



MERCADO DE PAINÉIS DE MADEIRA EM MACEIÓ: ANÁLISE DE DEMANDA E OFERTA

Elen Claudia Santana da Silva^{1*}, Aldyellyson Hermes Gomes da Silva², Vitória da Silva³, Bruno Dario Lima de O. S. S. Filho e Sobrinho⁴, Andréa de Vasconcelos Freitas Pinto⁵

Universidade Federal de Alagoas¹, Universidade Federal de Alagoas², Universidade Federal de Alagoas³, Universidade Federal de Alagoas⁴, Universidade Federal de Alagoas⁵

* elen.santana@ceca.ufal.br

RESUMO

O presente estudo exploratório analisou o mercado de painéis de madeira em Maceió, Alagoas, com o objetivo de descrever as características de oferta e demanda no município. A metodologia empregou uma abordagem quantitativa, descritiva e exploratória, com coleta de dados realizada em três empresas locais por meio de questionários estruturados. Os resultados revelaram que o painel compensado é o tipo mais comercializado (66,7% das empresas), enquanto o MDF e o OSB não são oferecidos na amostra. As estratégias de marketing são diversificadas, com 33,3% das empresas utilizando redes sociais, 33,3% focando em boca a boca e reputação de longo prazo, e 33,3% combinando ambas as abordagens. Em relação aos fatores que influenciam a demanda e oferta, a qualidade foi unanimemente apontada como o aspecto mais relevante (100%), seguida pelo preço e disponibilidade (ambos com 66,7%). A variedade de produtos, por outro lado, não foi considerada um fator influente por nenhuma empresa. Conclui-se que o mercado de painéis de madeira em Maceió se concentra em produtos tradicionais e valoriza a qualidade e a confiabilidade. Este estudo contribui para preencher a lacuna de informações sobre o setor na região, oferecendo insights para futuras pesquisas e para o desenvolvimento de estratégias de mercado mais assertivas.

Palavras-chave: indústria madeireira; competitividade; sustentabilidade; setor moveleiro; custo-benefício.

INTRODUÇÃO

A indústria de painéis de madeira desempenha um papel crucial na economia global e, em particular, no Brasil. Conforme dados recentes, o país se posiciona como o oitavo maior produtor de painéis de madeira em 2024, de acordo com informações da Lignum Latin America (2024). Essa relevância é impulsionada, principalmente, pelos setores moveleiro e da construção civil, que se destacam na comercialização desses produtos. Painéis como o MDF (Painel de Fibra de Madeira de Densidade Média), MDP (Painel de Partículas de Madeira de Média Densidade), compensados e OSB (Painel de Tiras de Madeira Orientadas) são amplamente empregados devido à sua versatilidade, durabilidade e excelente custo-benefício.

Além das vantagens econômicas e de desempenho, esses materiais oferecem benefícios ambientais significativos. Eles contribuem para o aproveitamento de resíduos da madeira e para a redução do uso de madeira maciça, promovendo, assim, práticas mais sustentáveis na indústria florestal. Isso se alinha com a crescente busca por soluções mais ecológicas e responsáveis no cenário industrial atual (IBÁ, 2023).

No estado de Alagoas, o mercado de painéis de madeira tem acompanhado a expansão nacional. O estado apresenta um setor moveleiro em desenvolvimento, com empresas que atendem tanto ao mercado interno quanto ao externo. No entanto, as informações disponíveis sobre o mercado de painéis na região ainda são limitadas. Essa escassez de dados se deve à falta de pesquisas científicas aprofundadas sobre essa área, o que impacta negativamente o desempenho e a tomada de decisões das empresas locais.

Diante desse cenário, este trabalho teve como objetivo descrever e analisar as características do mercado local de painéis de madeira no município de Maceió - AL. A pesquisa buscou identificar os principais agentes, suas necessidades e a dinâmica entre oferta e demanda, fornecendo dados essenciais para o desenvolvimento e a otimização desse setor na capital alagoana.

MATERIAL E MÉTODOS

O presente trabalho foi desenvolvido em três empresas localizadas no município de Maceió, situado na região Nordeste (-9°39'57" S, 35°44'07" O). Maceió é a capital do estado de Alagoas e possui um território de aproximadamente 510 km² (IBGE, 2024).

