

GS&MD
Gouvêa de Souza

ESTUDO
MOMENTO E TENDÊNCIAS
DO VAREJO BRASILEIRO DE
MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO

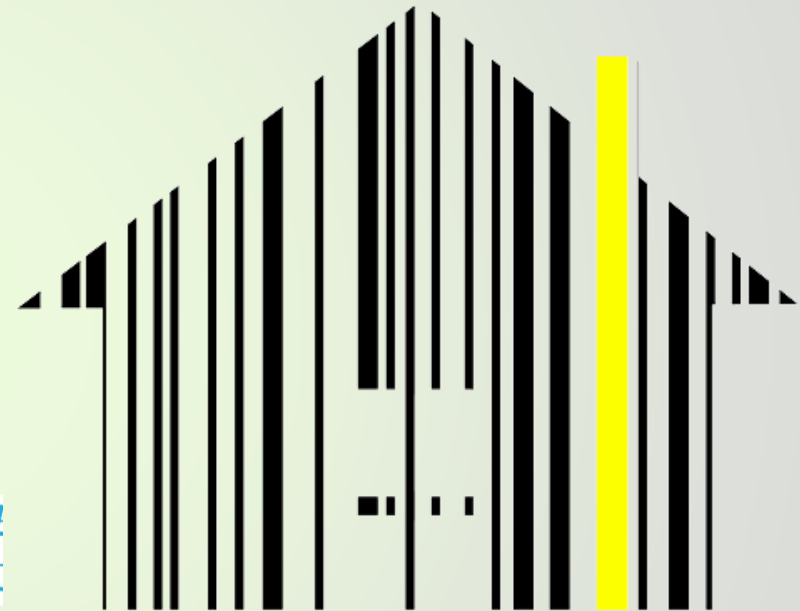
Co-gestores do estudo e Fórum



Patrocinador Fórum



VISÃO
ECONOMICA
DO MERCADO

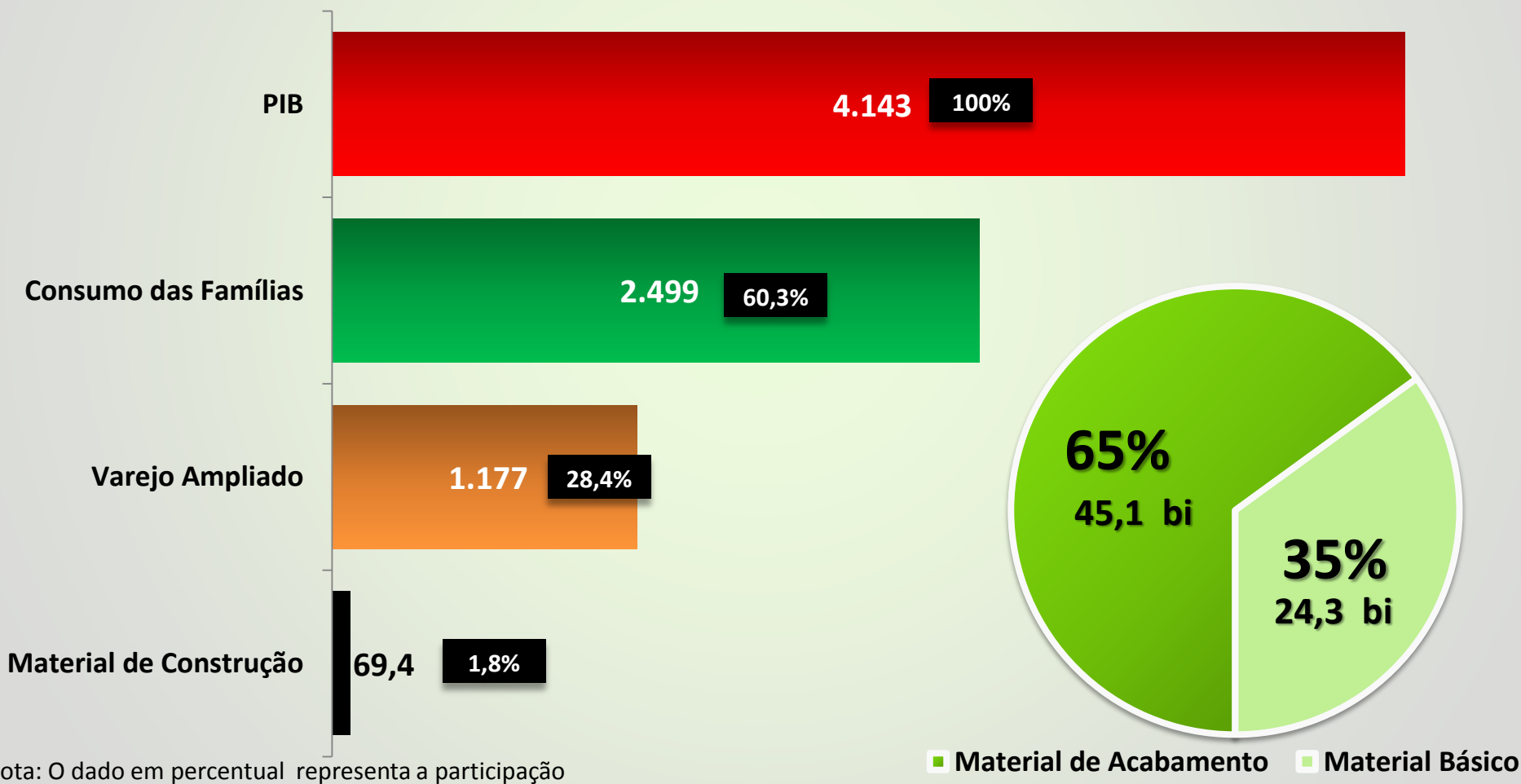


O MERCADO DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO REPRESENTA 1,8% DO PIB BRASILEIRO

ESTUDO
MOMENTO E TENDÊNCIAS
DO VAREJO BRASILEIRO DE
MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO

VISÃO ECONÔMICA DO MERCADO

