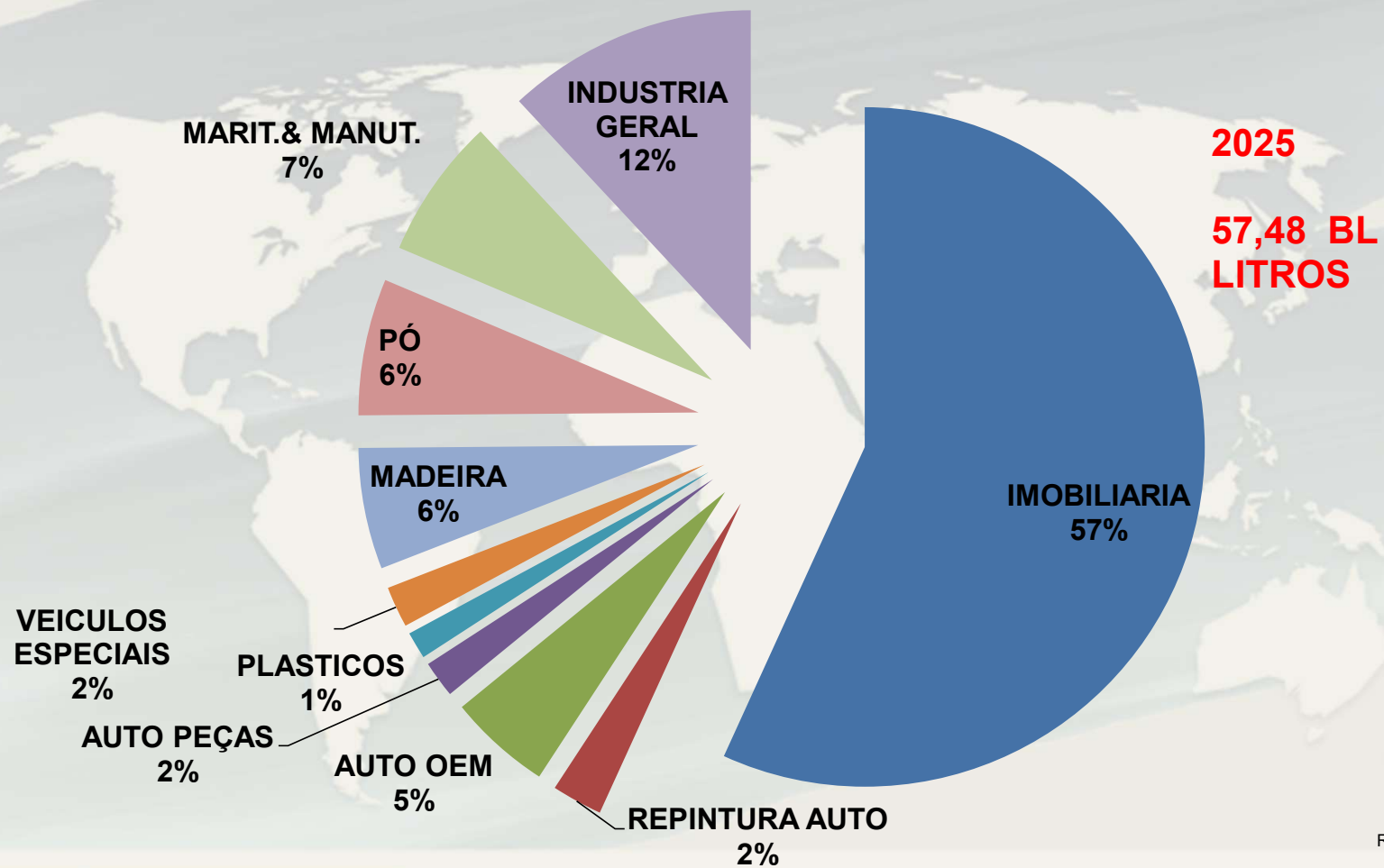
MAIORES MERCADOS EM VOLUME (BL LITROS) - 2025



2025	BL LITROS
CHINA	10,19
USA	6,43
INDIA	6,36
BRAZIL	2,09
GERMANY	1,95
JAPAN	1,62
UK	1,44
FRANCE	1,36



TINTAS NO MUNDO - SEGMENTAÇÃO VOLUME



QUEM É QUEM ?

