



## 10º Congresso de Pós-Graduação

# ANÁLISE ECONÔMICA DO SETOR DE CERÂMICA BRASILEIRO E AS POSSIBILIDADES DE EXPORTAÇÃO

### Autor(es)

---

CAMILA SANCHES

### Orientador(es)

---

MÁRIO PÓLIS

### 1. Introdução

---

O Brasil é um país que vem apresentando cada vez mais perspectiva de crescimento de um modo geral e isso pode ser notado em sua participação no mercado internacional. O Brasil, atualmente, é a nona maior economia do mundo, segundo o FMI, e a maior da América do Sul, exercendo um papel importante no cenário internacional. Combinações como crescimento econômico estável e sustentabilidade socioambiental, somado a medidas de melhor distribuição de renda fizeram deste um país das oportunidades de negócios (BRASIL EM RELANCE, 2012). Neste cenário, destaca-se a indústria cerâmica, detentora de um papel importante na economia brasileira, atraindo altos investimentos em capacitação, custos de instalações e tecnologia aplicada. Este atual cenário econômico brasileiro frente ao mercado internacional pode ser considerado um incentivo a exportação para o pequeno ou médio produtor do setor de cerâmica? Esta pesquisa contribui para que o empresário do setor de cerâmica possa visualizar as condições de seu setor frente ao cenário internacional, e que este possa trazer condições para a tomada da decisão no que diz respeito a internacionalização da sua empresa. Para realização desse estudo foi utilizada a pesquisa bibliográfica, que conforme Gil (1999) é feita através de materiais fornecidos por livros e artigos de sites governamentais, associações, estudos e revistas, com a finalidade de demonstrar o cenário econômico do país, bem como o volume das exportações e o caminho que o país tem percorrido nestes últimos anos demonstrando que os investimentos neste setor são de grande valia.

### 2. Objetivos

---

O objetivo deste artigo é apresentar uma análise sobre a viabilidade de exportação de produtos cerâmicos brasileiros, diante do atual cenário econômico, e em específico, para pequenos e médios empresários.

### 3. Desenvolvimento

---

**O SETOR DE PISO CERÂMICO** A história da cerâmica no mundo se confunde com a história da civilização. Os estudos de fragmentos cerâmicos encontrados em escavações bem como objetos utilizados em várias épocas comprovam essa tese (ANFACER, 2012). Por um longo período, a utilização dos revestimentos cerâmicos em paredes e pisos era de exclusividade de ambientes religiosos e palácios e se tornaram acessíveis a todas as classes sociais através do gradativo desenvolvimento industrial (ANFACER, 2012). A essência das técnicas anteriormente utilizadas na produção de cerâmica para uso comum e artístico vem sendo difundida por todo o mundo. Hoje, temos resultados proporcionados pela associação de conhecimentos tecnológicos aos processos produtivos somados à evolução industrial, adoção da produção em massa, gerenciamento de matérias-primas, processos e produtos fabricados, além da introdução de técnicas de gestão (ANFACER, 2012). Hoje, podemos entender o setor da indústria de revestimentos cerâmicos como um segmento da indústria de transformação, de capital intensivo, inserido no ramo de minerais não-metálicos, e tem como

