

Vendas de material de construção no primeiro bimestre do ano estão iguais ao mesmo período de 2014

Cimento foi o segmento que mais cresceu em janeiro e fevereiro, seguido de metais e louças sanitárias, tintas e revestimentos cerâmicos. As vendas do varejo de material de construção, no primeiro bimestre de 2015, ficaram no mesmo patamar do primeiro bimestre de 2014.

Os dados são do estudo mensal realizado pelo Instituto de Pesquisas da Universidade Anamaco com o apoio da Abrafati, Instituto Crisotila Brasil, Anfacer, Afeal e Siamfesp. O levantamento ouviu 530 lojistas das cinco regiões do país entre os dias 24 a 27 de fevereiro e a margem de erro é de 4,3%.

De acordo com a pesquisa, cimento foi o segmento que mais cresceu no bimestre (4,5%), seguido por louças e metais sanitários (4%), tintas (3%), e revestimentos cerâmicos (2,5%).

Já o desempenho no mês de fevereiro ficou 6% abaixo do registrado em janeiro e, na comparação com fevereiro de 2014, a retração foi de 2%. “Esse é um comportamento típico dessa época do ano, em função ainda do efeito férias, pagamento de IPTU e IPVA e do carnaval. Fevereiro já é um mês mais curto, mas com o feriado de carnaval ficou ainda menor. De qualquer forma, para nós é extremamente positivo que, mesmo com o feriado, ainda tenhamos mantido o mesmo desempenho do primeiro bimestre do ano passado. Alguns segmentos pesquisados, inclusive, apresentaram índices superiores ao do mesmo período de 2014”, declara Cláudio Conz, presidente da Anamaco.

Segundo ele, os lojistas estão otimistas para recuperar parte das vendas já no mês de março. “No Brasil, o ano só começa depois do carnaval e o carnaval ficou em fevereiro. Justamente por isso, teremos um mês de março repleto de dias úteis, que já começa com dois dos principais evento do setor na América Latina - a Revestir (de 03 a 06 de março no Expo Transamérica) e a Feicon Batimat (de 10 a 14 de março no Anhembi) que, juntas devem movimentar mais de R$ 600 milhões em negócios entre as indústrias e os comerciantes”,

revela.
A expectativa da Anamaco é que o desempenho do setor no primeiro trimestre do ano fique 3% acima do registrado em 2014. “Se isso se confirmar, manteremos nossa projeção de crescimento de 6% em 2015. Para isso, estamos contando com uma agenda positiva na qual a queda nas vendas registrada por setores importantes na economia em geral, como automóveis e viagens, deve nos beneficiar. Esses setores são nossos concorrentes diretos e têm uma influência muito grande no bolso do consumidor. Com a retração desses segmentos, temos uma movimentação muito intensa de bancos e financeiras querendo completar suas metas e redirecionando os financiamentos do grupo de automóveis e viagens para material de construção”, afirma o presidente da Anamaco.

Impactos da crise hídrica e do aumento de conta de luz
A crise hídrica que assola, principalmente, o Estado de São Paulo também deve influenciar o desempenho das vendas no mês de março. O risco iminente de racionamento causou uma corrida dos consumidores às lojas de material de construção em busca de soluções, mesmo que paliativas, para amenizar o problema. Com isso, aumentou muito a procura por caixas d’água com maior capacidade de armazenamento e as vendas do produto cresceram 50% nos últimos três meses.
“Também temos tido uma grande procura por produtos que podem auxiliar na economia de água, tais como arejadores, redutores de vazão nos chuveiros, bacias sanitárias com dual fluxo, mictório que dispensa água e outros materiais já disponíveis em nossas lojas. É claro que é preciso uma reeducação de hábitos por parte da população para que o desperdício de água diminua, mas tais materiais podem auxiliar nessa mudança de hábito e no desenvolvimento de uma sociedade mais consciente com o uso desse recurso natural”, explica o presidente da Anamaco.
Conz também lembra que, a partir de março, deve ocorrer um aumento nas contas de energia em todo o Brasil, com percentuais bastante expressivos. “Isso irá demandar a revisão das instalações elétricas das residências de todo o País, dimensionadas há mais de vinte anos para uma geladeira e um chuveiro elétrico e, que hoje, precisam dar sustentação a inúmeros aparelhos com base na energia elétrica, que foram adotados pelos consumidores em razão do conforto e melhoria da renda. A maioria das pessoas possui mais de uma televisão em casa hoje, sem falar no home theater, microondas e até mesmo no ar condicionado”, completa.
Segundo a Anamaco, essa revisão das instalações elétricas, somada à substituição das lâmpadas atuais pelas de LED, principalmente nos estabelecimentos comerciais, pode ocasionar uma economia média de 30% na conta de energia.

Assessoria de Imprensa – Anamaco

Sobre a Anamaco - A Anamaco - Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção - é uma entidade de classe, sem fins lucrativos, que funciona como interface entre os órgãos governa’entais e as Acomacs e Fecomacs, demais entidades, fabricantes e comerciantes de material de construção. Em 2014, a entidade comemorou 50 anos de fundação de seu sistema associativista.
O nosso papel é desenvolver ações junto ao poder público apresentando sugestões e projetos que têm por objetivo aumentar as vendas de material de construção, promovendo o desenvolvimento do setor e do país como um todo. A Anamaco também promove discussões

em torno de assuntos que podem interferir diretamente na cadeia produtiva da Construção, como questões ligadas à tributação, projetos de lei etc. O nosso presidente, Cláudio Elias Conz, é membro do Conselho Curador do FGTS, representando a CNC.
Com cerca de 144 mil lojas em todo o país (incluindo 136.868 lojas varejistas e mais de 7 mil lojas atacadistas), o setor de material de construção é parte integrante do complexo denominado de “ConstruBusiness”, que representa 8% do PIB brasileiro. Cada R$1 produzido na construção gera R$ 1,88 na produção do país. A cadeia é o 4º maior gerador de empregos do país e remunera seus trabalhadores 11,7% mais do que os outros setores da economia.

Foto: arquivo Revista Engenharia
Assessoria de Imprensa – Anamaco