GLOBAL MARKET SHARE PRELIMINAR

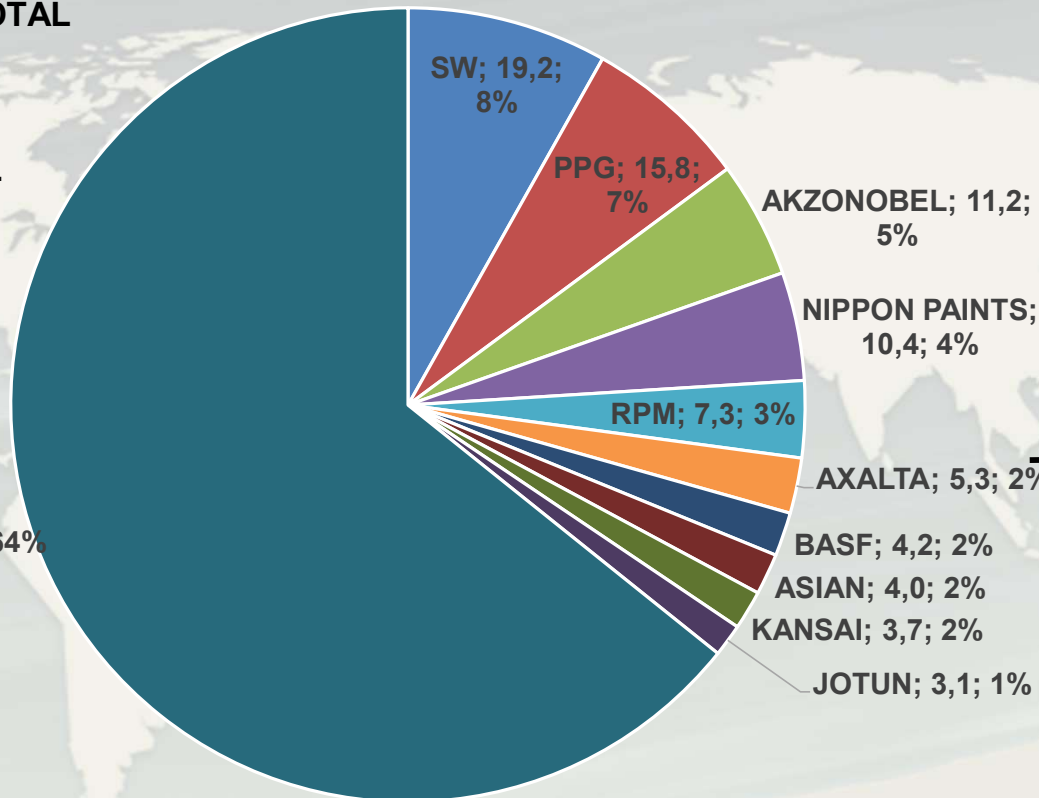
**2025-
MERCADO TOTAL**

US\$ 235 BL

SW + SUVINIL

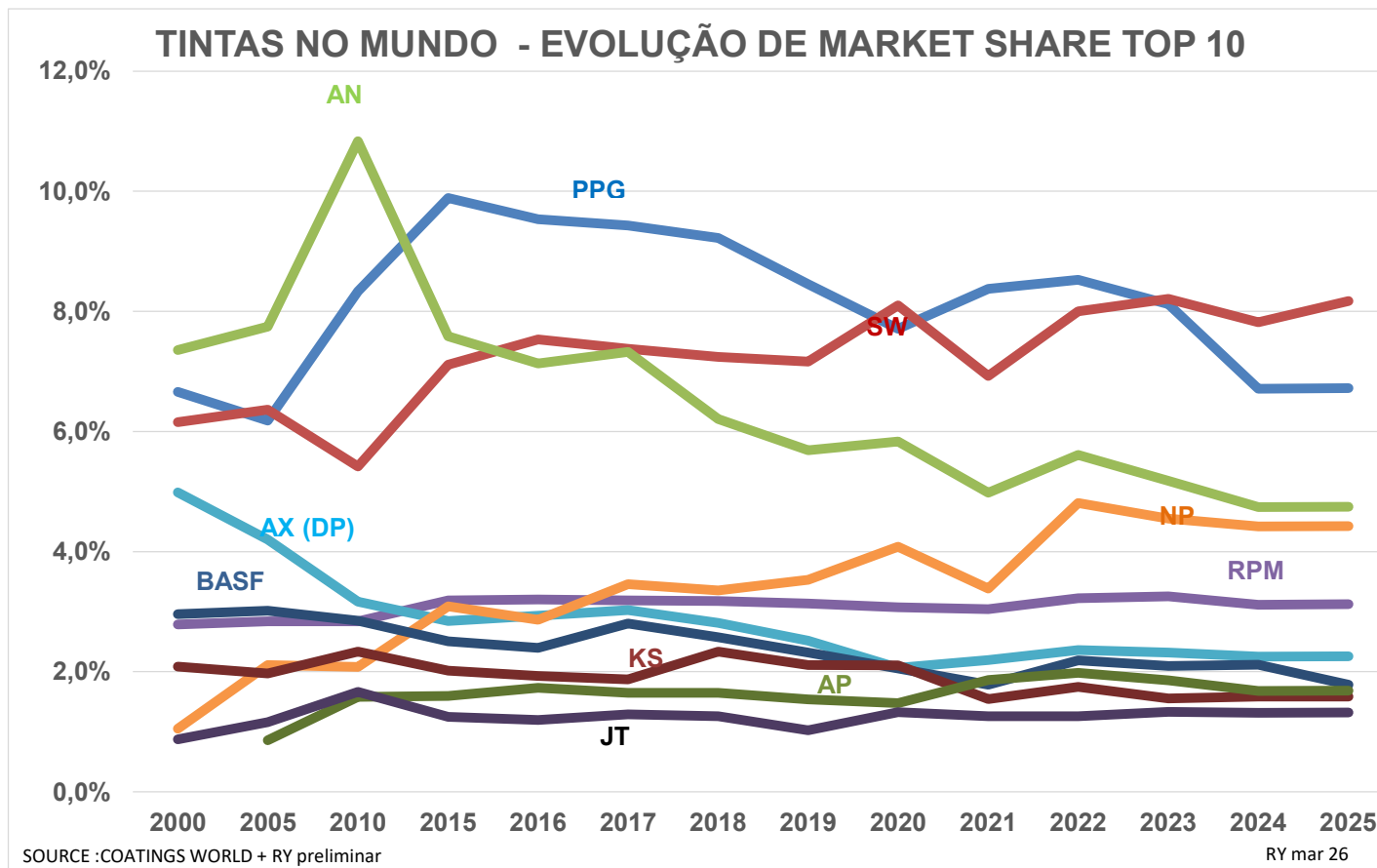
OUTROS ; 151,2; 64%

RY AGO 25-
COATINGS
WORLDG JUL25



**CINCO
EMPRESAS
= 27 % DO
MERCADO**

10 EMPRESAS = 36 % E 20 EMPRESAS 44 % DO MERCADO



**EVOLUÇÃO
HISTÓRICA
EXPLICA
MOVIMENTOS
ESTRATÉGICOS**

AKZONOBEL NO TABULEIRO

CENÁRIO 1 – AKZO + AXALTA

Fortalecimento em automotivo repintura - OEM e industrial, integração tecnológica e maior foco em *coatings* especializados. O desafio reside na captura efetiva das sinergias e na manutenção de atenção às decorativas.

CENÁRIO 2 – SHERWIN + COATINGS AKZO

Ampliação significativa em marítimas , protetiva e tinta em pó. Possível fortalecimento de plataformas premium e maior pressão competitiva sobre players industriais regionais.

CENÁRIO 3 – NIPPON + DECORATIVAS AKZO

Entrada asiática mais robusta em decorativas globais e eventual reorganização competitiva regional. América do Sul passa a ocupar papel mais estratégico em crescimento de longo prazo.

Independentemente do desfecho, a América do Sul tende a sentir impactos.

AKZONOBEL NO TABULEIRO

WINNERS & LOSERS

QUEM GANHA?

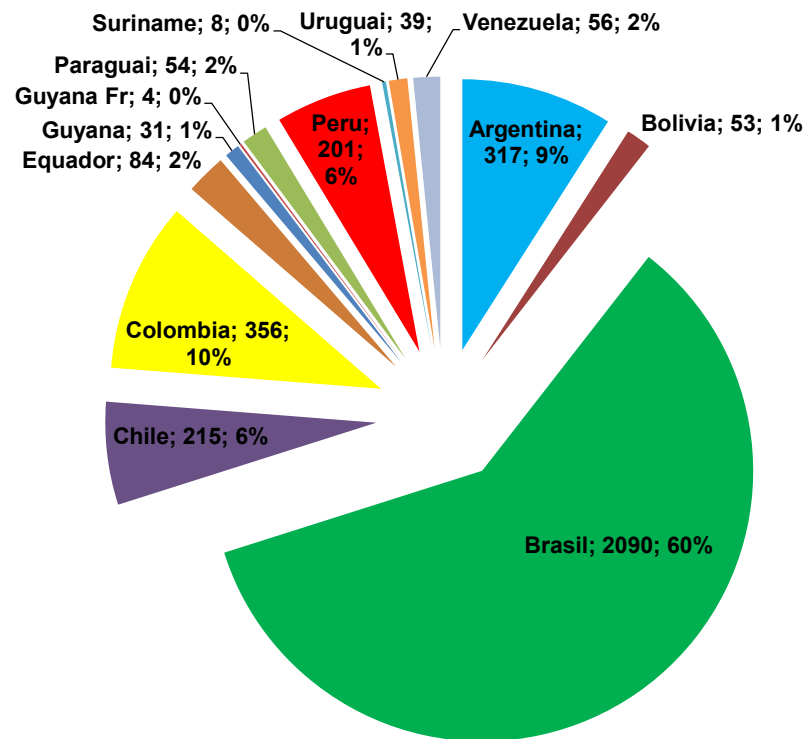
- Plataformas regionais de crescimento
- Empresas com tecnologia proprietária
- Especialidades e coatings premium
- Operações integradas e sustentáveis
- Players capazes de combinar escala e adaptação local

QUEM PERDE?