A pesquisa empregou uma abordagem quantitativa, de caráter descritivo e exploratório. Optou-se pela pesquisa descritiva para detalhar as características do fenômeno estudado e da população envolvida, o que é ideal para compreender práticas comerciais (GIL, 2008).

A coleta de dados ocorreu em maio de 2025 de forma presencial, seguindo os princípios éticos da Resolução nº 510/2016 do Conselho Nacional de Saúde, utilizando um questionário estruturado com perguntas fechadas e de múltipla escolha. Este foi aplicado a representantes das empresas participantes. A amostra foi não probabilística, por conveniência, devido à participação voluntária das empresas em Maceió, já que algumas se recusaram a colaborar, mesmo com a garantia de anonimato. O questionário foi desenvolvido com base em estudos sobre o mercado madeireiro (SOUZA; FERNANDES, 2017; IBA, 2023). Abordou tópicos como os tipos de painéis comercializados, formas de divulgação, fatores que influenciam a demanda e a origem da madeira utilizada.

Os dados coletados foram subsequentemente organizados e analisados utilizando-se o software Microsoft Excel, que permitiu a geração de gráficos para facilitar a visualização e a compreensão dos resultados. A análise dos resultados foi fundamentada em literatura especializada nas áreas de economia florestal e marketing do setor madeireiro (SILVA et al., 2020; MELO; VITAL, 2018). Isso permitiu a identificação de padrões e tendências relevantes para o comércio local de painéis de madeira.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O compensado é predominante, comercializado por 66,7% das empresas, o que sugere sua versatilidade e boa relação custo-benefício (SILVA; SANTOS, 2021). Em contraste, MDF e OSB não são oferecidos por nenhuma das empresas (0%). Essa ausência pode indicar uma lacuna de mercado ou que a demanda por esses painéis seja suprida por grandes distribuidores não incluídos na amostra (OLIVEIRA, 2022). O MDF é valorizado na indústria moveleira (COSTA; ALMEIDA, 2023), e o OSB é crescente na construção (IBÁ, 2023).

A comercialização de Madeira Serrada de Jatobá por uma parcela das empresas (33,3%) indica que, além dos painéis industrializados, a madeira maciça ainda possui seu espaço no mercado de Maceió. O Jatobá é conhecido por sua durabilidade e resistência, sendo frequentemente utilizado em pisos, decks e estruturas que demandam maior robustez (LORENZI et al., 2020). Essa presença pode estar ligada a projetos de alto padrão ou a necessidades específicas de marcenarias que trabalham com madeira maciça.

É importante considerar que a amostra deste estudo, composta por três empresas, embora exploratória, pode não representar a totalidade do mercado de painéis de madeira em Maceió. No entanto, os resultados oferecem um vislumbre das tendências e da composição da oferta predominante no segmento pesquisado. Futuras pesquisas, com uma amostra mais abrangente, poderiam aprofundar a compreensão sobre os fatores que levam à predominância do compensado e à aparente baixa comercialização de MDF e OSB no mercado local, além de investigar o papel de grandes varejistas e distribuidores.

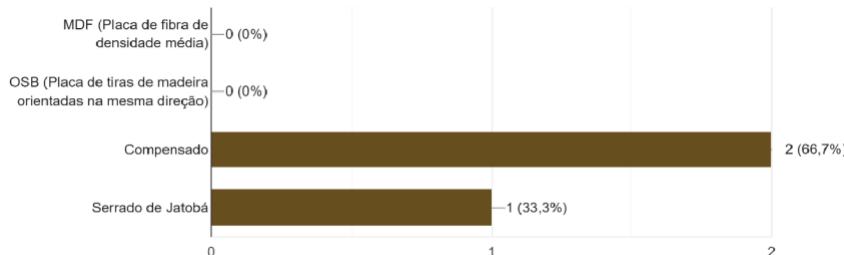


Figura 1. Tipos de painéis de madeira comercializados por empresas na cidade de Macéio, Alagoas.

A análise da Figura 2 revela uma distribuição equitativa das estratégias de divulgação entre as empresas de painéis de madeira em Maceió. Cada uma das três categorias mais frequentes – "Redes Sociais", "Boca a Boca e estabelecimento a longo prazo no mercado" e "Redes Sociais e Boca a Boca" – representa 33,3% das respostas. A adoção de Redes Sociais por um terço das empresas reflete a importância crescente do marketing digital para alcançar e engajar clientes. A presença online é fundamental para a visibilidade no mercado atual, inclusive no setor madeireiro (SILVA; SANTOS, 2023).