atividade a produção de pisos e azulejos, representados, juntamente com a cerâmica estrutural vermelha (tijolos, telhas e outros refratários), as louças e o vidro, uma cadeia produtiva que fazem parte do complexo industrial de materiais de construção (BRASIL4, 2006). O setor cerâmico no país apresentou desenvolvimento em várias regiões e entre elas podemos destacar Sul e Sudeste por possuírem vantagens frente às demais regiões do país, como os centros de pesquisa, melhor distribuição de renda, maior densidade demográfica, entre outras características citadas anteriormente. É nessas regiões que se concentra a maior parte das indústrias deste segmento (ABCERAM, 2012). Conforme dados da ABCERAM (2012), atualmente, o Brasil possui aproximadamente 418 empresas sejam elas fabricantes, distribuidoras ou representantes de produtos e serviços no setor. Entre estas empresas destacam-se Eliane Revestimentos Cerâmicos, Cecrisa Revestimentos Cerâmicos S/A e Gail Guarulhos Indústria e Comércio Ltda. (ADEMIRJ, 2012). A junção de pequenas e médias empresas forma os APLs (arranjos produtivos locais). Geralmente existem em locais onde a maior parte da população é dependente da produtividade para sustento, e o arranjo serve para geração de emprego além de permitir que as empresas compartilhem recursos entre si e sejam mais competitivas no mercado (SANTOS; BATALHA, 2010). Estes arranjos produtivos locais (APLs) possuem sua maior concentração nos polos de Santa Gertrudes (SP) e Criciúma (SC) e estão em expansão no Nordeste (BRASIL, 2006). Quanto a faturamento, somente no estado de São Paulo, em 2010 o faturamento do setor foi de R\$3.373,61 bilhões e em 2011, R\$3.786,87 bilhões, representando um aumento de aproximadamente 12% (ASPACER, 2012) Segundo a ANFACER (2012), em 2011 o Brasil fechou o ano com o melhor resultado da história, onde, a produtividade no setor cerâmico apresentou crescimento de 12,5%, alcançando um volume de 844,32 milhões de m<sup>2</sup> e deixando o país na posição de segundo maior produtor mundial, ficando à frente dos polos produtivos da Europa, Itália e Espanha. As vendas no mercado interno aumentaram 10,73%, atingindo um volume de 774,68 milhões de m<sup>2</sup>, sendo o segundo maior país em mercado consumidor. Isso se deve a vários programas de estímulo do governo quanto à fomentação do mercado imobiliário, incluindo-se os programas de habitação, tendo como exemplo o Minha Casa, Minha Vida (ANFACER, 2012). O envolvimento do Brasil em eventos esportivos futuros, tais como a Copa do Mundo em 2014 e as Olimpíadas em 2016, proporciona ao país perspectivas de crescimento de consumo no mercado interno de aproximadamente 7% (ANFACER, 2012). Através de um estudo feito pelo Ministério de Minas e Energia (2009) existe uma projeção para que as exportações cheguem a 217 milhões de toneladas, em um cenário visto como conservador, feito a partir de dados fornecidos pela ANFACER (2012). O BRASIL NO CENÁRIO INTERNACIONAL Conforme a APEX Brasil - Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos - (BRASIL EM RELANCE, 2012), o país vem recebendo uma corrente de investimentos estrangeiros em ritmo acelerado tendo em vista o crescimento econômico nos próximos anos. E, segundo consultorias econômicas, o Brasil tem possibilidades de atingir a quinta posição no ranking das maiores economias do mundo na próxima década. Essa perspectiva se deve há inúmeras características que o país apresenta como solidez na economia, indústria diversificada, empresariado criativo e dinâmico, amplo e crescente mercado de consumo, clima favorável, solo fértil e recursos naturais abundantes (BRASIL EM RELANCE, 2012). Além desses aspectos, segundo Nóbrega (2012), o Brasil possui grandes avanços em tecnologia tropical (alternativas energéticas) e de extração e transporte de minérios, estabilidade macroeconômica e melhorias na gestão, o que conferem ao país grande competitividade no cenário internacional. O país também é responsável por exportações de commodities, como carne, frango, soja, celulose, o que influenciam de forma positiva sua economia. Conta também com uma extensa cadeia de bens e serviços, incluindo-se máquinas, equipamentos, crédito, ferrovias, portos, rodovias, entre outros (NÓBREGA, 2012). Segundo informações do site APEX Brasil - Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos - (BRASIL EM RELANCE, 2012), através do crescimento econômico sustentável, o país tem ganhado credibilidade no mercado internacional, recebendo fortes investimentos em várias áreas. Desde 1950 até 2010, em diversos momentos da economia brasileira houve variações quanto à participação do Brasil nas exportações e importações feitas para o mundo. Segundo dados fornecidos pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, fazendo um comparativo deste período relacionado às exportações mundiais, notam-se uma variação de 1,17% nos anos de 2006 e 2007, apresentando um aumento se comparado a 2005, onde o percentual de participação foi de 1,16% (BRASIL, 2012). Nos anos seguintes, 2008 e 2009, houve um pequeno aumento comparado aos dois últimos anos, e mantiveram-se com 1,25% de participação nas exportações mundiais (BRASIL, 2012). Apesar da crise mundial enfrentada em 2009, os volumes das exportações brasileiras continuaram crescentes, apresentando em 2010 uma participação mundial de 1,36% (BRASIL, 2012). Quanto aos destinos das exportações, no período de 2005 a 2007 o volume das exportações brasileiras foi direcionado em maior parte para os Estados Unidos, Taiwan (Formosa) e China. Entre 2008 e 2010 o volume das exportações brasileiras foi direcionado em maior parte para China, Estados Unidos e Alemanha. A análise do histórico do Brasil nas exportações e importações para o mundo demonstra uma ligação cada vez mais forte do país com o comércio exterior. Esta situação permite ao país um aumento da produtividade direcionada para as exportações, aquisição de inovações tecnológicas e equipamentos, preparando o país para um ambiente desafiador frente aos seus concorrentes (CANUTO, 2012). O COMÉRCIO EXTERIOR DE CERÂMICA Após a crise de 2008, o mercado mundial de revestimentos cerâmicos continua sofrendo com a instabilidade da economia mundial. Por outro lado, nota-se a progressiva recuperação da economia americana e a solidez mantida pelas economias emergentes no setor de construção civil. Estes avanços, somados a fatores como: a inserção de novos países no setor cerâmico, constantes inovações tecnológicas e a propagação dos diferentes usos da cerâmica e conceitos de sustentabilidade na produção, vem proporcionando ao Brasil um ambiente mais otimista para este ano (ANFACER, 2012). Fazendo uma análise de 2005 a 2010 as exportações de cerâmica do Brasil para o mundo apresentaram oscilações. Devido à crise, o faturamento caiu de US\$ 344.556.949 bilhões em 2008 para US\$ 236.110.259 bilhões em 2009, registrando um déficit de aproximadamente 32% nas exportações. Em 2010 houve aumento neste faturamento, atingindo US\$ 249.790.374 bilhões, ou seja, um superávit de quase 6% (BRASIL, 2012). Comprovando este progresso, de acordo com uma pesquisa dos produtores mundiais de cerâmica feita pela ANFACER (2012), entre 2008 a 2011, o Brasil apresentou excelentes resultados frente aos demais países, ocupando 2º lugar entre os principais produtores