- Operações excessivamente dependentes de commoditização
- Empresas com baixa diferenciação tecnológica
- Modelos excessivamente locais e pouco conectados globalmente
- Estratégias baseadas apenas em preço

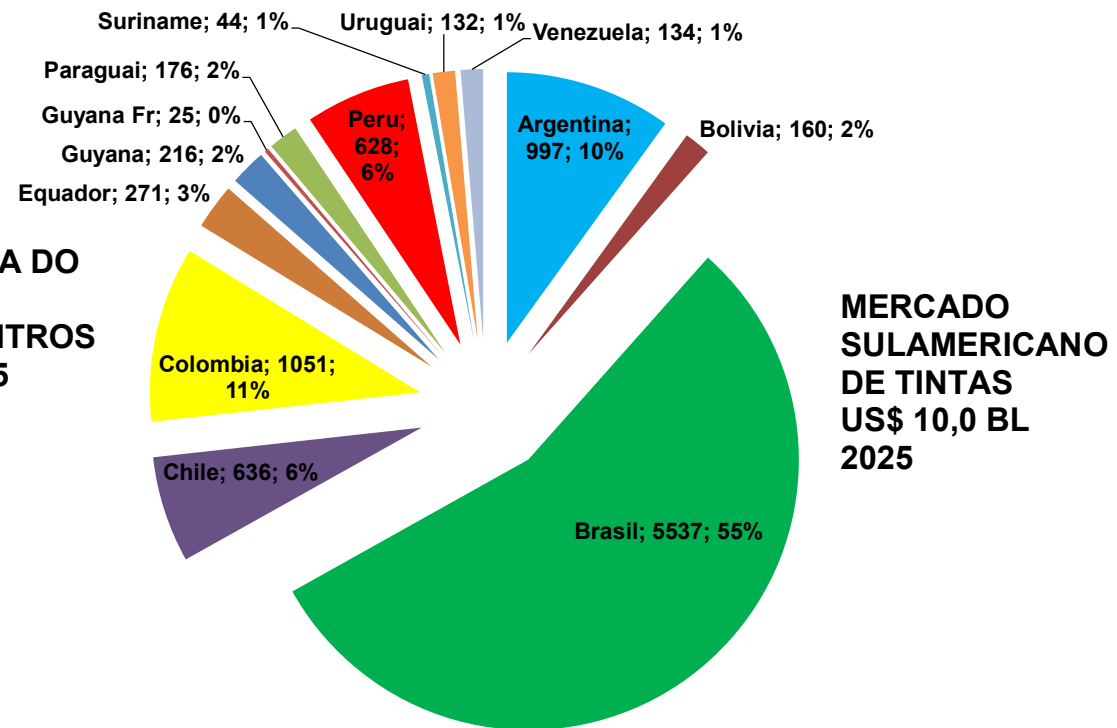
Para empresas locais e regionais, esse cenário representa simultaneamente risco e oportunidade.

**BRASIL NA
AMÉRICA DO
SUL**



**AMERICA DO
SUL -
3,5 BL LITROS
EM 2025**

RY - mar 26



**MERCADO
SULAMERICANO
DE TINTAS
US\$ 10,0 BL
2025**

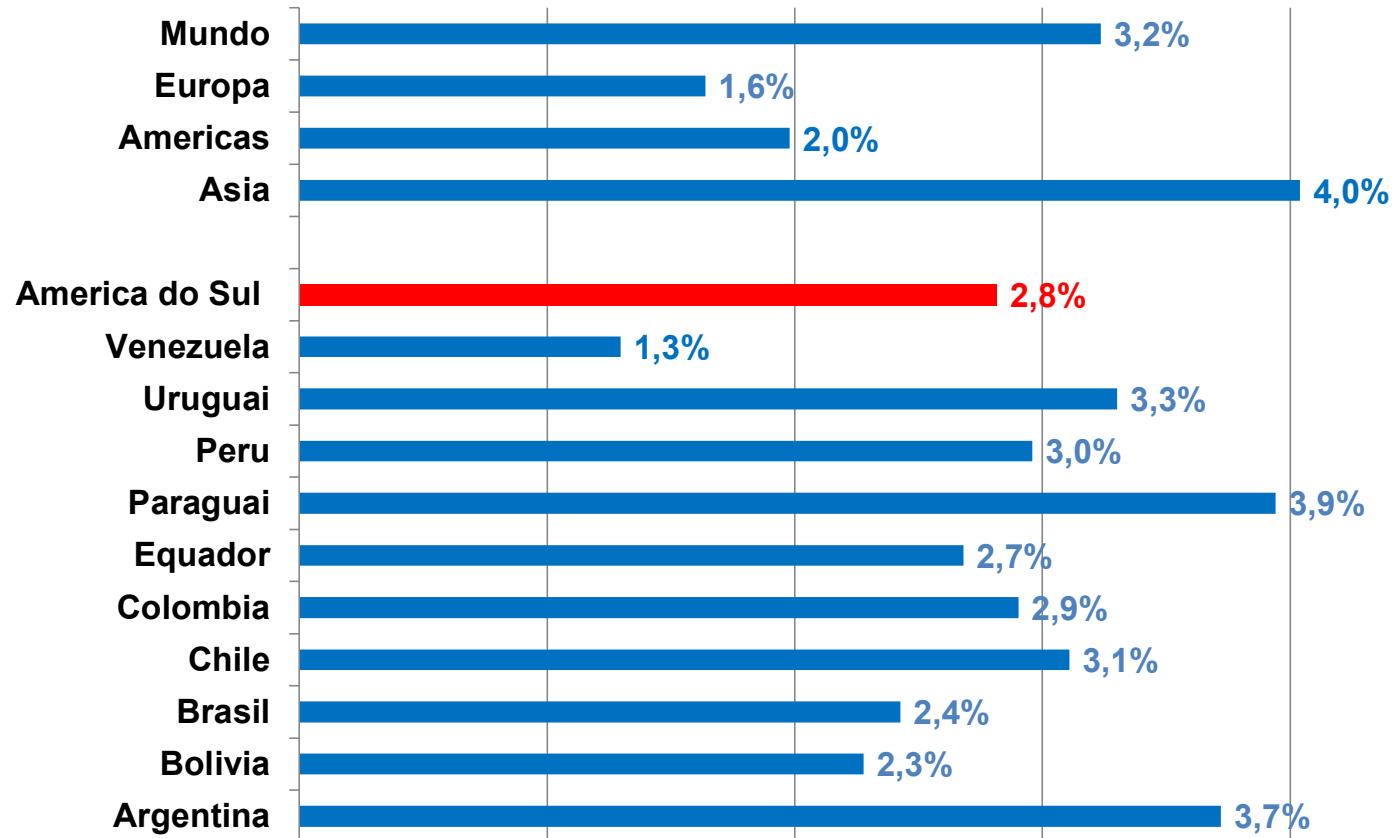
AMÉRICA DO SUL – CENÁRIO E FUTURO

- **INCERTEZAS GEOPOLÍTICAS - EXTENSÃO EM AVALIAÇÃO**
- **INFLAÇÃO GLOBAL**
- **CADEIA DE SUPRIMENTOS - NEAR/FRIENDLY SHORING !?**
- **DEBILIDADES MACROECONÔMICAS REGIONAIS**
- **“AUTO SUFICIÊNCIA” DE PETRÓLEO**
- **INFRA ESTRUTURA E MOBILIDADE SÃO DRIVERS**

