

## PANORAMA DO SETOR DE TINTAS NO BRASIL: MERCADO, GESTÃO E TECNOLOGIAS PARA O SEGMENTO DE TINTAS IMOBILIÁRIAS

### AN OVERVIEW OF THE PAINT SECTOR IN BRAZIL: MARKET, MANAGEMENT AND TECHNOLOGIES FOR THE SEGMENT OF REAL ESTATE PAINTS

Ana Gabriela Rocha de Souza<sup>1</sup>; Miguelangelo Gianezini<sup>2</sup>; Melissa Watanabe<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Curso de Administração – Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC)  
[anagabrielards@gmail.com](mailto:anagabrielards@gmail.com)

<sup>2</sup>Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico (PPGDS)  
Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC)  
[mgianezini@outlook.com](mailto:mgianezini@outlook.com)

<sup>3</sup>Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioeconômico (PPGDS)  
Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC)  
[melissawatanabe@unesc.net](mailto:melissawatanabe@unesc.net)

#### Resumo

*A utilização de tintas e pigmentos tem, ao longo da história, um papel significativo para a expressão, registro e legado da humanidade. Pode-se dizer que este recurso evoluiu conforme o desenvolvimento das civilizações em todo o mundo. Assim, na contemporaneidade, as tintas e pigmentos representam um setor importante para muitas economias, incluindo o Brasil, que é um dos maiores produtores mundiais. As empresas brasileiras, por sua vez, sabem que os usos (e reusos) de tintas são resultados de demandas diversificadas e complexas, a exemplo do ramo imobiliário, que requer pesquisa e inovação na produção e comercialização. Partindo desse contexto, o objetivo deste estudo foi apresentar um panorama do setor de tintas no Brasil com foco no segmento de tintas imobiliárias. Para tal foram realizadas pesquisas bibliográficas e levantamento documental. Foram utilizados dados secundários de fontes da Associação Brasileira dos Fabricantes de Tintas e do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Também foi realizada pesquisa em bases de dados e livros. A partir da pesquisa foi possível, como resultados: descrever o atual mercado (comercialização) de tintas e revestimentos no Brasil; caracterizar o cenário de produção de tintas imobiliárias, identificando as principais mudanças tecnológicas; discutir as perspectivas da produção de tintas e as tendências no âmbito do objeto de estudo, focando-se nas orientações para o mercado; e elaborar um esquema representativo da cadeia produtiva de tintas, com destaque para as tintas imobiliárias. Esses resultados permitiram compreender as condições de comércio do setor, incluindo suas potencialidades e desafios.*

**Palavras-chave:** Orientação para mercado; Tintas e revestimentos; Cadeias produtivas; Tendências.

## Abstract

*The use of paints and pigments has, throughout history, a significant role for the expression, record and legacy of humanity. This resource evolved as the development of civilizations around the world. Thus, in the contemporary world, paints and pigments represent an important sector for many economies, including Brazil, which is one of the largest producers in the world. Brazilian companies must observe that the uses (and reuses) of paints are the result of diversified and complex demands (e.g. the ones from real estate sector), which requires research and innovation in production and marketing. From this context, this study presents an overview of the paint sector in Brazil focusing on the real estate paints segment. For this purpose, bibliographical researches and documentary surveys were carried out. Secondary data were collected from sources of the Brazilian Association of Paint Manufacturers and the Ministry of Development, Industry and Foreign Trade (MDIC). As results we: describe the current market (commercialization) of paints and coatings in Brazil; we characterize the scenario of production of real estate paints, identifying the main technological changes; we discuss the perspectives of paint production and trends, focusing on market orientation; and we elaborate a representative scheme of the productive chain of paints, highlighting the real estate paints.*

**Key-words:** market orientation; Paints and pigments; Production Chains.

## 1. Introdução

A utilização de tintas e pigmentos tem, ao longo da história, um papel significativo para a expressão, registro e legado da humanidade. Desde o surgimento da civilização o homem viu a necessidade de registrar suas experiências, afinal a comunicação verbal era limitada para transmitir as atividades diárias, sentimentos, possíveis ameaças e não permitia o registro para posterior consulta. De fato, este recurso (ou instrumento) tem evoluído conforme o desenvolvimento das civilizações em todas as partes do mundo. Tal processo teve início artesanal, com a fabricação de tinta, em aproximadamente 3.500 a.C. (POLITO, 2006).

Os povos pré-históricos fabricavam tintas moendo materiais coloridos como plantas e argila em pó e adicionando água. A técnica era bem simples, pois utilizavam apenas as mãos ou até pedras e gravetos. As utilidades iam desde colorir as cavernas até enfeitar os corpos (POLITO, 2006). Uma das demandas observadas é que a tinta precisava ter certa durabilidade, então os ligantes começaram a ser inseridos no processo. Os primeiros ingredientes foram o sangue, sebo e seiva vegetal. Mais tarde, com a civilização Egípcia surgiram os primeiros pigmentos sintéticos, ferramentas de manuseio e ligantes como a goma arábica e a cera de abelha (ABRAFATI, 2014).

No ápice da Revolução Industrial (final do séc. XVIII e início do séc. XIX), os fabricantes passam a usar as máquinas e incrementar os processos. Os primeiros surgiram na Inglaterra, França, Alemanha e Áustria, produziam os materiais para as tintas e forneciam para os pintores, que compunham suas próprias misturas. Em 1867 os fabricantes introduziram as primeiras tintas no

mercado (POLITO, 2006). Havia total sigilo quanto à divulgação de fórmulas utilizadas na fabricação, sendo estas tratadas como “tesouros” por seus desenvolvedores (HOBSBAWN, 2003).

Os períodos da Primeira e Segunda Guerras Mundiais, apesar da destruição causada, são considerados importantes acontecimentos para os cientistas e químicos, pois desenvolveram novos pigmentos e resinas sintéticas, que foram substitutos dos ingredientes primitivos. Ademais, nesses momentos históricos registrou-se o início de um processo de inovação no processo de fabricação e criação dos materiais utilizados na tinta (SALASAR, 2006).

Nos dias atuais (séc. XXI), o nome “tinta”, é utilizado para descrever um produto, geralmente líquido, com finalidade de embelezar e proteger objetos e superfícies. Este produto está presente na arte, na indústria, na construção civil, na produção de automóveis, equipamentos, tubulações e produtos eletroeletrônicos, entre outros.

