22/09/2014 - Pesquisa revela tendências no setor de material de construção

A organização do 2o Fórum Estratégico MATCON, evento voltado para agentes de distribuição, atacadistas e indústrias do setor de materiais de construção, apresentou os resultados da “Pesquisa Varejo Competitivo MATCON”, um estudo realizado de forma colaborativa, com 219 empresas em todo o país, coordenado pela ABAD em parceria com a Agenttia.

O estudo revela as principais tendências em relação às 16 cestas de produtos que agrupam mais de 105 categorias de materiais de construção. As cestas foram definidas por principais entidades do setor, como a própria ABAD, a ABRAMAT, a ANAMACO e 45 empresas representam elos desta cadeia produtiva.

A pesquisa aponta que no que tange ao varejo, a maioria dos entrevistados deverá priorizar melhorias na infraestrutura das lojas, e não mais na expansão da rede como vinha acontecendo. Existe uma percepção generalizada de que a organização interna com foco no relacionamento B2B e B2C, por meio de atendimento preferencial, programas de fidelidade e treinamento, tem um retorno essencial para a sustentabilidade das empresas. A maior parte dos entrevistados decidiu ampliar de doze para 24 meses os prazos para investimentos.

Realizada em 12 estados, a apuração mostra que das 16 cestas de produtos, as de hidráulica, material básico e elétrica são consideradas muito importantes no volume de vendas para mais de 50% dos entrevistados. A cesta de material básico, apesar de ser considerada muito importante em volume, quando comparada à cesta hidráulica na categoria rentabilidade, fica três vezes menos relevante na opinião dos revendedores.

“O caminho para o crescimento, agora, passa pela produtividade, inovação e qualidade dos serviços oferecidos”, analisou José do Egito Frota Lopes Filho, presidente da ABAD, durante o evento. “Por isso, ações como o Fórum Estratégico MATCON são tão importantes: precisamos compartilhar perspectivas e competências, unindo a indústria, o distribuidor e o varejista, a fim de fortalecer toda a cadeia produtiva do setor”, complementou.

Dentre as empresas pesquisadas, 82,6% são de pequeno e médio portes, sendo que destes, 22,7% são micro varejistas com faturamento de até R$ 30 mil mensais. De acordo com o levantamento, 87,5% das empresas comercializam cestas correlatas, ou seja, produtos que não são considerados materiais de construção, como equipamentos de proteção individual, utilidades domésticas e casa&jardim.

A pesquisa completa foi divulgada no 2º Fórum estratégico MATCON (22 de setembro).

Tales Rocha e Cris Pedrosa