- E ANTES DE FALAR DO FUTURO ,LEMBREM SE :
“O pessimista é um chato,
O otimista um tolo.
Bom mesmo é ser um
REALISTA ESPERANÇOSO”

Ariano Suassuma

MERCADOS TINTAS VOLUME % aa 25-30



**CRISE DO IRÃ =
VIÉS DE BAIXA !!**

RY-MAR26

AMÉRICA DO SUL

TINTAS EM TRANSFORMAÇÃO ESTRUTURAL

RECONFIGURAÇÃO DA CADEIA

Cadeia de Suprimento mais regional
Volatilidade de custos
Redefinição de fornecedores

CRESCIMENTO COM VALOR

Foco em valor, não volume
Pricing estratégico
Portfólios sofisticados

PRODUTIVIDADE & DIGITAL

Automação industrial
Uso de Dados
Digitalização comercial

TRANSIÇÃO SUSTENTÁVEL

Des fossilização
Novas matérias-primas
Pressão regulatória

NOVO CICLO COMPETITIVO EMERGINDO
Resiliência + Adaptabilidade = Liderança



Rácz, Yamaga
& Associates

TINTAS AMÉRICA DO SUL

7 AÇÕES ESTRATÉGICAS

SEMPRE VALIDAS

**DOSIMETRIA
VARIÁVEL POR
PAIS/SEGMENTO**

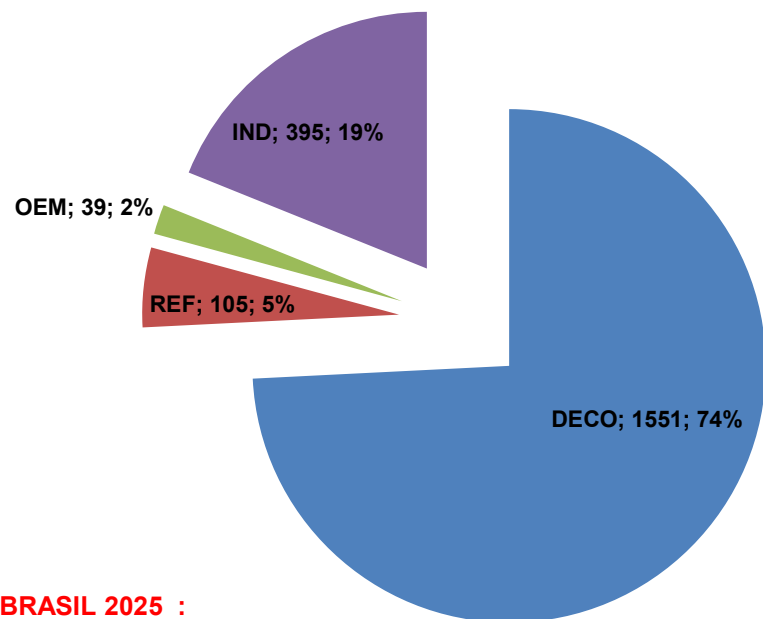
- 1. Proteção de Preços e Margens**
- 2. Criação de valor por nichos**
- 3. Redução de custos geral**
- 4. Produtividade: no acesso de matérias primas e à distribuição de produtos finais**
- 5. Novas tecnologias para formulação e processamento de tintas pela conversão digital**
- 6. Reordenamento do acesso global às matérias primas**
- 7. Novos modelos de negócios (M&A)**



**Rácz, Yamaga
& Associates**

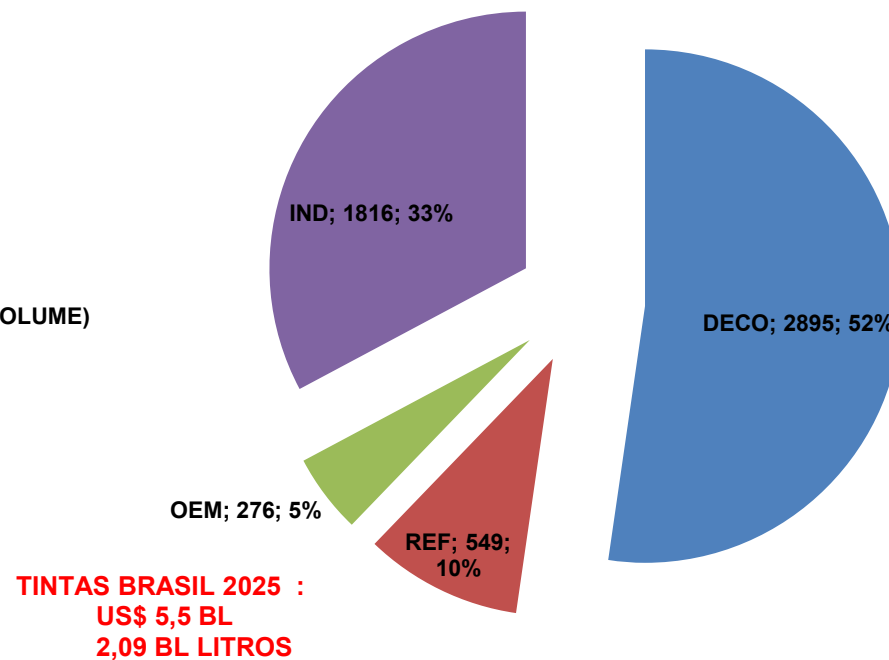


TINTAS BRASIL - SEGMENTOS 2025 (EM VOLUME)



TINTAS BRASIL 2025 :
US\$ 5,5 BL
2,09 BL LITROS

TINTAS BRASIL - SEGMENTOS 2025 (EM VALOR)



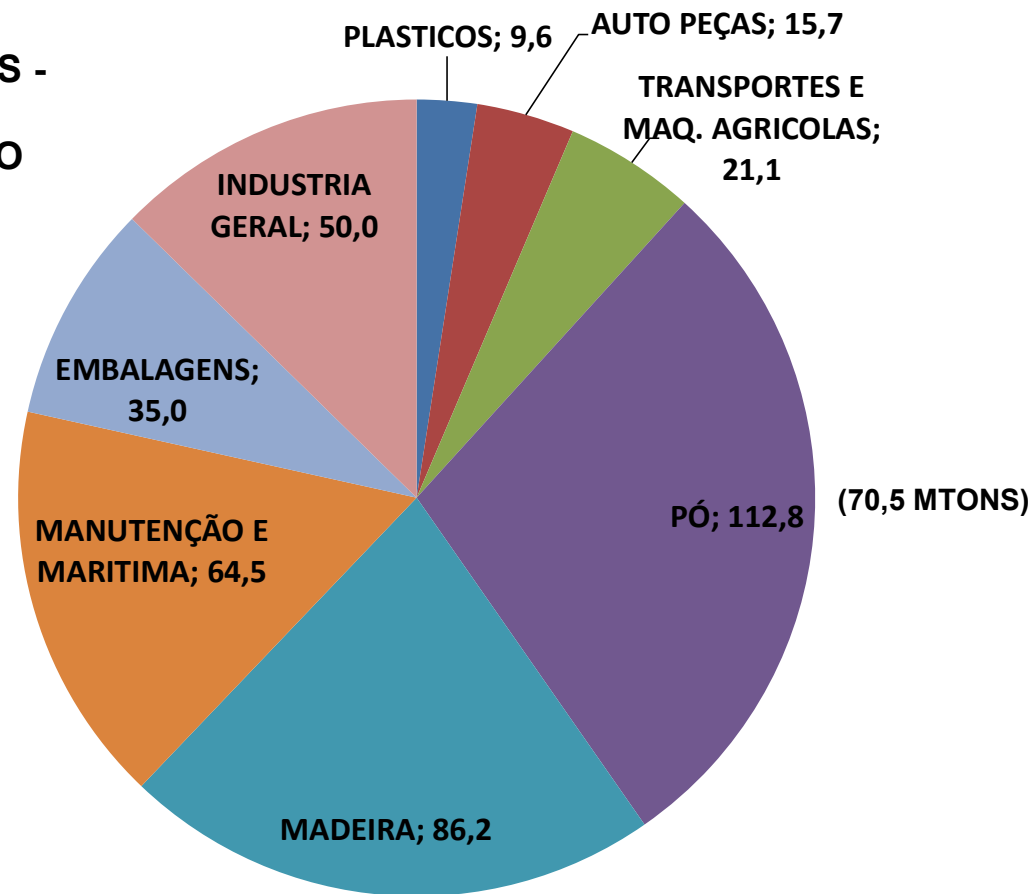
TINTAS BRASIL 2025 :
US\$ 5,5 BL
2,09 BL LITROS

