27/03/2012 - Anamaco traz expectativa positiva para a Feicon Batimat 2012

A Anamaco – Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção – marca presença na 20ª edição da Feicon Batimat, quarta maior feira do mundo, com muito otimismo. De acordo com a presidência da entidade, 20 mil lojistas são esperados para o evento, que devem gerar mais de R$ 330 milhões em negócios.
“A Feicon Batimat é a grande vitrine do varejo de material de construção. Os mais de 2 mil lançamentos sempre trazem tecnologia e inovação para o setor. Este é o evento mais importante do ano para nosso segmento, que movimenta de maneira significativa os negócios”, afirma Cláudio Conz, presidente da Anamaco.
Segundo Conz 2012 será um ano muito positivo para o setor. De acordo com as pesquisas de vendas mensais, realizadas pela entidade, o varejo de material de construção deve fechar o ano com um crescimento de 7,5% sobre 2011. “As expectativas para março são as mais otimistas medidas mensalmente nos últimos 24 meses”, diz.
No acumulado dos últimos 12 meses, as vendas de material de construção se mantiveram superiores em 4,5% quando comparadas ao mesmo período de 12 meses anterior. Segundo Conz, o restante do ano deve ser ainda melhor, já que janeiro e fevereiro costumam ser meses em que as pessoas ainda estão viajando e de férias. “Março é um mês de retomada de obras”, afirma.

Financiamentos e incentivos
Um dos destaques deste início de ano para o segmento de material de construção que promete alavancar as vendas em 2012 é a nova linha de crédito, anunciada pelo Governo em janeiro, com os recursos do FGTS – Fundo de Garantia por Tempo de Serviço.
A proposta, aprovada por unanimidade e de autoria do presidente da Anamaco, Cláudio Conz, que é membro do Conselho representando a Confederação Nacional do Comércio, terá valor máximo de empréstimo de R$ 20 mil, com juros de 12% ao ano para o consumidor e prazo de amortização de até 120 meses. O financiamento será concedido independente da renda familiar do proponente, que necessariamente deverá ser optante do FGTS, com vínculo empregatício.
“Em tempos de crise, não podemos deixar que a confiança do consumidor seja abalada. Sem acesso ao crédito ele não vai se aventurar a fazer uma reforma ou algo que demande mais planejamento”, afirmou Conz. “Acredito que este incentivo impulsione as vendas de material de construção, já agora no primeiro semestre.”
De acordo com o presidente da Anamaco outros fatores tendem a manter a tendência de aquecimento do segmento. A continuidade de programas como PAC – Plano de Aceleração do Crescimento e Minha Casa Minha Vida (1 e 2), bem como as obras para a Copa do Mundo de 2014 e Jogos Olímpicos de 2016, além da manutenção da isenção do IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados que será mantida até o final do ano devem fomentar bons resultados durante o ano.
As vendas de material de construção cresceram 4,5% em 2011 na comparação com 2010. O faturamento do setor no ano atingiu o recorde de R$ 52 bilhões.

Classes mais altas devem impulsionar vendas

O mercado brasileiro voltado para a classe alta e média alta deverá ter um bom retorno nos próximos anos. Isto porque, de acordo com estudo divulgado pela FGV – Fundação Getúlio Vargas, nos próximos dois anos, estas classes crescerão proporcionalmente em ritmo mais elevado que a classe média.

Até 2014, as classes A e B crescerão 29%, chegando a 29 milhões de pessoas, enquanto que a classe C crescerá 11,9%, chegando a 118 milhões de pessoas. Já as classes D e E deverão decrescer dos atuais 73 milhões para 43 milhões de brasileiros.

De acordo com outro estudo, este realizado pela Fecomercio SP, o consumo das famílias brasileiras passará de R$ 2,34 trilhões, em 2011, para R$ 2,82 trilhões já em 2015, o que representa em torno de 63% do Produto Interno Bruto (PIB) de R$ 4,45 trilhões projetados para o período. Atualmente, o consumo das famílias atinge pouco mais de 61% do PIB.

“A tendência é de que o Brasil se transforme em um dos maiores mercados consumidores e maiores economias globais. Nosso consumidor está cada vez mais sofisticado, quer produtos e serviços de alta qualidade. O cenário é favorável. Saber como se posicionar neste contexto é fundamental”, conclui Conz.