## 29/08/2013 - Pesquisa inédita e exclusiva revela cenário do mercado brasileiro de concreto

*O produto mais consumido no mundo é objeto de amplo estudo, que analisa e projeta tendências para o segmento mais importante da cadeia produtiva da construção civil*

Para onde se olha, é possível ver concreto. O material é parte integrante de praticamente todas as construções, de edificações residenciais a grandes obras de infraestrutura, como as rodovias que cortam o País. Os fatores macroeconômicos e incentivos governamentais possibilitaram o crescimento da construção civil registrado nos últimos anos, que foi particularmente positivo para as concreteiras, responsáveis por fazer o material mais consumido do mundo chegar ao seu destino. Entre 2005 e 2012, enquanto o consumo de cimento avançou mais de 80%, o aumento do concreto preparado em centrais foi de 180%. Estima-se que as concreteiras tenham produzido 51 milhões de m³ no ano passado. Esta é uma das conclusões de pesquisa inédita realizada em parceria pela
Associação Brasileira de Cimento Portland (ABCP), e8 inteligência UBM Brazil para traçar um perfil e projetar tendências para o setor.

O crescimento geral da construção civil, principalmente em obras de infraestrutura e habitação, foi o grande responsável pelo aumento da demanda do setor de concreto. No segmento de edificações, a utilização do sistema construtivo de paredes de concreto aumentou significativamente a participação de mercado das concreteiras, enquanto o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) representou avanços nas obras de infraestrutura. “Uma das justificativas para esse crescimento expressivo é o aumento da utilização dos sistemas construtivos à base de cimento, que vêm ganhando a preferência das construtoras. Outras explicações para esse cenário envolvem a necessidade de apresentar inovações produtivas, adequação às restrições ambientais e logísticas e adoção do padrão de especificação do concreto”, analisa Eliana Taniguti, da e8 inteligência. Por conta desse cenário, a demanda por concreto via concreteiras cresceu 136% entre 2006 e 2011.

A mudança da cultura dos construtores também é um fator que colabora com esse cenário. A utilização de sistemas construtivos racionalizados à base de cimento e concreto têm crescido de forma significativa nos últimos anos, por conta da demanda por habitação. "O concreto preparado em centrais cresce a uma taxa superior ao crescimento da construção civil porque seus sistemas construtivos têm ganhado a preferência dos construtores e porque tem caído o número de obras que rodam concreto sem o uso do serviço das concreteiras", observa Valter Frigieri, diretor de mercado da ABCP.

São três os principais canais de consumo de concreto apontados pela pesquisa. As construtoras, principalmente de edificações, são os grandes consumidores de concreto dosado em central. As de infraestrutura consomem bastante concreto, mas é comum montar sua central no canteiro. “O nicho da autoconstrução, principalmente nos grandes centros urbanos, está passando a utilizar concreto dosado em central. Existem concreteiras que possuem canal específico para atender este segmento. É um mercado que possui possibilidade de expansão”, explica Eliana Taniguti. Em 2006, o concreto representava 7,2% do total gasto em materiais, enquanto em 2011 esse percentual alcançava 8,7% – o que representou um ganho de 21,2% para o concreto no período.

A pesquisa demonstra que o setor de concreto possui um grande potencial de expansão. Nos países desenvolvidos, o canal concreteira apresenta uma maior representatividade que a observada no Brasil. “No mercado norte-americano, por exemplo, em 2013, cerca de 70% do cimento foi vendido pelo canal concreto, enquanto no Brasil, dados de 2011 revelados pelo SNIC/FGV indicavam que 28% das construtoras ainda produziam concreto na própria obra”, diz Valter Frigieri.

Projeções

Considerando a projeção do PIB Brasil e do PIB da Construção para os próximos cinco anos, além de mudanças no comportamento construtivo, a pesquisa projeta que a produção de concreto nas centrais atingirá 72,3 milhões de m3 em 2017, crescimento de 41,2% no período de cinco anos, a uma taxa anual de 7,1%. Este crescimento será alavancado pelo crescimento da construção civil e pela mudança de cultura das construtoras, que passam a comprar direto das concreteiras em vez de produzir o concreto diretamente na obra.