RY MAR 26

RY MAR 26

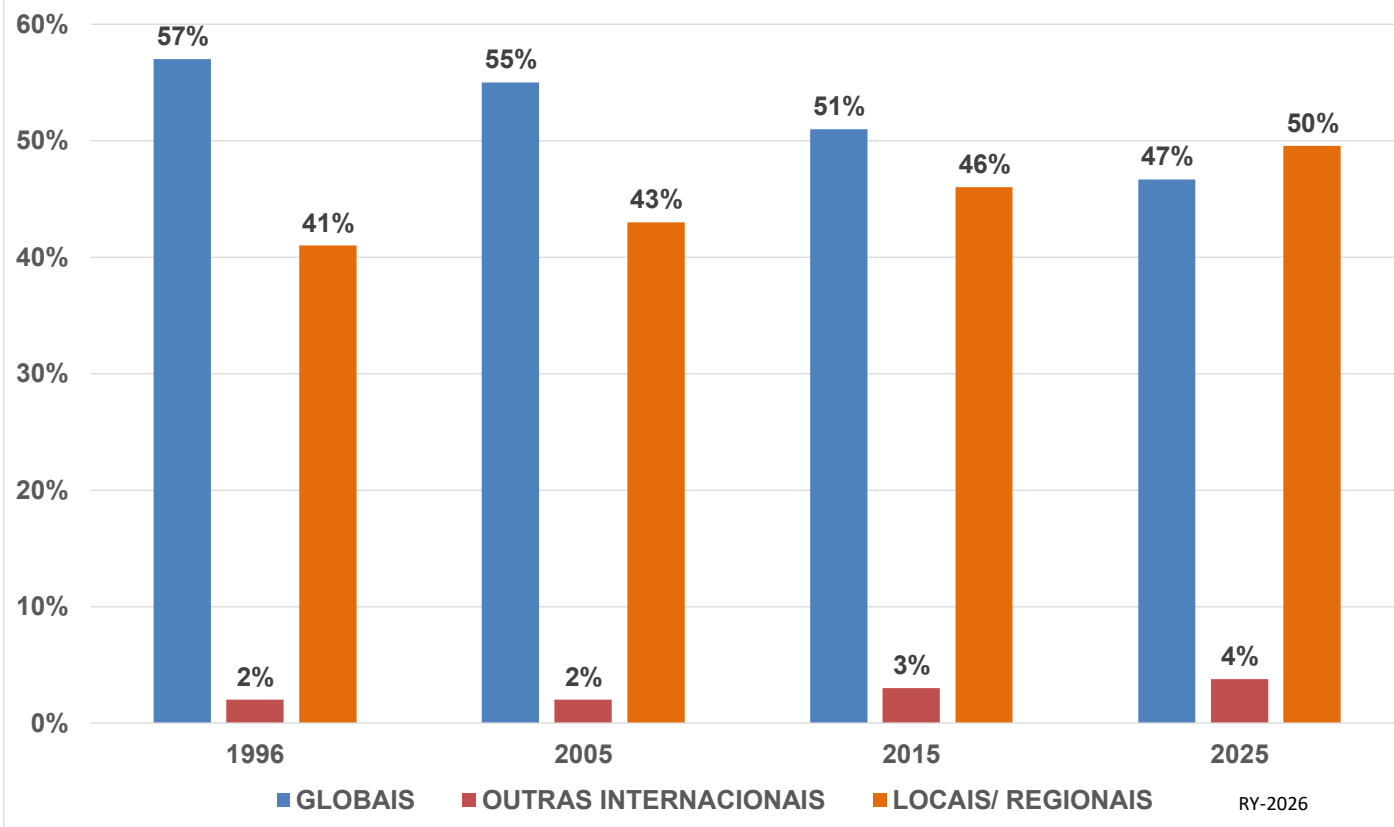
**TINTAS INDUSTRIAIS -
BRASIL -
VOLUME SEGMENTO
MILHÕES LITROS**

**TOTAL 2025 :
395 MM LITROS**



RY MAR 26

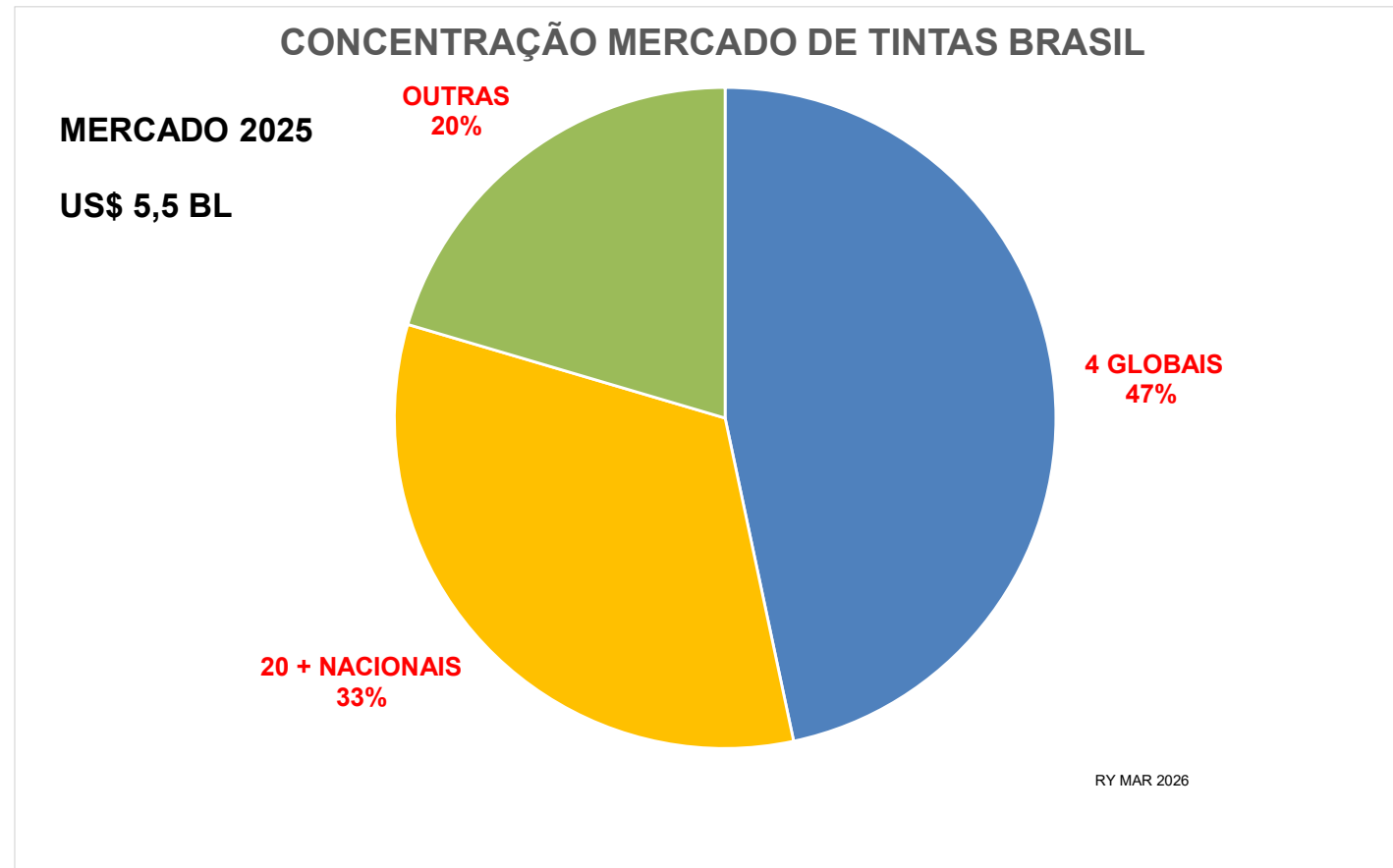
EVOLUÇÃO CONCORRÊNCIA EM TINTAS NO BRASIL