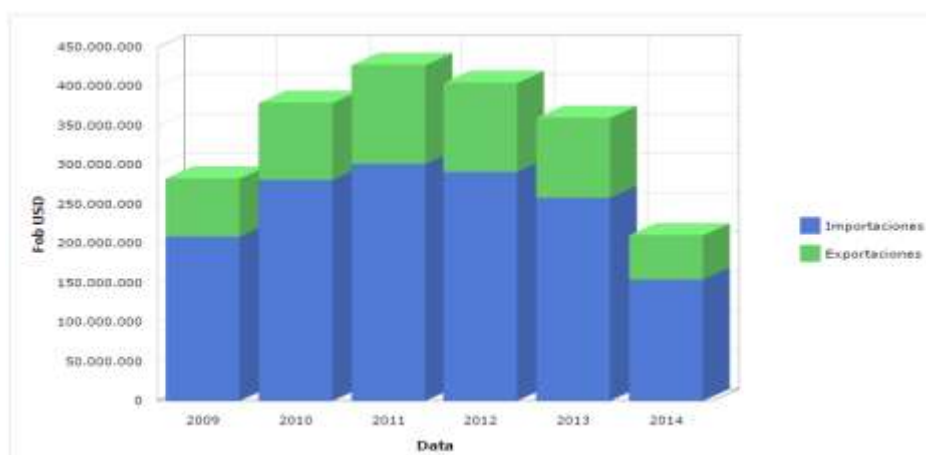
Por conseguinte, as tintas e pigmentos representam um setor importante para muitas economias, incluindo a do Brasil, quinto maior produtor global, atrás de EUA, China, Índia e Alemanha. Em 2012, com vendas de USD 4,28 bilhões o Brasil alcançou esta posição, sendo que o segmento/linha imobiliária correspondeu a 64% dessa fatia<sup>1</sup>. Importante ainda mencionar que 90% do volume de tintas produzidas no País atende aos requisitos mínimos de qualidade avaliados pelo Programa Setorial da Qualidade (FERREIRA, 2013). Além disso, eventos diversos e muitas vezes não associados – campanhas de incentivo à moradia, campeonatos esportivos, eleições e instabilidade econômica – podem interferir nos indicadores de desempenho deste setor.

Essa condição também pode ter se estabelecido, em parte, devido ao aquecido mercado interno que tem demandado tanto produtos *Standard*, ou seja padrão, quanto produtos específicos, seguindo orientações mercadológicas contemporâneas.

---

<sup>1</sup> Adota-se no mercado internacional a Nomenclatura Comum do MERCOSUL (NCM). A “linha de tintas imobiliárias”, objeto desta pesquisa, pertence à Seção “Produtos das Indústrias Químicas ou Indústrias Relacionadas”; Capítulo 32 “Extratos tanantes e tintoriais; taninos e seus derivados; pigmentos e outras matérias corantes; tintas e vernizes [...]”; e Partidas 32.08 “tintas e vernizes, à base de polímeros sintéticos ou de polímeros naturais modificados, dispersos ou dissolvidos em meio não aquoso” e 32.09 “tintas e vernizes, à base de polímeros sintéticos ou de polímeros naturais modificados, dispersos ou dissolvidos em meio aquoso, além de suas subdivisões que contemplem os usos imobiliários” (TRADE NOSIS, 2014). A descrição de tal classificação técnica é relevante, para contextualizar o objeto de pesquisa e em especial, compreender que o Brasil, apesar de quinto maior produtor, ainda não configura entre os maiores exportadores (Fig. 1), ao contrário, ainda importa boa parte dos produtos relacionados no “capítulo 32” (supracitado), mesmo que seja como insumos para fabricação de tintas.

Figura 1 – Gráfico da evolução das Importações / Exportações, Brasil (2009-2014)  
Extratos tanantes e tintoriais; taninos e seus derivados; pigmentos e outras matérias corantes;  
tintas e vernizes; mástiques; tintas de escrever - Anual FOB USD



FONTE: Trade Nosis, 2013.

De fato, o setor tem perspectivas otimistas e encontra-se em processo de consolidação, com representatividade significativa no PIB Nacional e expansão de empresas nacionais e internacionais já instaladas. Este contexto denota a importância para estudos aplicados em setores e segmentos específicos da indústria química (seção), como este, que trata das potencialidades e desafios do setor de tintas (capítulo), no segmento imobiliário (partida) brasileiro.

Observando este contexto, buscou-se então compreender *qual a condição do setor de tintas no Brasil e como tem se configurado a produção e comercialização no segmento de tinta imobiliária, no que tange ao atendimento as orientações do mercado para esta cadeia produtiva?* A resposta a esta pergunta levou ao estabelecimento do objetivo, o qual foi o de apresentar um panorama do setor de tintas no Brasil, com foco no segmento de tintas imobiliárias.

Assim, a importância da realização do estudo se deu inicialmente pela possibilidade de analisar as transformações que ocorreram na produção e mercado de tintas da linha imobiliária a partir da mudança nos padrões de moradia no país. Também foi importante para o aprimoramento dos conhecimentos em estratégia e em comércio exterior, bem como para a área de investigação no Brasil/MERCOSUL e para as empresas do setor pesquisado.

## 2. Revisão de Literatura

Esta seção apresenta a revisão de literatura, onde são abordados conceitos e definições da área de estudo e da temática pesquisada. Optou-se por uma apresentação interpretativa e comentada, uma vez que alguns dos referenciais são igualmente integrantes dos resultados de pesquisa.

## 2.1 O Brasil: expoente na fabricação e fornecimento de tintas

No território brasileiro, a indústria de tinta, começou a se estabelecer no século XX, e os pioneiros do setor foram Paulo Hering (fundador das Tintas Hering), no estado de Santa Catarina, em Blumenau-SC e Carlos Kuenerz (fundador da Usina São Cristóvão), no Rio de Janeiro-RJ, que era então o Distrito Federal, ambos de origem alemã. A partir de então outras empresas começaram a se estabelecer e desenvolver o setor considerado em intensa expansão (FAZENDA, 1995).

Como já mencionado na parte introdutória, o Brasil é um dos maiores produtores de tintas do mundo. Em território nacional fabricam-se tintas destinadas as mais variadas finalidades, com tecnologia e eficiência técnica, podendo ser comparado com a indústria de países desenvolvidos (ABRAFATI, 2010). Em todo o país existem muitos fornecedores de tintas, entretanto 75% das vendas ficam concentradas entre os 10 maiores fornecedores. Sendo que esse percentual é dividido entre os seguimentos: imobiliário, automotivo, industrial.