mundiais, 2º em maior mercado consumidor e 5º em maior exportador. Na década de 1980 o Brasil passava por crises, planos econômicos e altos índices de inflação, acarretando dificuldades na participação do setor da indústria cerâmica no comércio exterior. A fim de que houvesse continuidade na expansão e modernização neste setor além de sua internacionalização, foram feitos investimentos do governo entre 1974 e 1989, proporcionando um crescimento de 165% em sua capacidade de produção (ANFACER, 2012). Fazendo uma análise histórica, entre os anos de 1968 a 2000, o Brasil vem apresentando um crescimento considerável nas exportações de revestimentos cerâmicos, conforme dados fornecidos pelo BRASIL4 (2012). Entre os anos de 1999 e 2000 houve um aumento de 11,5% nas exportações, representados por US\$ 182 milhões e um volume de 47,5 milhões m<sup>2</sup> atestando uma boa aceitação do produto no mercado mundial (BRASIL4, 2012). Em 2011, a receita do Brasil em exportações rendeu US\$ 280,2 milhões, resultado das exportações para 127 países, segundo dados da ANFACER (2012). Conforme dados da ANFACER (2012), apesar da crise mundial ter atingido as economias emergentes de forma considerável, o setor de construção civil não foi tão afetado, assim como há sinais de recuperação gradual do mercado americano, reservando para 2012 um cenário otimista. A inclusão de países produtores e consumidores de cerâmica neste mercado tem sido uma tendência nos últimos anos. Nota-se também o desenvolvimento tecnológico da indústria cerâmica mundial, a difusão do uso da cerâmica em diferentes ambientes, suas aplicações e a incorporação de sustentabilidade no setor (ANFACER, 2012).

#### 4. Resultado e Discussão

---

Constatamos na atualidade, que o mercado americano assim como os demais países no mundo tem reagido positiva e gradativamente frente à crise enfrentada em 2008. Neste cenário encontra-se a indústria cerâmica no Brasil, que devido aos incentivos do governo no setor imobiliário vem ganhando mais espaço e apresenta perspectiva de crescimento tanto no mercado interno quanto nas exportações. De acordo com as informações abordadas acerca do momento econômico atual, e retomando a problemática geradora dessa pesquisa podemos afirmar que sim, o atual cenário econômico incentiva as empresas do setor de piso cerâmico a exportarem os seus produtos. Os dados demonstram que é possível um pequeno ou médio produtor no setor atingir o mercado interno, mas, também, exportar seus produtos, através da somatória de qualidade, investimentos, conhecimento e tecnologia.