Comparativo: Mercado de Materiais de Construção x Varejo x PIB – 2011 – em R\$ bilhões



Nota: O dado em percentual representa a participação do setor no PIB

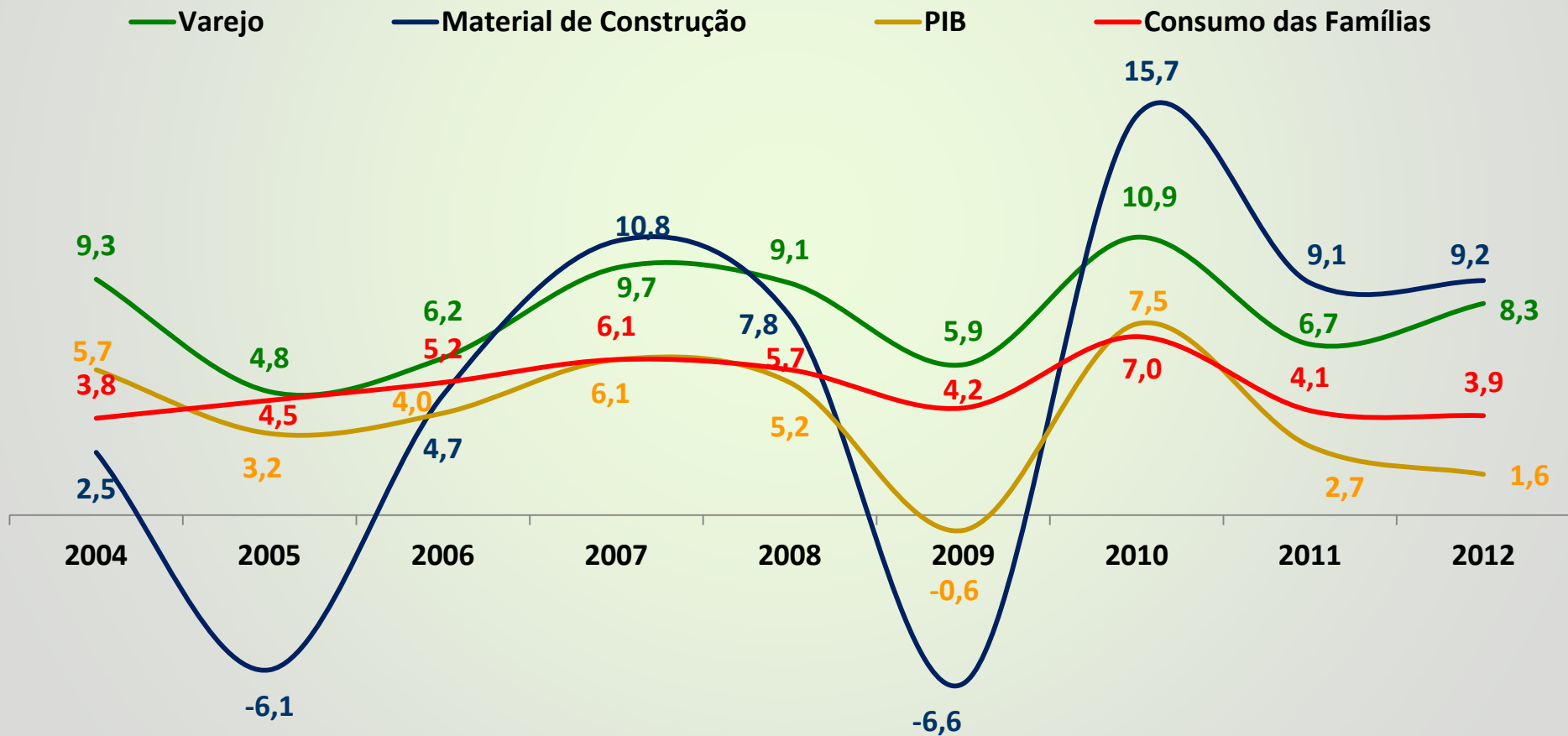
Fonte: IBGE / Análise GS&MD

FORTE RECUPERAÇÃO DO SETOR NOS ÚLTIMOS 3 ANOS COM TAXAS DE CRESCIMENTO ANUAIS SUPERIORES AS DO VAREJO

ESTUDO
MOMENTO E TENDÊNCIAS
DO VAREJO BRASILEIRO DE
MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO

VISÃO ECONÔMICA DO MERCADO

Evolução do Varejo x Materiais de Construção – 2004 a 2012 – Acumulado anual – em %