De acordo com dados da ABRAFATI (2010), o segmento tinta imobiliária representa cerca de 80% do volume total e 64% do faturamento. A Tinta Automotiva, utilizada pelas montadoras, correspondem a 4% do volume e 6,5% do faturamento, já a utilizada para a repintura automotiva, representa 4% do volume e 8,5% do faturamento. Por fim, a Tinta Industrial, utilizada para beneficiamento em eletrodomésticos, móveis, autopeças, naval, aeronáutica, manutenção de modo geral, representa 12% do volume e 21% do faturamento.

Em pesquisa sobre o setor, Giulio (2007) observou que tal motivação se dá pelo aumento das vendas de produtos pintados no Brasil, com destaque para automóveis e eletrodomésticos, conforme apontado por um de seus entrevistados, o então presidente-executivo da Associação Brasileira dos Fabricantes de Tintas (ABRAFATI), Dilson Ferreira. Nas palavras do executivo:

No país, fabricam-se tintas destinadas às mais variadas aplicações com tecnologia de ponta. Grandes fornecedores mundiais de matérias-primas e insumos para tintas atuam aqui, de modo direto ou através de seus representantes, juntamente com empresas nacionais, muitas delas detentoras de alta tecnologia e com perfil exportador (GIULIO, 2007, *online*).

Seguindo essa mesma linha de pensamento, o mercado nacional impulsionado pelo aquecimento da construção civil, está atualizando sua tecnologia e competência técnica, espelhando-se nos mais avançados centros produtores do mundo, as maiores empresas do país estão acompanhando as tendências internacionais investindo na qualidade dos produtos, nas novidades de mercado, bem como a preocupação com o meio ambiente (ABRAFATI, 2010).

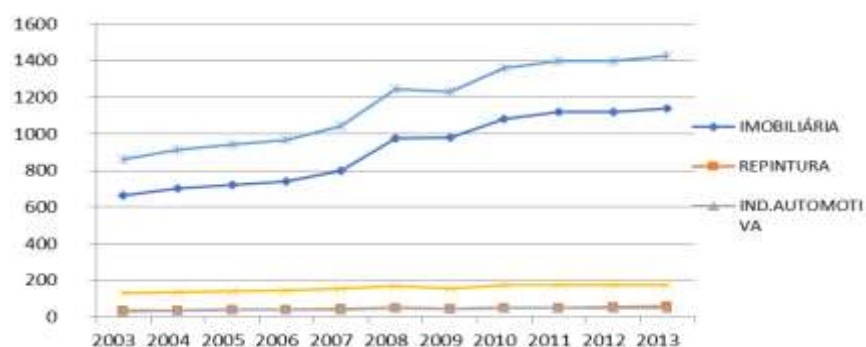
Com foco voltado para a questão da sustentabilidade, as principais indústrias de tintas radicadas no país vêm investindo em técnicas com o intuito de desenvolver produtos cujo impacto para o meio ambiente seja reduzido (UEMOTO; IKEMATSU; AGOPYAN, 2006), minimizando as

quantidades utilizadas de água, energia, resíduos, poluição, e controle da emissão dos compostos orgânicos voláteis ou *Volatile Organic Compounds* (VOCs).

Visando fatores como os expostos acima e somado a qualidade do produto, foi lançado no país no ano de 2002, o programa setorial de qualidade – tintas imobiliárias, este que faz parte do PBQP-H (Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade do Habitat, do Ministério das Cidades) (SALASAR, 2006).

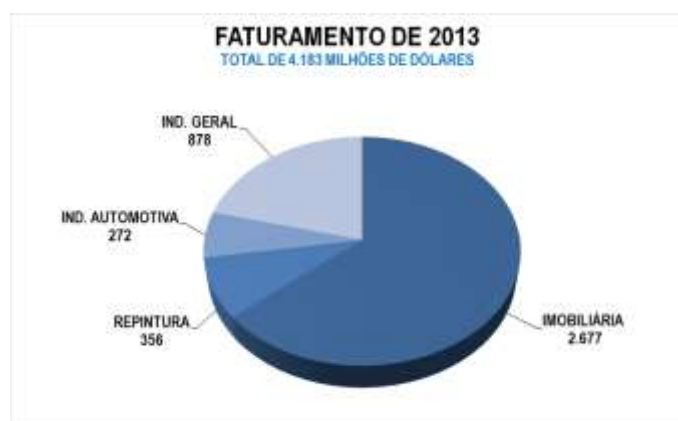
O objetivo do PBQP-H, é elevar a qualidade e modernização dos produtos que compõe a cesta da construção civil (EMERIM et al, 2017). Os resultados obtidos até então demonstram segundos dados da ABRAFATI, que 90% do volume de tintas comercializados no país atendem os requisitos mínimos de qualidade. Para ilustrar estes dados e informações, são apresentados a seguir dois gráficos (Figuras 2 e 3), demonstrando volume e faturamento, incluindo o segmento de tintas imobiliárias.

Figura 2 – Volume de produção de tintas no Brasil, 2003-2013 (em Mi de Lt)



FONTE: Elaborado a partir de dados da ABRAFATI, 2013.

Figura 3 – Faturamento total da produção de tintas no Brasil, 2013 (em Mi de USD)



Fonte: ABRAFATI, 2013.

Estes números são expressivos, ainda que não se tenham maiores informações sobre outros elementos, como as dinâmicas do mercado. O Brasil e seus parceiros comerciais têm territórios



amplos e cada região tem suas peculiaridades, o que implica diretamente na formulação de um produto que vá atender determinada cultura e clima.

## **2.2 Fatores de demanda de um produto e o objeto de pesquisa**

Existem diversos fatores que podem interferir na demanda de um determinado produto e que variam conforme a natureza da empresa produtora, a regulação governamental, a concorrência e as preferências dos consumidores. Ansoff (1990, p. 51) afirma que o relacionamento da empresa com o meio pode ser estabelecido de duas maneiras distintas:

1) Mediante um comportamento competitivo (ou operacional), que procura obter lucro do meio ambiente mediante o processo de troca. A empresa consegue isso tentando produzir da maneira mais eficiente possível e garantir o maior segmento de mercado e os melhores preços. 2) Através do comportamento empreendedor (ou estratégico), quando ela procura substituir os produtos e os mercados obsoletos por novos, que oferecem maior potencial para os lucros futuros. A empresa consegue isso mediante a identificação de novas áreas de demanda, do desenvolvimento de produtos aceitáveis, de técnicas de produção e de marketing mais adequadas, testando o mercado e introduzindo novos produtos.

No caso do objeto deste estudo, o relacionamento do mercado de tintas imobiliárias está diretamente relacionado à construção civil, sendo que no Brasil esse setor apresenta demanda de mercado crescente e possui organizações e marcas consolidadas e reconhecidas internacionalmente.