Outro terço das empresas prioriza a combinação de Boca a Boca e a consolidação da reputação no mercado. Essa estratégia é vital em mercados locais, onde a confiança e as recomendações pessoais influenciam

significativamente a decisão de compra. A reputação construída ao longo do tempo é um ativo intangível que gera credibilidade e atrai clientes (ALMEIDA; COSTA, 2022).

O terço restante adota uma estratégia híbrida, combinando Redes Sociais e Boca a Boca. Essa abordagem integrada potencializa o alcance digital com a credibilidade das recomendações pessoais, otimizando a aquisição e retenção de clientes em mercados com perfis de consumo diversificados (MARTINS; OLIVEIRA, 2024).



Figura 2. Proporções das diferentes estratégias de divulgação e marketing empregadas pelas empresas de painéis de madeira pesquisadas em Maceió, Alagoas.

A qualidade é o fator de maior peso, sendo apontada por 100% das empresas como um elemento crucial que influencia a demanda e a oferta de painéis de madeira (Figura 3). Este resultado corrobora a literatura especializada, que enfatiza a importância da qualidade dos produtos para a satisfação do cliente e a reputação da empresa, especialmente em mercados onde a durabilidade e o desempenho são esperados (KOTLER; KELLER, 2016). No setor madeireiro, a qualidade se traduz em características como resistência, acabamento e durabilidade, fatores que diretamente impactam a escolha do consumidor e a competitividade do fornecedor (SILVA; SANTOS, 2021).

O Preço e a Disponibilidade surgem como os segundos fatores mais relevantes, ambos indicados por 66,7% das empresas (Figura 3). A sensibilidade ao preço é uma característica comum em muitos mercados, e o setor de painéis de madeira não é exceção. Um preço competitivo pode ser um diferencial crucial, especialmente em um mercado com diversas opções e para consumidores que buscam otimização de custos (PORTER, 1980). A disponibilidade, por sua vez, refere-se à capacidade de atender à demanda de forma rápida e eficiente. "A logística e a gestão de estoque são fundamentais para garantir que os produtos cheguem ao consumidor no momento certo, evitando perdas de venda e insatisfação" (OLIVEIRA; COSTA, 2022). A dificuldade em manter a disponibilidade pode estar ligada a problemas na cadeia de suprimentos ou a flutuações na produção.

Por outro lado, a variedade de produtos não foi considerada um fator influente por nenhuma das empresas (0%). Este achado é particularmente interessante, especialmente quando comparado com a ausência de oferta de MDF e OSB. Embora a literatura de marketing muitas vezes ressalte a importância da variedade para atender a diferentes segmentos de mercado e preferências dos consumidores (LAMB, HAIR; MCDANIEL, 2018), as empresas pesquisadas em Maceió parecem não considerar a diversidade de produtos como um ponto chave para a demanda. Isso pode indicar uma preferência do mercado local por tipos específicos de painéis (como o compensado), ou que as empresas atuam com um portfólio mais restrito, focando naqueles produtos com maior giro e rentabilidade. Também pode sugerir que os consumidores locais valorizam mais a qualidade e o preço dos produtos disponíveis do que a vasta gama de opções.

A combinação desses fatores aponta para um mercado em Maceió onde a qualidade é inegociável, o preço é um balizador importante, e a disponibilidade assegura a satisfação do cliente. A aparente menor relevância da variedade pode ser um reflexo da maturidade do mercado local ou de uma demanda mais segmentada para certos tipos de painéis. Compreender essa dinâmica é fundamental para que as empresas possam ajustar suas estratégias de produção, estoque e comercialização, garantindo a competitividade e o atendimento eficaz às necessidades do mercado alagoano.

