

23/11/2012 - Mercado de materiais de construção deve movimentar R\$ 80 bilhões em 2012

Segundo estudo da GS&MD – Gouvêa de Souza esse mercado cresceu 45% nos últimos três anos

O mercado de materiais de construção vai praticamente dobrar seu tamanho em cinco anos. Em 2009 o faturamento foi de R\$55 bilhões e a estimativa para 2014 é chegar a R\$104,4 bilhões. Essa é uma das principais conclusões do estudo “Momento e Tendências do Varejo Brasileiro de Materiais de Construção”, realizado pela GS&MD – Gouvêa de Souza.

Para Marcos Gouvêa, diretor geral da consultoria, diversos fatores impulsionaram esse aumento: a massa salarial, que cresceu 53% entre 2003 e 2011, o aumento da confiança do consumidor, os incentivos criados pelo governo com a redução de tributos, mas, principalmente, o aumento do crédito, através do financiamento imobiliário, que evoluiu 456% só no período mais recente, entre setembro de 2009 e o mesmo mês em 2012.

O especialista explica ainda que esse é um dos setores menos concentrados do varejo brasileiro por conta da enorme pulverização de pontos de vendas e a baixa representatividade das vendas digitais. As cinco principais redes varejistas de material de construção representam apenas 11% do total das vendas.

O estudo da GS&MD foi feito em todo o Brasil com pessoas que iniciaram uma obra até seis meses atrás. Foram 1200 entrevistas pessoais com consumidores, além de entrevistas com profissionais, proprietários e gerentes do segmento de construção civil.

Consumidores

As lojas de bairro detêm mais da metade do mercado de materiais básicos brasileiro. Foi constatado no estudo que 52,2% das vendas do segmento, em 2011, foram feitas nesse canal. Em seguida, vem as home-centers, com 18,3%, depósitos com 17,5%, e as lojas especializadas com 11,5%.

Aumentar o espaço da moradia é a principal razão para construir, de acordo com 38% dos entrevistados. Para 16% o motivo é o aumento da família, e para 12% a razão é sair do aluguel.

Visão dos varejistas

Por meio de 720 entrevistas com proprietários e gerentes, o estudo identificou como o varejista escolhe o mix de produtos de sua loja. Para eles, preço é o principal critério para escolha do produto, com 56%. A segunda exigência, com 13%, é a solicitação da marca pelos próprios consumidores. Para 7% é a força da marca, 6% a qualidade, e 5% a flexibilidade no pagamento.

Sobre a GS&MD – Gouvêa de Souza

A GS&MD – Gouvêa de Souza atua desde 1989 como empresa de consultoria e serviços voltados a varejo, marketing e distribuição. As metodologias integram inteligência de mercado, informação, estratégia e gestão, visando ao incremento de resultados. Os mercados de atuação são varejo (alimentos e não-alimentos), atacado, distribuidores, indústria de bens de

consumo, serviços e shopping centers. A GS&MD – Gouvêa de Souza desenvolveu parcerias com empresas de pesquisa e consultoria de varejo nos Estados Unidos, Europa e Ásia e integra o Ebeltoft Group, consórcio de empresas especializadas em consultoria de varejo que implanta mudanças de paradigmas para negócios de varejo e serviços em vários países.
www.gsmd.com.br

DFREIRE Comunicação e Negócios