Conforme Kotler e Armstrong (1993), a medida que a sociedade vai evoluindo, os desejos aumentam e evoluem também. Dado isso as empresas buscam o aperfeiçoamento nos produtos e serviços que oferecem para atender as expectativas de mercado. Há também outros fatores como a redução da informalidade no mercado de fabricação de tintas e a evolução dos “cuidados urbanos” e a “preocupação ecológica”, que elevam as exigências do consumidor (WEBER, 2011).

Por fim, há a inovação tecnológica como uma condição determinante para a criação de vantagem competitiva e desenvolvimento econômico em longo prazo. As empresas inovadoras são objetos de pressões competitivas e sabem que seus produtos não são para sempre, e como resultado elas devem melhorar continuamente (GALBRAITH; KAZANJIAN, 1986; CANTWELL, 2006).

## **2.3 Orientações para mercado, setor de tintas, segmento imobiliário**

Em um cenário contemporâneo, observa-se o surgimento de percepções multidimensionais sobre temas como sustentabilidade, inovação e tecnologia que têm influenciado na opinião e hábitos de consumo. Isto impõe desafios para diversos setores que analisam e executam adequações em cadeias produtivas de acordo com orientações de mercado emergentes (GIANEZINI, 2012).

A concepção de orientação para mercado e sua influência no desempenho organizacional, têm sido abordadas em estudos que demonstram que organizações alinhadas com seus clientes e com as demandas de mercado estão mais aptas a prover produtos, serviços e soluções com melhor

desempenho (NARVER; SLATER, 1990; KOHLI; JAWORSKI, 1990; MICHEEL; GOW, 2008).

Isto pode ser óbvio para alguns setores, onde inclusive há uma proximidade entre o elo produtivo e o consumidor final, o que não é o caso da indústria química. Portanto a compreensão de orientação para mercado se faz necessária, em especial o segmento de tintas imobiliárias.

Assim, O termo *market-oriented* pode ser interpretado de várias formas. Para o setor de pesquisa & desenvolvimento (P&D), pode significar especificações do produto e características técnicas; para a manufatura, durabilidade e segurança; para o marketing, os desejos dos consumidores; e para o planejamento de negócios o termo pode significar ter o produto no apropriado nicho de mercado (DOUGHERTY, 1992).

Na evolução do conceito de orientação para mercado (*market orientation* - MO), duas abordagens têm sido adotadas (HOMBURG; PFLESSER, 2000). A primeira é uma perspectiva cultural sobre normas e valores organizacionais que incentivam comportamentos coerentes com o MO (NARVER; SLATER, 1990). Nela o MO é apresentado como conceito criado a partir de três elementos: Orientação do cliente, com foco das empresas sobre as necessidades do mesmo; Orientação do concorrente, que analisa a estratégia adversária e movimentos de mercado; e Coordenação interfuncional, que introduz a cooperação entre os funcionários.

E a segunda abordagem identifica três principais componentes do conceito: A geração das informações de mercado sobre as atuais e futuras necessidades do cliente e as habilidades para atendê-las; A integração e divulgação de tais informações entre departamentos e indivíduos dentro da empresa; e A concepção e execução coordenada de uma resposta de toda a organização para as oportunidades de mercado (KOHLI; JAWORSKI, 1990; DENG; DART, 1994). Esta perspectiva comportamental concentra-se em atividades organizacionais e humanas que estão relacionadas com a criação, propagação e reação da inteligência de mercado (KIRCA; JAYACHANDRAN; BEARDEN, 2005).

Ambas as abordagens de orientação para mercado são complementares para explicar o comportamento das empresas, de acordo com pesquisa de Vieira (2010), que tratou dos antecedentes e resultantes da orientação para Mercado no Brasil.

Observando a teoria de orientação para mercado e o objeto de pesquisa deste estudo – Panorama do setor de tintas no Brasil: mercado, gestão e tecnologias para o segmento de tintas imobiliárias – percebe-se que para compreensão do contexto brasileiro é necessário relacionar os dois primeiros elementos (cliente e concorrência) propostos na primeira abordagem e três componentes da segunda abordagem (geração das informações, integração e divulgação de tais informações e concepção e execução organizacional coordenada) para uma resposta as demandas e tendências apresentadas na seção 4.



### 3. Procedimentos metodológicos

A escolha do tema surgiu da observação de que o uso de tintas imobiliárias teve nas últimas décadas um aumento expressivo em sua demanda, seja pelo setor da construção civil, seja pelo setor varejista. As estratégias para fabricação e comercialização de produtos neste segmento, carecem de estudos que auxiliem na compreensão deste contexto aplicado a realidade brasileira (TESIS, 2013).

Quanto aos fins o estudo tem caráter exploratório e descritivo, com proposta de aplicação conforme os objetivos específicos. Com relação aos meios de investigação, optou-se pelos seguintes procedimentos: a) Pesquisa Bibliográfica, que conforme Lakatos e Marconi (1993) abrange oito fases: Escolha do tema; Elaboração do plano de trabalho; Identificação; Localização; Compilação; Fichamento; Análise e Interpretação e Redação; e b) Pesquisa Documental, realizada com análise de documentos utilizados com o objeto de investigação. Tais documentos não são somente escritos, sendo considerados como documentos mídias como slides, fotos e vídeos (SÁ-SILVA et al., 2009).

A área ficou delimitada como o território nacional brasileiro e em alguns aspectos relacionado com seus parceiros comerciais. A delimitação temporal ficou circunscrita aos 20 anos (1995-2015) de maior crescimento da indústria brasileira desde a abertura comercial dos anos 1990, sendo que a revisão bibliográfica e levantamento documental foram condizidas em 2015. O estudo teve finalidade qualitativa, por se tratar de uma pesquisa exploratória e descritiva. A revisão bibliográfica foi realizada nas bases de dados *Scientific Electronic Library Online* (SciELO), e portal *Google Scholar* (Google Inc.). Em seguida procedeu-se o levantamento e pesquisa documental, para obtenção e informações de dados junto à Associação Brasileira dos Fabricantes de Tinta (ABRAFATI)<sup>2</sup> e do MDIC.

Os dados utilizados tiveram origem secundária, representados pelas informações coletadas nos documentos, publicações, estudos históricos e estatísticas, além de dados da ABRAFATI, onde foram coletadas informações essenciais para a pesquisa. Após a coleta, o conteúdo dos documentos foi analisado em busca de informações e dados acerca da gestão na cadeia produtiva, mercado, legislação, tecnologias e tendências no segmento de tintas imobiliárias.