#### 5. Considerações Finais

---

Há de se considerar que não somente as questões econômicas são fatores de influência para uma empresa buscar a internacionalização dos seus negócios. Existem outros aspectos como a logística, a legislação e a aduana, que interferem direta e indiretamente no potencial exportador da empresa, influenciando nos custos e mecanismos para exportação. Porém, a análise desse trabalho se limita apenas ao aspecto econômico internacional, deixando como sugestão de seqüência desse trabalho, a possibilidade de estudar essas outras vertentes para análise de viabilidade de exportação.

#### Referências Bibliográficas

---

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CERAMICA (ABCERAM). Cerâmica no Brasil Considerações Gerais, 2012. Disponível em: . Acesso em: 18 jun. 2012.
- ASSOCIAÇÃO DE DIRIGENTES DE EMPRESAS DO MERCADO IMOBILIÁRIO DO RIO DE JANEIRO (ADEMIRJ). Anfacer projeta expansão de 6%, 2012. Disponível em: . Acesso em: 18 jun. 2012.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE CERÂMICA PARA REVESTIMENTO, LOUÇAS SANITÁRIAS E CONGÊNERES (ANFACER). A cerâmica na atualidade, 2012. Disponível em: . Acesso em: 27 mai. 2012.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE CERÂMICA PARA REVESTIMENTO, LOUÇAS SANITÁRIAS E CONGÊNERES (ANFACER). A evolução da cerâmica no mundo, 2012. Disponível em: . Acesso em: 27 mai. 2012.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE CERÂMICA PARA REVESTIMENTO, LOUÇAS SANITÁRIAS E CONGÊNERES (ANFACER). Números confirmam melhor ano para o setor de cerâmicas para revestimento, 2012. Disponível em: . Acesso em: 23 jun. 2012.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE CERÂMICA PARA REVESTIMENTO, LOUÇAS SANITÁRIAS E CONGÊNERES (ANFACER). O mercado mundial, 2012. Disponível em: . Acesso em: 18 jun. 2012.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE CERÂMICA PARA REVESTIMENTO, LOUÇAS SANITÁRIAS E CONGÊNERES (ANFACER). Case ANFACER - Prêmio Análise-Fi, 2012. Disponível em: . Acesso em: 27 mai. 2012.
- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE CERÂMICA PARA REVESTIMENTO, LOUÇAS SANITÁRIAS E CONGÊNERES (ANFACER). Exportações brasileiras de revestimento cerâmico, 2012. Disponível em: . Acesso em: 27 mai. 2012.
- ASSOCIAÇÃO PAULISTA DAS CERÂMICAS DE REVESTIMENTO (ASPACER). Estatísticas, 2012. Disponível em: . Acesso em: 23 jun. 2012.
- BRASIL EM RELANCE. Brazilian Aerospace Cluster, 2012. Disponível em: . Acesso em: 26 mai. 2012.
- BRASIL. Radar Comercial. Disponível em: . Acesso em: 17 jun. 2012.

- 
- BRASIL. Alice Web 2. Disponível em: . Acesso em: 23 jun. 2012.
- BRASIL. Banco Nacional do Desenvolvimento. Informe Setorial Nº 17 Cerâmica, 2001. Disponível em: . Acesso em: 27 mai. 2012.
- BRASIL4. Banco Nacional do Desenvolvimento. Panorama do setor de revestimentos cerâmicos, 2006. Disponível em: . Acesso em: 23 jun. 2012.
- BRASIL5. Ministério de Minas e Energia. Relatório Técnico 69, 2009. Disponível em: . Acesso em: 23 jun. 2012.
- BRASIL6. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Evolução do comércio exterior brasileiro: 1950-2011, 2012 Disponível em: . Acesso em: 27 mai. 2012.
- GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- NÓBREGA, Maílson de. A doença holandesa e a punição do sucesso. Revista Veja. São Paulo, ano 45, Ed. 2271, n. 22, p. 31, 30 mai. 2012
- CANUTO, Otaviano. Comércio Exterior. Disponível em: . Acesso em: 14 jun. 2012.
- SANTOS, Daniela Tatiane dos. BATALHA, Mário Otávio. Estratégia de produção em arranjos produtivos cerâmicos: o caso de Pedreira (SP). Revista Produção Online, 2010. Disponível em: . Acesso em: 23 jun. 2012.
- SÃO PAULO (Estado). Companhia Ambiental do Estado de São Paulo. Cerâmica Branca e de Revestimento, 2008. Disponível em: . Acesso em: 18 jun. 12.