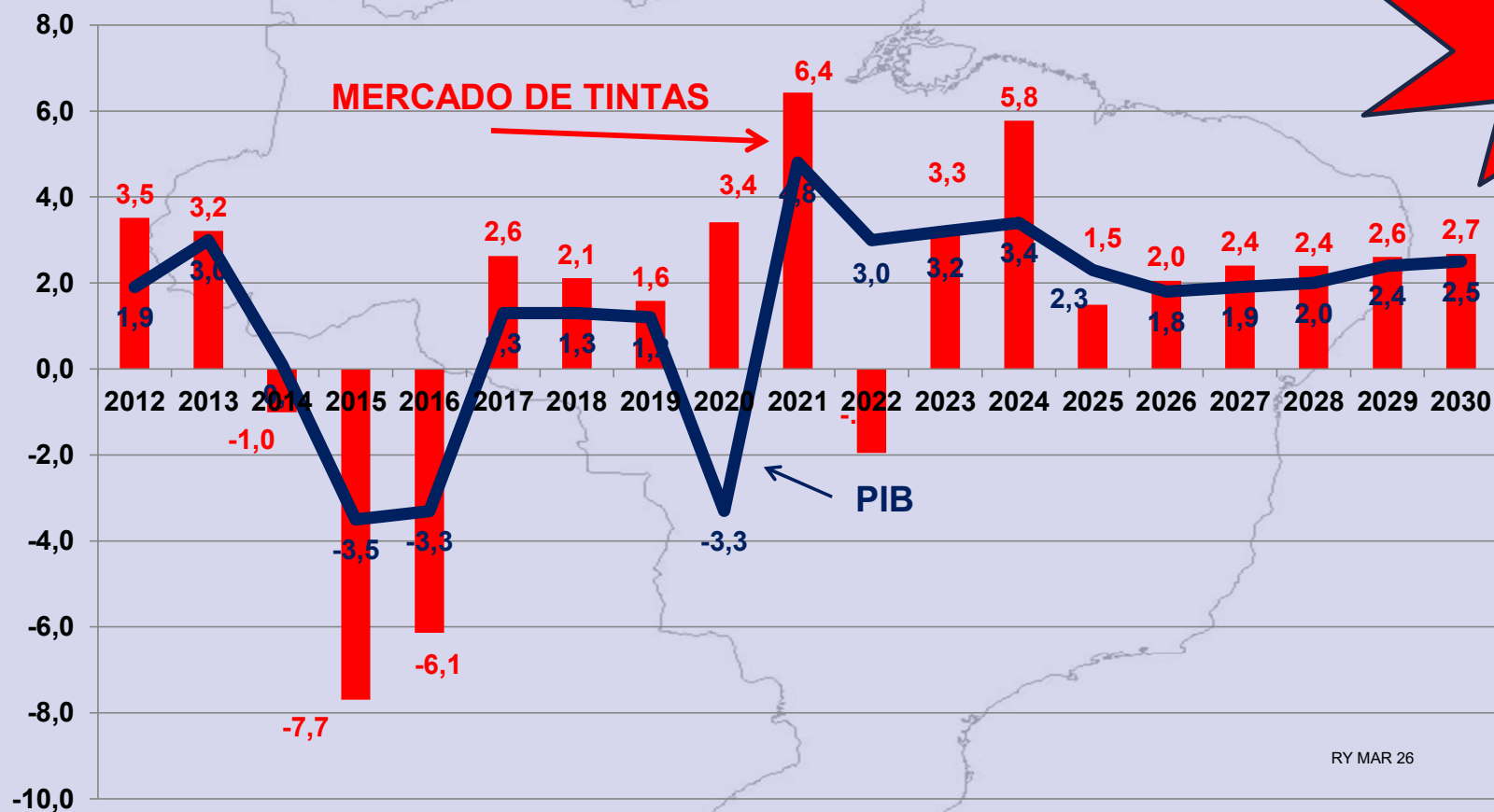
**EMPRESAS
REGIONAIS =
FORTALECIMENTO
CONTINUO**