A partir da pesquisa bibliográfica e do levantamento documental foi possível, como resultados: descrever o atual mercado (comercialização) de tintas e derivados no Brasil; caracterizar o cenário de produção de tintas imobiliárias, identificando as principais mudanças tecnológicas (inovações); discutir as perspectivas da produção de tintas e as tendências no âmbito do objeto de estudo, focando-se nas orientações para o mercado; e elaborar um esquema representativo da cadeia produtiva de tintas, com destaque para as tintas imobiliárias, apresentados na seção a seguir.

---

<sup>2</sup> Cabe mencionar que a Associação Brasileira dos Fabricantes de Tintas, foi fundada em 1985 a fim de defender os interesses das empresas associadas para o desenvolvimento setorial.

## 4. Resultados e Discussão

### 4.1 O mercado de tintas e revestimentos no Brasil

O Brasil é atualmente um dos principais produtores e igualmente um dos principais mercados consumidores de tintas e revestimentos do mundo. Pode-se considerar que o setor se encontra consolidado e conta com mais de quatrocentas empresas. A cadeia produtiva de tintas no Brasil (ver Fig. 6) emprega diretamente 16 mil pessoas e conta com cerca de 300 fabricantes, de grande, médio e pequeno porte. Os dez maiores respondem por 65% a 70% do total das vendas. Esse panorama vem se estabelecendo a quase uma década, quando em 2006, a comercialização já havia atingido 968 milhões de litros de tinta, com um faturamento equivalente a US\$ 2,05 bilhões, sendo que desse montante, perto de 5% foi gerado pela exportação.

Cabe aqui mencionar que um dos setores mais relevantes da economia brasileira dos últimos anos e que colabora para a importância da indústria de Tintas e revestimentos, com cerca de 172 mil empresas atuantes no mercado, é o da Construção Civil, cuja evolução pode ser observada na Fig. 4.

Na prática, os elementos teóricos observados ao final da Seção 2 podem contribuir igualmente para entender as orientações provenientes do atacado, ou seja, das construtoras que buscam atender as demandas e tendências, em especial nos últimos anos nos quais o Brasil experimentou um crescimento sem precedentes do setor de construção civil, ainda que com o PIB considerado moderado ou fraco.

Figura 4 – Evolução do PIB e Construção Civil, Brasil (2000-2011)<sup>3</sup>



Fonte: CIBIC, ANAMACO, BACEN, IBGE.

Por conseguinte, outro fator fundamental é a mudança de perfil do consumidor de imóveis no Brasil. Atualmente há investidores (Pessoa Física) e Fundos imobiliários (Pessoa Jurídica), além

<sup>3</sup> <http://www.evef.com.br/estudo%20espm%20-%20tecnisa%20-%20inovando%20e%20encontrando%20oportunidades.php>

é claro de moradores que tem cada vez maior poder de consumo e escolhas, que impactam para a indústria química, setor de tintas e segmento imobiliário.

Esta condição pode ser observada em um trecho de estudo da Kantar Worldpanel, uma divisão da WWP (World Without Poverty) especializada na gestão de investimento em informação e uma das maiores empresas do mundo de informação e consultoria:

O perfil do consumidor brasileiro mudou. Um dos aspectos que explica esta transformação é o fortalecimento da economia brasileira, que trouxe um novo poder aquisitivo à classe C e junto com ele, exigências muito maiores por parte dos consumidores. No tocante a indústria química a exigência não é apenas por questões ambientais mais sim por produtos de atendam novas necessidades de moradia, alimentação e lazer.<sup>4</sup>

Contudo, é preciso observar também os obstáculos e limites desta demanda. Deretti (2005), em um estudo mais crítico, chama a atenção para o fato de que os dirigentes do setor de tinta no Brasil acreditam que ainda há uma estratégia de inserção internacional, na qual o governo brasileiro deveria proporcionar um ambiente econômico, jurídico e logístico que permita a formação de competências no setor privado para facilitar o esforço do exportador brasileiro.

No ambiente interno, o exportador brasileiro, apesar das linhas de financiamento à exportação com taxas de juros um pouco menores, ainda convive com uma cadeia produtiva onerada por altas taxas de juros e impostos municipais, estaduais e federais (DERETTI, 2005).

## **4.2 A evolução da tecnologia, normatização, orientações de mercado e perspectivas**

Nesta seção, buscou-se reunir os principais resultados da pesquisa realizada. Inicialmente, aborda-se a evolução da tecnologia, que foi tratada desde o início do referencial teórico. Quando observado o objeto de pesquisa, destaca-se o papel da ABRAFATI, uma vez que praticamente todas as informações sobre evolução de setor estão concentradas em seus documentos.

No início desta década esta associação, lançou um número especial de sua revista<sup>5</sup>, na qual 6 empresas de destaque no setor elencaram os elementos de inovação e tecnologia que permitiram sua consolidação no mercado. Outro canal importante para consulta e atualização são as feiras de negócio que podem ser acessadas em portais de feiras<sup>6</sup> nacionais e internacionais, onde se observam as tendências e novidades do segmento de tintas imobiliárias.

Para que se pudesse atender a esta demanda, não somente em termos de volume de produção mas também de diferenciação de produtos de novas tecnologias e de uma demanda dentro do setor aqui estudado, a indústria nacional de tintas e derivados tem buscado produzir com maior emprego e tecnologias, muitas vezes resultantes de inovações dentro do setor (TALBERT, 2008).

Depois de caracterizado o cenário de produção de tintas imobiliárias, um primeiro elemento

<sup>4</sup> <http://umv.com.br/index.php/supermercados/10016-perfil-do-consumidor-brasileiro-esta-mudando>

<sup>5</sup> Na integra: [http://www.tintadequalidade.com.br/wp-content/themes/tintad/files/revista\\_abrafati\\_ed\\_especial.pdf](http://www.tintadequalidade.com.br/wp-content/themes/tintad/files/revista_abrafati_ed_especial.pdf)

<sup>6</sup> <http://www.feirasbrasil.com.br> e <http://www.biztradeshows.com/btspot100> respectivamente.

foi identificado, o qual trata do uso de determinados tipos de substâncias diferenciadas na fabricação de tintas. E outro elemento importante são as parcerias do setor com universidades e institutos em busca desta diferenciação. Estudos de quase uma década (MIRON; CAVALCANTI; WONGTSCHOWSKI, 2005), já indicavam a importância das parcerias no processo de inovação da Indústria química.