Um dos nichos de mercado que mais deverá aumentar o consumo de concreto é o das obras urbanas, por conta do crescimento dos investimentos nesse segmento e a necessidade de se criar cidades melhores como legado da realização dos eventos esportivos. Para os próximos anos, acredita-se no aumento da importância das obras urbanas, que em 2010 consumiam 6,2% do total de concreto e em 2011 passaram a consumir quase 12% do total.

Tendências e inovações

O leque de produtos ofertados ao mercado, notadamente os voltados para a utilização do concreto autoadensável, foram os grandes destaques nesse período. Novos sistemas de formas, desenvolvimento de produtos ligados à indústria química, bombas de maior alcance são alguns exemplos de inovações. “No longo prazo existe ainda desenvolvimento para gerar novas funções no concreto, como, por exemplo, os concretos autorrecuperáveis. Esses concretos são capazes de fechar fissuras pela introdução de cápsulas de determinados polímeros no processo de mistura, que obturam as microfissuras”, diz Eliana Taniguti.

A questão da sustentabilidade dos insumos também é algo que a pesquisa aponta. No Brasil existem estudos sobre a redução do clínquer (matéria-prima do cimento) no concreto, sendo que o principal meio para isto seria a adoção de novos cimentos com adições. “ Essas alternativas impactam mudanças no processo de produção do cimento, principalmente na moagem. No longo prazo existem pesquisas focadas no meio ambiente, como, por exemplo, os concretos fotocatalíticos, que minimizam as emissões dos gases dos veículos nos grandes centros urbanos”, completa a engenheira.

Além disso, a otimização na utilização de agregados e o desenvolvimento de aditivos verdes permite que o concreto se adeque ainda mais às finalidades que se destina. As empresas também estão buscando soluções para a diminuição do consumo de energia, modernizando seus equipamentos.

Sobre a ABCP - A Associação Brasileira de Cimento Portland (ABCP) é uma entidade sem fins lucrativos que há mais de 75 anos promove estudos sobre o cimento e suas aplicações. Reconhecida nacional e internacionalmente como centro tecnológico de referência em pesquisas sobre o cimento, a ABCP também atua no desenvolvimento de tecnologias sobre o concreto e mantém uma equipe de profissionais graduados à disposição do mercado, para consultoria e suporte a grandes obras da engenharia brasileira. Para conhecer o portal da

ABCP, visite www.abcp.org.br.

Sobre a e8 inteligência - Empresa especializada em desenvolvimento e estruturação de conteúdo para construção civil. Seu principal negócio é aplicar inteligência à informação, através de: Inteligência de mercado - estudos mercadológicos, dimensionamento de mercado, planejamento estratégico e monitoramento de obras de infraestrutura; Capacitação - desenvolvimento de conteúdo e formatação de material técnico e didático para diferentes públicos da construção civil.

Sobre a UBM - A UBM, uma das maiores empresas do mundo em mídias de negócios, foi a primeira multinacional a entrar no mercado brasileiro de feiras.  Sediada em Londres, está presente em mais de 30 países e conta com 6,5 mil funcionários. Promotora de negócios para mais de 60 mercados distintos, aproxima compradores e fornecedores em todo o mundo por meio de eventos especializados e de mídias impressas e eletrônicas. No Brasil, iniciou sua operação em 1994. Hoje, conta com uma equipe com mais de 15 anos de experiência no setor, realizando alguns dos principais eventos de negócios da América Latina. Atualmente, a UBM BRAZIL realiza mais de 15 feiras de negócios no país.

*Press Services Soluções Integradas em Comunicação*
*Associação Brasileira de Cimento Portland (ABCP)*
*EVCom*