**BRASIL =
CENTENAS DE
FABRICA DE
TINTAS , MAS**

**MERCADO É
CONCENTRADO**



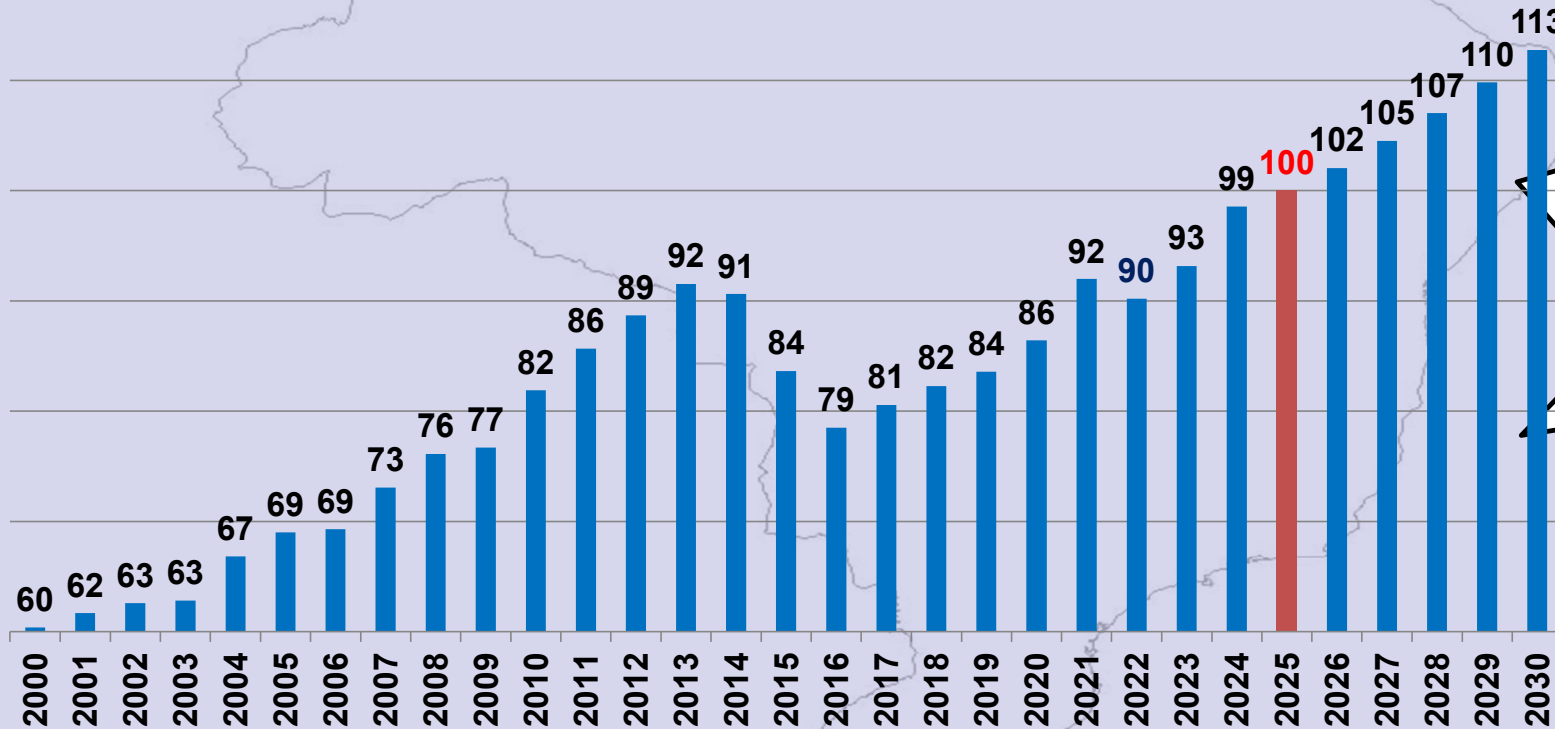
MERCADO DE TINTAS BRASIL E EVOLUÇÃO DO PIB - CRESCIMENTO ANUAL VOLUME (%)



**VIÉS DE BAIXA
26 & 27 !!**

NOVA ONDA CRESCENTE INICIADA EM 2017

VOLUME TOTAL MERCADO DE TINTAS BRASIL RELATIVO A 2025
(2025 = 2,09 BL LITROS)



**SEM
INVESTIMENTO
PRODUTIVO
CRESCIMENTO
FICA
COMPROMETIDO !**

RY MAR 26



**PROTEÇÃO DAS
MARGENS !**

GEOPOLÍTICA, ENERGIA E TINTAS

O novo driver da indústria: Petróleo + Câmbio
70% dos Insumos de Tintas são Petroquímicos
70% são Importados

PREÇO DO PETRÓLEO – BRENT FUTURO US\$ /BARRIL



TAXA DE CAMBIO : R\$ / US\$ DOLLAR



**“NO MEIO DESSE MAFUÁ, A
COTAÇÃO DO DÓLAR ESTA
SUPREENDENTEMENTE BEM
COMPORTADA”**
LUIS EDUARDO ASSIS



5,50 /
5,00 ou
4,50
???

**“Deus criou o
câmbio para
humilhar os
economistas “
(Edmar Bacha)**

A MENSAGEM É CLARA:

- O petróleo define o custo global
- O câmbio reflete no impacto na América do Sul
- O barril não custa US\$100 — custa US\$100 multiplicado pelo câmbio
- Resiliência para Dominar a Volatilidade é Liderar o Mercado

ALGUNS PONTOS DE ATENÇÃO NO MERCADO DE TINTAS

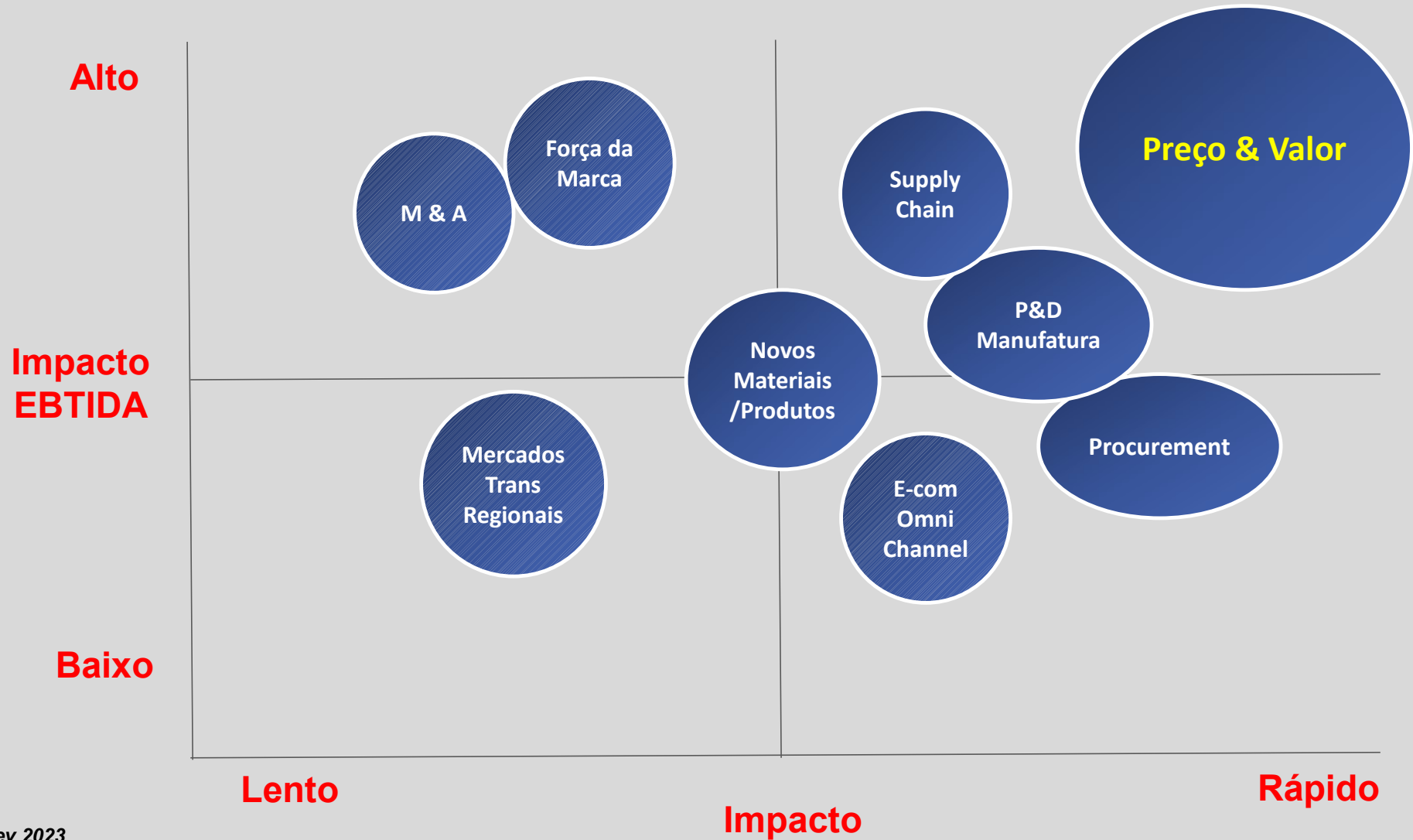
CRISE NO ORIENTE MÉDIO

As Mudanças no Comercio Exterior

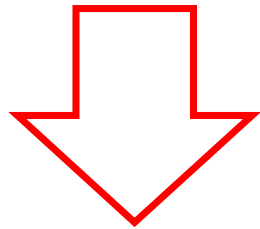
**Expectativas de Médio Prazo estão
Incertas**