Os projetos em parceria com Universidades visam a prospecção de novas tecnologias e a capacitação em áreas de conhecimento novas para a empresa, fundamentais nos projetos de longo prazo. A título de exemplo, CENPES, COPPETEC, EPUSP, IPT, IQ-USP, ITAL, UFBA, UFRGS, UFSCar, UNESP e UNICAMP atuaram e atuam como parceiras nos projetos de inovação (MIRON; CAVALCANTI; WONGTSCHOWSKI, 2005, p. 90).

Por conseguinte, destaca-se a questão da regulação e normatização, haja vista que atualmente o setor conta com legislação e Instruções Normativas, as quais afetam diretamente as atividades produtivas, de distribuição, comercialização e aplicação dos produtos, cujas principais foram resumidas na Tabela 1.

Tabela 1 – Legislação e normas que impactam no setor de tintas e segmento imobiliário

Lei nº 12.794, em substituição à Medida Provisória nº 582, que estabelece o recolhimento do equivalente a 1% do faturamento bruto de empresas de diversos setores, em lugar da contribuição de 20% sobre a folha de pagamento ao INSS.
Resolução nº 63 da Camex (Câmara de Comércio Exterior), redução da alíquota de importação do dióxido de titânio (TiO <sub>2</sub> ) de 12% para 2%.
Decreto nº 6.890, as tintas à base de água pagam IPI (Imposto Sobre Produtos Industrializados) zero e os indutos para pintura têm alíquota de 2%.
Resolução Camex nº 09, que aprovou a redução permanente da alíquota de importação do monômero de acetato de vinila (VAM) de 12% para 2%.
Portaria nº 470, do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia, que substitui a Portaria nº 190, torna mais claras regras para indicação, nas embalagens, do conteúdo nominal das tintas e produtos correlatos.
Lei nº 11.762, que na prática bane o uso de pigmentos e secantes à base de chumbo em tintas imobiliárias.
Lei nº 12.408, que proíbe a comercialização de tintas spray a menores de 18 anos.
Resolução nº 40 da CAMEX (Câmara de Comércio Exterior), que reduz a alíquota do Imposto de Importação do diisocianato de tolueno (TDI) de 14% para 2%. O produto, que tem o código da Nomenclatura Comum do Mercosul NCM 2929.10.21
Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo determinou, a partir de 01/06/2014, que a Margem de Valor Agregado (MVA) aplicada na substituição tributária nas saídas de tintas, vernizes e complementos destinados a estabelecimentos localizados no território paulista seja de 38% (Port. CAT 52/2014).

Fonte: Dados da pesquisa.

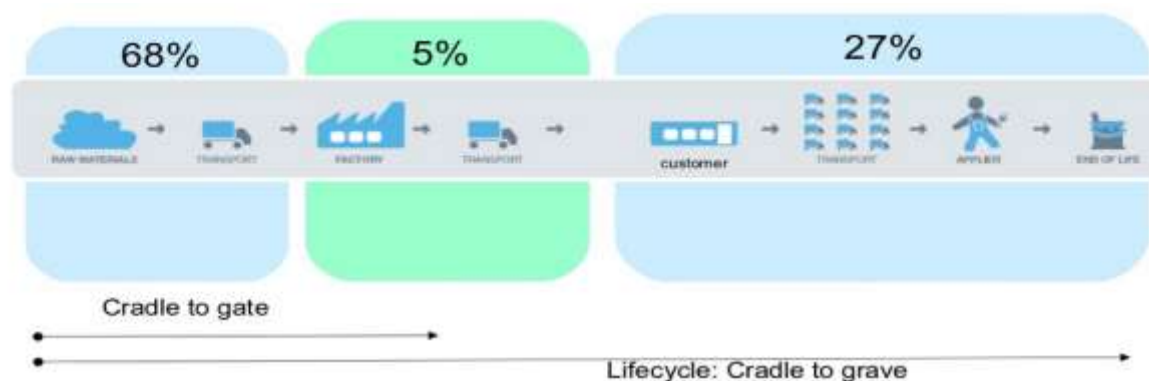
Ainda que o autor tenha coletado as informações em estudos de quase uma década, muitos de seus apontamentos permanecem válidos e atuais a exemplo, como se pode constatar na fala do diretor da ABRAFATI, Dilson Ferreira:

Aqui se fabricam produtos com tecnologia de ponta e grau de competência técnica comparável aos mais avançados centros mundiais. Isso é resultado dos investimentos dos

fabricantes e do trabalho em colaboração com os fornecedores de matérias-primas [...] esse esforço em favor da evolução tecnológica passou a incorporar a preocupação como a sustentabilidade, que se tornou uma das principais demandas da sociedade e do mercado. Foi por isso que, em 2009, introduzimos o conceito de Tinta do Futuro [...], a partir do qual a pesquisa e o desenvolvimento de soluções sustentáveis ganharam ainda mais evidência no nosso setor, com a participação decisiva dos fornecedores (FERREIRA, 2013)<sup>7</sup>.

Diante disso outra perspectiva foi identificada: a questão ambiental. Em especial a preocupação com a emissão de carbono. Em âmbito mundial, a figura a seguir representa isso.

Figura 5 – Representação das emissões de CO2 no setor de tintas<sup>8</sup>



Fonte: AkzoNobel, 2011.

De fato, o impacto ambiental das tintas imobiliárias também é uma preocupação crescente desde a última década (UEMOTO; IKEMATSU; AGOPYAN, 2006). Portanto, identifica-se aqui outra possibilidade que coloca o Brasil na vanguarda da produção de tintas, haja vista o seu potencial para uma produção mais limpa, quando comparado com concorrentes como China e Índia.