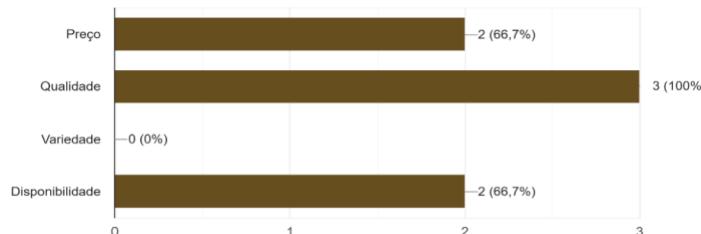


Figura 3. Fatores de demanda e oferta que mais influenciam o consumo de Painéis de Madeira em Maceió, Alagoas.

CONCLUSÕES

- Foi observado um predomínio do compensado no portfólio das empresas investigadas, em contraste com a ausência de oferta de MDF e OSB.
- As estratégias de marketing demonstram uma combinação equilibrada entre a presença em redes sociais e a força do boca a boca consolidado pela reputação.
- A qualidade desporta como o fator de maior relevância para as empresas, superando o preço e a disponibilidade, enquanto a variedade de produtos se mostra menos influente.
- Essas percepções fornecem um panorama valioso para entender as particularidades do mercado madeireiro na capital alagoana.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. R.; COSTA, L. P. **Gestão da Reputação e Marketing de Indicação em Mercados Regionais**. Editora Negócios, 2022.

BRASIL. **Resolução nº 510, de 7 de abril de 2016**. Dispõe sobre as normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais. Conselho Nacional de Saúde. Disponível em: <https://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/cns/2016/res0510_07_04_2016.html>. Acesso em: 13 de mai. De 2025.

COSTA, R. A.; ALMEIDA, L. P. **Inovação e Sustentabilidade na Indústria de Madeira no Brasil**. Editora Florestal, 2023.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

IBA – INDÚSTRIA BRASILEIRA DE ÁRVORES. **Relatório Anual 2023**. Brasília, DF: IBA, 2023. Disponível em: <<https://iba.org>>. Acesso em: 13 mai. 2025.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**: Censo Demográfico 2024. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 27 mai. 2025.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração e Marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2016. LAMB, C. W.; HAIR, J. F.; McDANIEL, C. **Marketing**. 13th ed. Cengage Learning, 2018.

LIGNUM LATIN AMERICA. **Brasil: 8º Maior Produtor de Painéis de Madeira**. 2024. Disponível em: <<https://lignumlatinamerica.com/producao-mundial-de-paineis-de-madeira/#:~:text=Atualmente%20o%20Brasil%20%C3%A9%20o,em%20rela%C3%A7%C3%A3o%20ao%20ano%20anterior.>>. Acesso em: 13 mai. 2025.

LORENZI, H.; HARIDASAN, M.; FERNANDES, A. **Árvores Brasileiras: Manual de Identificação e Cultivo de Plantas Arbóreas Nativas do Brasil**. Instituto Plantarum, 2020.

MARTINS, B. S.; OLIVEIRA, C. L. **Marketing Integrado: Estratégias Digitais e Offline para o Sucesso Empresarial**. Editora Estratégia, 2024.

MELO, F. A.; VITAL, R. G. Análise da comercialização de produtos florestais em regiões urbanas. **Revista de Economia Florestal**, Viçosa, v. 43, n. 1, p. 77-88, 2018.

OLIVEIRA, P. R. **Logística e Cadeia de Suprimentos na Construção Civil Regional**. Editora Conhecimento, 2022.

OLIVEIRA, P. R.; COSTA, L. S. **Gestão da Cadeia de Suprimentos na Indústria Madeireira**. Editora Sustentável, 2022.

PORTER, M. E. **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. Free Press, 1980.

SILVA, A. C.; SANTOS, E. F. **Tendências do Mercado de Painéis de Madeira na América Latina**. Editora Ambiental, 2021.

SILVA, E. F.; SANTOS, R. M. **Marketing Digital para Setores Tradicionais: O Caso da Indústria Madeireira**. Editora Inovação, 2023.

SILVA, T. R. et al. Marketing e comercialização de produtos florestais em pequenas e médias empresas. **Revista Ciência e Ambiente**, Santa Maria, v. 49, n. 1, p. 99-110, 2020.

SOUZA, M. A.; FERNANDES, H. B. A dinâmica do mercado de madeiras na região nordeste: perfil, desafios e oportunidades. **Revista Brasileira de Economia Florestal**, Recife, v. 39, n. 2, p. 41-50, 2017.