

Situação da Indústria de Revestimentos Cerâmicos

Robert E. Daniel

Diretor Executivo do TCA - Tile Council of América

Conselho Americano de Revestimento

A indústria de Revestimentos Cerâmicos experimentou um período extraordinário de crescimento nos últimos dez anos. As vendas nos Estados Unidos aumentaram de menos de 93 milhões de m² em 1990 para cerca de 213 milhões de m² em 2000 – um aumento de mais de 130%. Entretanto na primeira metade de 2002 apresentou uma queda nas vendas de cerca de 2% e o trágico evento de 11 de setembro contribuiu para a incerteza nas vendas futuras.

Existem mais de 40 países que produzem revestimentos cerâmicos e divulgam sua produção com algum grau de confiabilidade. A produção de revestimentos no ano de 2000 excedeu 4,6 bilhões de m². Estimamos que a capacidade no mundo inteiro ultrapasse 5,6 bilhões de m², ou seja, 1 m² por cada homem, mulher e criança deste planeta. Além disso, novas plantas (fábricas) com alta capacidade de produção estão sendo construídas junto às antigas e fábricas com baixa produção sendo fechadas.

Isso demonstra um aumento na capacidade em um futuro próximo com contínua pressão sobre o preço.

Praticamente todos os países consumidores de revestimentos estão enfrentando uma redução econômica, bem maior do que a norte-americana. Isso torna nosso mercado um alvo tentador para os exportadores de revestimentos e, pelo fato dos E.U.A possuírem poucas barreiras comerciais, possibilita aos importados a ocupação de 75% de nosso mercado.

Países exportadores estão cotando agressivamente seus produtos para penetrarem em nosso mercado. Esta pressão no preço levou ao fechamento de três fábricas de revestimentos cerâmicos e à redução na produção de muitas outras.

Os Estados Unidos é o 10^o maior produtor de revestimento e o maior importador tomando como base m² por ano, ocupando a 4^a posição como consumidor em números absolutos. Apesar do baque sofrido este ano, nossa economia continua vibrante.

E o segredo para a competitividade é a construção de fábricas modernas e automatizadas, com alta capacidade de produção e utilização de matérias primas de baixo custo. Fábricas estabelecidas nos E.U.A possuem algumas vantagens como baixo custo de energia, acesso à tecnologia

e proximidade de mercados consumidores, possibilitando aos fornecedores, sediados nos Estados Unidos, uma rápida resposta às necessidades do mercado.

Prevejo que haverá novas, eficientes e competitivas fábricas construídas em poucos anos. Estas plantas (fábricas) terão um padrão mundial e irão competir em todos os aspectos: qualidade, design, serviços e custos. Um exemplo disto é a nova fábrica de Crossville no Tennessee, seus novos fornos instalados possuem uma capacidade de produção 3 vezes maior e com menor trabalho em comparação aos fornos de 15 anos atrás.

Apesar da atual incerteza com relação a economia norte-americana, o economista do TCA, Dr. Mark Glueck, que tem trabalhado conosco ao longo dos últimos 18 anos, previu que as vendas nos anos de 2001 e 2002 seriam relativamente estáveis com a retomada do crescimento em 2003, acelerando ao longo de 2004 e 2005. Um nível de vendas de aproximadamente 280 milhões de m² por ano é previsto para 2005.

Por que isso ocorre? Simplesmente porque revestimento cerâmico é um negócio vantajoso. Ele é extremamente versátil, de longa duração, fácil manutenção, popular e tem aumentado sua penetração no mercado de acabamento.

O modo de vida hoje em dia - com o aumento do tamanho das casas, baixas taxas de juros das hipotecas, facilidade de empréstimos para a compra de imóveis, famílias onde os dois membros principais são assalariados e com pouco tempo disponível para serviços domésticos, e a tendência, com o envelhecimento da população, das pessoas permanecerem mais tempo em casa - demonstra que o revestimento cerâmico irá crescer ainda mais no futuro.

Porém existem desafios. O crescimento previsto para a indústria juntamente com o desenvolvimento de novos meios de distribuição, exigem de nós, diretamente envolvidos, um auto-investimento. Precisamos instruir-nos e a nossos empregados, e mantermo-nos na direção das tecnologias e tendências. Ficar estagnado é atrasar-se. Aconselho a todos que se envolvam com suas associações, apoiem e participem de eventos educacionais de todas as origens e freqüentem feiras de comércio, como as Coverings. Através desses veículos iremos ajudar a nossa indústria a crescer e atingir nossas metas com lucros.