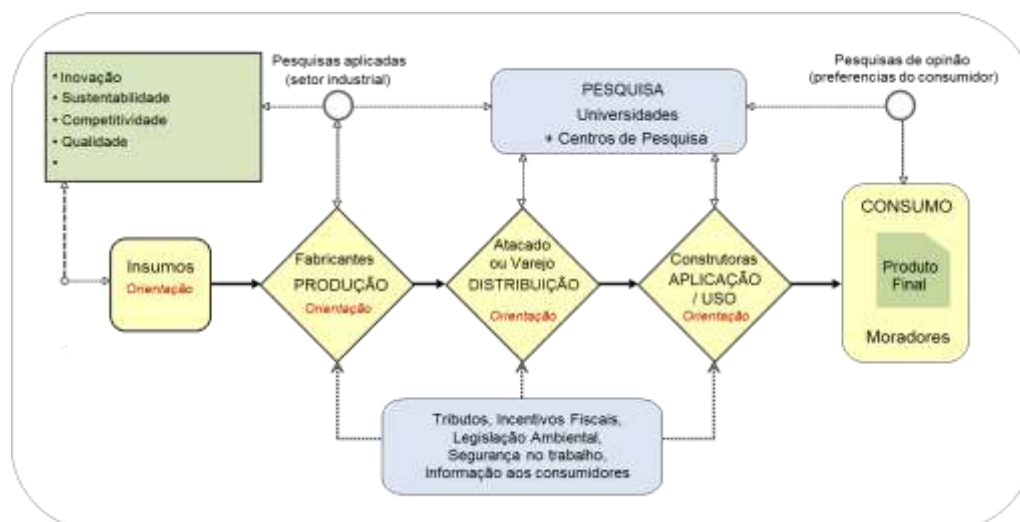
### 4.3 Esquema e representação da cadeia produtiva de tintas

A partir da leitura, do levantamento documental, da discussão da seção anterior, ilustra-se na Figura 6 a cadeia produtiva de tintas e revestimentos, com destaque para o segmento das tintas imobiliárias. Para tal, foi elaborado um esquema (Fig. 6) que se encontra a seguir:

<sup>7</sup> <http://www.abrafati.com.br/noticias-e-artigos/o-mercado-de-tintas-no-brasil-e-suas-perspectivas>

<sup>8</sup> [http://pt.slideshare.net/gntewari/g-4-global-scenario-in-paint-industry-amit-jain?qid=3afd7b54-6474-4eff-9b40-92b4536002c5&v=default&b=&from\\_search=1](http://pt.slideshare.net/gntewari/g-4-global-scenario-in-paint-industry-amit-jain?qid=3afd7b54-6474-4eff-9b40-92b4536002c5&v=default&b=&from_search=1)

Figura 6 – Esquema da cadeia produtiva de tintas, com foco nas tintas imobiliárias



Fonte: Adaptado de Gianezini (2012).

Este esquema é resultante da pesquisa bibliográfica e do levantamento documental que permitiu descrever o atual mercado (comercialização) de tintas e revestimentos no Brasil; caracterizar o cenário de produção de tintas imobiliárias, identificando as principais mudanças tecnológicas; discutir as perspectivas da produção de tintas e as tendências no âmbito do objeto de estudo, focando-se nas orientações para o mercado; e identificar elementos como inovação, sustentabilidade, competitividade e qualidade na cadeia produtiva de tintas.

## 5. Considerações Finais

Constatou-se com a análise da pesquisa bibliográfica e levantamento documental, que a Indústria Brasileira de Tintas teve um avanço significativo na sua produção, em especial nos últimos dez anos. O crescimento ultrapassou a casa dos cinquenta por cento. Em 2010 o volume atingido foi de 653 milhões de litros e em 2013 a produção foi de 1.141 bilhões de litros.

Observou-se que o mercado de tintas tem se modificado e o setor no Brasil, a exemplo das principais economias produtoras mundiais, se molda para atender às necessidades do consumidor, que está cada vez mais cercado de informações sobre os produtos e serviços que deseja adquirir. Com isso as empresas passaram a investir em inovação e pesquisa fazendo parcerias com universidades e institutos para “chegar mais próximo” do seu público-alvo.

Essas parcerias têm inegavelmente propiciado avanço tecnológico, que por sua vez tem colaborado para o surgimento de novas matérias primas, utilizadas na fabricação de produtos para o segmento de tintas imobiliárias. Como resultado é possível adquirir hoje tinta com funções de redução térmica e acústica, redução da absorção de água, resistência à abrasão, entre outros benefícios que indicam novas possibilidades, mercados e demandas para o setor.



Devido à dinâmica do mercado e os recentes avanços tecnológicos que tem impulsionado a pesquisa e aprimoramento da indústria de tintas em todo o mundo, com destaque para novos *players*, cabe ressaltar que as constatações apresentadas ao final desta pesquisa são gerais e alguns dados já carecem de atualização.

Por fim, entende-se que estas são limitações do estudo, mas que podem ser sanadas por novas pesquisas complementares, bem como propostas de aplicação com outro recorte espacial (região, estado ou município) ou recorte por setor (tintas automotivas, construção civil, tintas para indústria e outras), que deem conta de tendências das dinâmicas em um mercado cada vez mais diversificado.

**Agradecimentos:** Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC) e Grupo de Pesquisa em Estratégia, Competitividade e Desenvolvimento (GECOMD).

## Referências

ANSOFF, H. Igor, DECLERCK, Roger P., HAYES, Robert L., **Do Planejamento Estratégico à Administração Estratégica**. São Paulo: Ed. Atlas, 1990.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS FABRICANTES DE TINTAS. **A História da Tinta**. Tintas & Vernizes, Vol 1. Ciência & Tecnologia, 2ª Edição. Disponível em: <<http://www.metalica.com.br/historia-da-tinta>>. Acesso em 16 abr. 2016.

CANTWELL, J. **Innovation and competitiveness**. IN: FAGERBERG, J. et al. The Oxford Handbook of innovation. Oxford University Press, 2006.

DENG, S; DART, J. Measuring market orientation: a multi-factor, multi-item approach. **Journal of Marketing Management**, Helensburgh, v. 10, p. 725-742, 1994.

DERETTI, Sandro. **Mercado brasileiro de tintas, uma evolução colorida, mas nem tanto**. Documento eletrônico. CEPPAD, UFPR, 2005 [s.d.] Disponível em: <<http://www.ceppad.com/artigos/ler/artigo/mercado-brasileiro-de-tintas-uma-evolucao-colorida-mas-nem-tanto?PHPSESSID=a99845df6784a38a7f9a5bb8ff5da9d3>>. Acesso em: 12 out. 2016.

DOUGHERTY, D. A practice-centered model of organizational renewal through product innovation. **Strategic Management Journal**, Sussex, v. 13, p. 77-92, 1992. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.4250131007/pdf>>. Acesso em: 12 ago. 2016.

EMERIM, Y. B. Et al. Avaliação da geração de resíduos de construção civil no processo de assentamento cerâmico e sua relação com o Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat (PBQP-H). In: XXXVII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2017, Joinville. **Anais...** Rio de Janeiro: ABEPRO, 2017. v. 37. p. 1-19.

FAZENDA, Jorge M. R. **Tintas e Vernizes: ciência e tecnologia**. 2ª edição. Volume 1. ABRAFATI, São Paulo, 1995. Disponível em: [http://www.excelenciaemgestao.org/Portals/2/documents/cneg8/anais/T12\\_0481\\_2729.pdf](http://www.excelenciaemgestao.org/Portals/2/documents/cneg8/anais/T12_0481_2729.pdf). Acesso em 10 jun. 2016.