ATENÇÃO ESPECIAL SEM DESESPERO

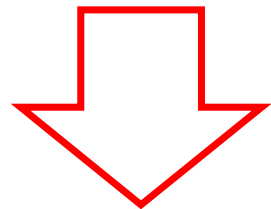
IMPACTOS NOS RESULTADOS DA INDUSTRIA DE TINTAS



**SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA
= SAÚDE FINANCEIRA**



PROTEGER MARGENS !



CUSTOS & PREÇOS



**SUSTENTABILIDADE
= SOBREVIVÊNCIA**



**ESG =
SOBREVIVÊNCIA !**



**VALOR
INTEGRADO
CASES !**



Cerveja especial no supermercado
Produto diferenciado = valor agregado !!!

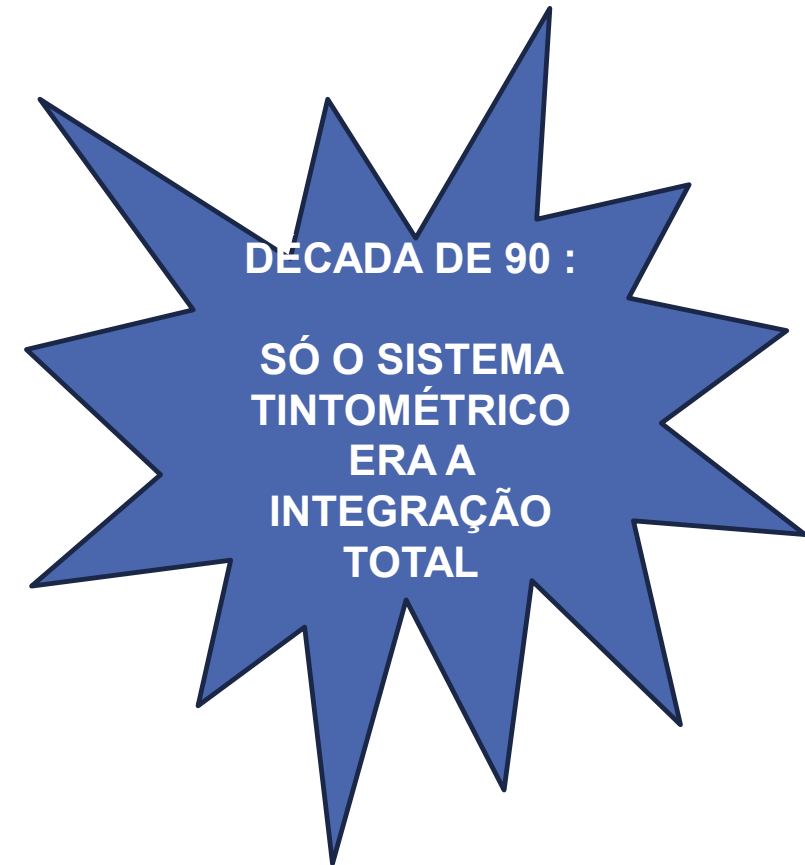


**EXPERIÊNCIA
COMPLETA =
VALOR
INTEGRADO !!!**

**PRODUTO TINTA = COBERTURA +
RENDIMENTO + FIDELIDADE DA COR +
DURABILIDADE = VALOR AGREGADO**

**SISTEMA INTEGRADO DE PINTURA =
EXPERIÊNCIA COMPLETA =
APLICABILIDADE + PRODUTIVIDADE +
RENTABILIDADE + SUSTENTABILIDADE +
GARANTIA + ETC = VALOR INTEGRADO**

DÉCADA DE 90 : TINTA NA COR CERTA EM CASA – UM SONHO A SER REALIZADO ;



A INDÚSTRIA DE TINTAS MUDOU — O MODELO NÃO

- De crescimento por volume para pressão de margem
- Commoditização crescente em todos os segmentos
- **Produto não sustenta mais vantagem competitiva**
- Novo jogo: capturar valor, não apenas gerar volume

O VALOR SAIU DA EMBALAGEM E FOI PARA O SISTEMA

- Produto + Aplicação + Processo + Dados + Serviços
- Cliente compra previsibilidade e desempenho
- Redução de risco como novo driver de decisão
- Valor integrado redefine a proposta competitiva

TRÊS SEGMENTOS, UMA MESMA DIREÇÃO

- Arquitetônicas: produto → experiência e serviço
- Repintura: produto → controle de processo
- Industrial: produto → performance ao longo do ciclo de vida
- Maturidade crescente: Arquitetônico → Repintura → Industrial

ALGUNS EXEMPLOS :

- **INTEGRAÇÃO FABRICA DISTRIBUIDOR PINTOR**
- **PEÇAS/VEÍCULOS PINTADOS**
- **SISTEMAS /PROJETOS MANUTENÇÃO CERTIFICADA**
- **SISTEMAS DE RENTABILIDADE DE OFICINAS**

A APLICAÇÃO É O MAIOR ATIVO NÃO CAPTURADO

- Principal fonte de falhas e retrabalho
- Alta variabilidade de execução
- Baixa integração na cadeia de valor
- Quem controla aplicação controla resultado e margem

AMÉRICA DO SUL: JANELA ESTRATÉGICA ABERTA

- Baixa integração atual da cadeia
- Espaço relevante para diferenciação
- Possibilidade de salto direto para modelo integrado
- Quem liderar essa transição capturará valor desproporcional

**VALORIZAR A
OFERTA = VALOR
INTEGRADO !**

EXEMPLO HISTÓRICO DE VALORIZAR A OFERTA



NÃO SE DEVE CEDER MARGENS !!!

- TEMOS UMA BASE DE VOLUME RECORDE
- CONTINUAREMOS COM DIFICULDADES EM SUPRIMENTOS E CUSTOS AINDA ALTOS
- NÃO SE PODE ABRIR MÃO DA CONQUISTADA LIQUIDEZ !!!

E LEMBREM-SE : TINTA É O REVESTIMENTO/PROTEÇÃO MAIS ECONOMICO QUE EXISTE !



**SEMPRE
VALORIZAR A
OFERTA !!!!!**



**“FATURAMENTO É
VAIDADE ,
MARGEM É
SOBREVIVÊNCIA !”**

e ,
**REALISMO
ESPERANÇOSO !!.**



Rácz, Yamaga
& Associates

MUITO OBRIGADO!

Fórum Paint & Pintura
GOIÂNIA
JUNHO 2026



Rácz, Yamaga &
Associates

www.ry-associates.com