FERREIRA, Dilson. **Índice de conformidade dos produtos do segmento**. Disponível em: <<http://construcaomercado.pini.com.br/negocios-incorporacao-construcao/124/artigo281241-1.aspx>>. Acesso em: 11 abr. 2016.

FERREIRA, Dilson (Brasil). **Números do setor: O SETOR DE TINTAS NO BRASIL**. 2013. Disponível em: <<http://www.abrafati.com.br/indicadores-do-mercado/numeros-do-setor/>>. Acesso em: 20 mai. 2016.

FERREIRA, Dilson (São Paulo). **Um retrato do setor de tintas no Brasil**. 2013. Disponível em: <[http://www.businessreviewbrasil.com.br/money\\_matters/industria-de-tintas-deve-produzir-14-bilhao-de-litros-neste-ano](http://www.businessreviewbrasil.com.br/money_matters/industria-de-tintas-deve-produzir-14-bilhao-de-litros-neste-ano)>. Acesso em: 17 jun. 2016.

GALBRAITH, J.R; KAZANJIAN, R.K. **Strategy Implementation Structure, systems and Process**. 2ed. New York, 1986.

GIANEZINI, M. **Determinantes da Expansão da Bovinocultura na Amazônia Legal Mato-Grossense**. 130f. Tese de Doutorado, UFRGS, 2012.

GIULIO, G. di, Setor de tintas cresce, inova e foca na questão ambiental. **Inovação Uniemp**. v. 3, n. 6, Campinas, 2007.

HOBSBAWM, E. **Era dos Extremos: o breve século XX**. São Paulo: Cia. das Letras. 2003.

HOMBURG, C; PFLESSER, C. A multiple-layer model of market-oriented organizational culture: measurement issues and performance outcomes. **Journal of Marketing Research**, Chicago, v. 37, n. 4, p. 449-462, 2000.

KIRCA, A. H; JAYACHANDRAN, S; BEARDEN, W. Market orientation: a meta-analytic review and assessment of its antecedents and impact on performance. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 69, n. 2, p. 24-41, 2005.

KOHLI, A. K; JAWORSKI, B. J. Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications. **Journal of marketing**, Chicago, v. 54, p. 1-18, 1990.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 5. Ed. São Paulo: Prentice Hall, 1993. 477p.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M. A. **Metodologia do Trabalho Científico: Procedimentos básicos, pesquisa Bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1993.

MICHEELS, E. T; GOW, H. R. Market orientation, innovation and entrepreneurship: an empirical examination of Illinois beef industry. **International Food and Agribusiness Management Review**, College Station, v. 11, n. 3, 2008.

MIRON, Maria V. G.; CAVALCANTI, Flávio do C. B.; WONGTSCHOWSKI, Pedro. Inovação tecnológica e produção no setor químico. **Quím. Nova**, São Paulo, v. 28, 2005. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-40422005000700016&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-40422005000700016&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 02 out. 2016.

NARVER, J. C; SLATER, S. F. The effects of a market orientation on business. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 54, n. 4, p. 20-35, 1990.

POLITO, Giulliano, **Principais Sistemas de Pinturas e suas Patologias**. Apostila [documento eletrônico]. Departamento de Engenharia de Materiais e Construção. Escola de Engenharia. UFMG, 2006. Disponível em: <<http://www.demc.ufmg.br/tec3/Apostila%20de%20pintura%20-%20Giulliano%20Polito.pdf>>. Acesso em: 11 abr. 2016.

SALASAR, CLEVERSON. **Estudo sobre emissão de compostos orgânicos voláteis COVS em tintas imobiliárias a base de solvente e água**. 2006. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.uel.br/document/?code=vtls000120243>>. Acesso em 20 mai. 2016.

SÁ-SILVA, J. R.; et. al. Pesquisa Documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**. V.1, n. 1, 15 p., jul., 2009.

TALBERT, R. **Paint Technology Handbook**. Boca Raton: CRC Press, 2008. 242p.

TESIS - TECNOLOGIA E QUALIDADE DE SISTEMAS DE ENGENHARIA. (Brasil). Programa Setorial da Qualidade de Tintas Imobiliárias. (Org.). **Resumo Executivo do Relatório Setorial n. 41:1076/RS041A**. 2013. Disponível em: <<http://www.tintadequalidade.com.br/wp-content/themes/tintad/files/RS041A.pdf>>. Acesso em: 15 mai. 2016.

THURSTON, Charles. Latin American paint and coatings market rebounds. **Coatings world**. June 6, 2013. Disponível em: <[http://www.coatingsworld.com/issues/0613/view\\_latin-america-reports/latin-american-paint-and-coatings-market-rebounds/](http://www.coatingsworld.com/issues/0613/view_latin-america-reports/latin-american-paint-and-coatings-market-rebounds/)>. Acesso em: 12 out. 2016.

TRADE NOSIS. **Comércio Exterior Mundial: Extratos tanantes e tintoriais; taninos e seus derivados; pigmentos e outras matérias corantes; tintas e vernizes; mástiques; tintas de escrever**, 2014. Disponível em: <<http://trade.nosis.com/pt/Comex/Importacao-Exportacao/Mundial/extratos-tanantes-e-tintoriais-taninos-e-seus-derivados-pigmentos-e-outras-materias-corantes-tintas/WD/32>>. Acesso em: 10 abr. 2016.

WEBER, Salete. Mudança de cultura no setor de Construção. **Revista ABRAFATI**, Edição Especial sobre o PSQ - Tintas Imobiliárias, p.3, São Paulo, 2011.

UEMOTO, Kai Loh; IKEMATSU, Paula; AGOPYAN, Vahan. Impacto ambiental das tintas imobiliárias. **Coletânea Habitare**, v. 7, 2006.

VELLUTO, Luciele. A batalha das tintas. **Revista Isto É**. Negócios. n. 809, 12. abr. 2013. Disponível em: <[http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/116652\\_A+BATALHA+DAS+TINTAS](http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/116652_A+BATALHA+DAS+TINTAS)>. Acesso em: 11 abr. 2016.

VIEIRA, V. A. Antecedents and consequences of market orientation: a Brazilian meta-analysis and an international mega-analysis. **Brazilian Administration Rev.**, Curitiba, v. 7, n. 1, p. 40-58, 2010.

Recebido: 23/03/2017

Aprovado: 24/06/2018