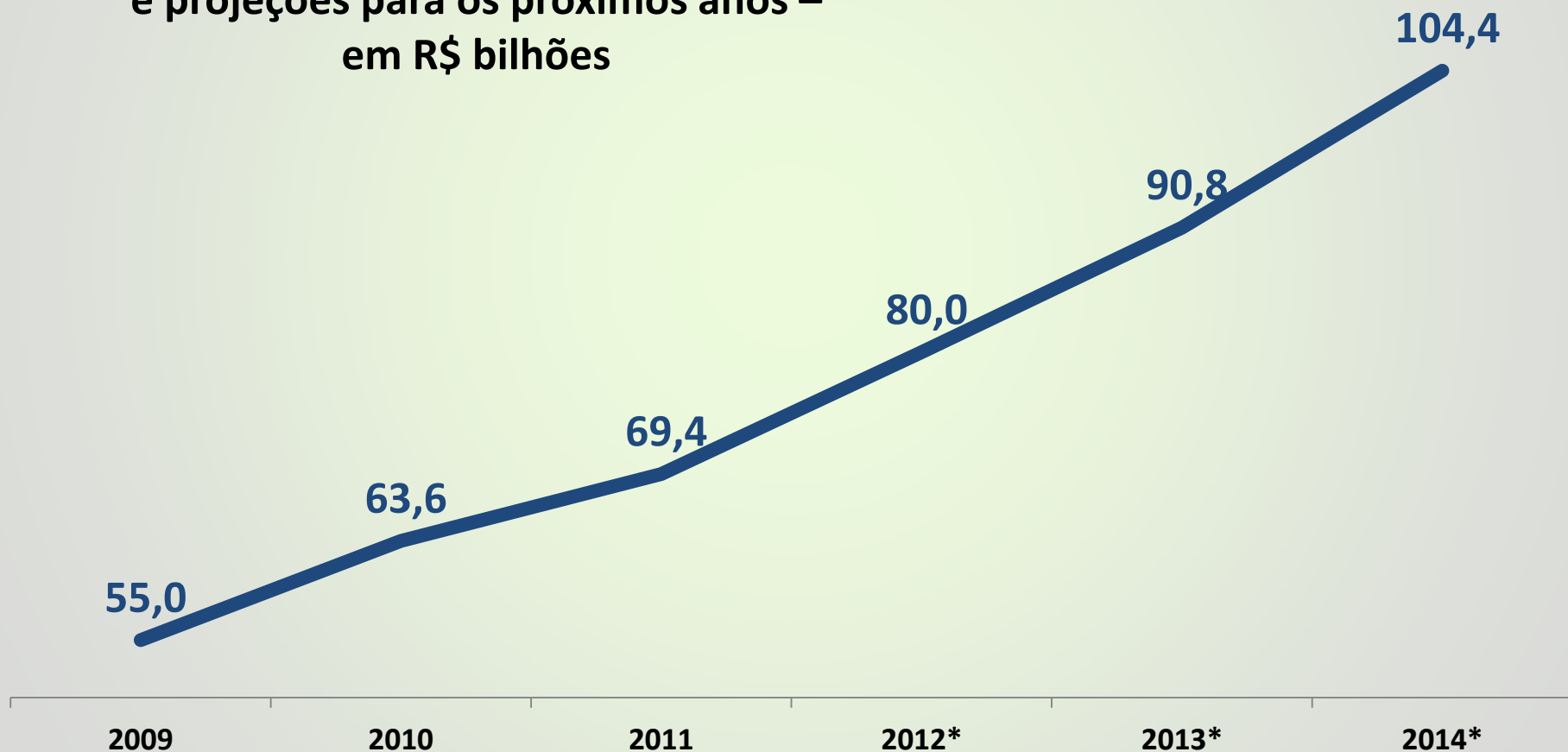


O MERCADO DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO PRATICAMENTE VAI DUPLICAR SEU TAMANHO EM 5 ANOS

ESTUDO
MOMENTO E TENDÊNCIAS
DO VAREJO BRASILEIRO DE
MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO

VISÃO ECONÔMICA DO MERCADO

Tamanho do mercado de materiais de construção e projeções para os próximos anos – em R\$ bilhões

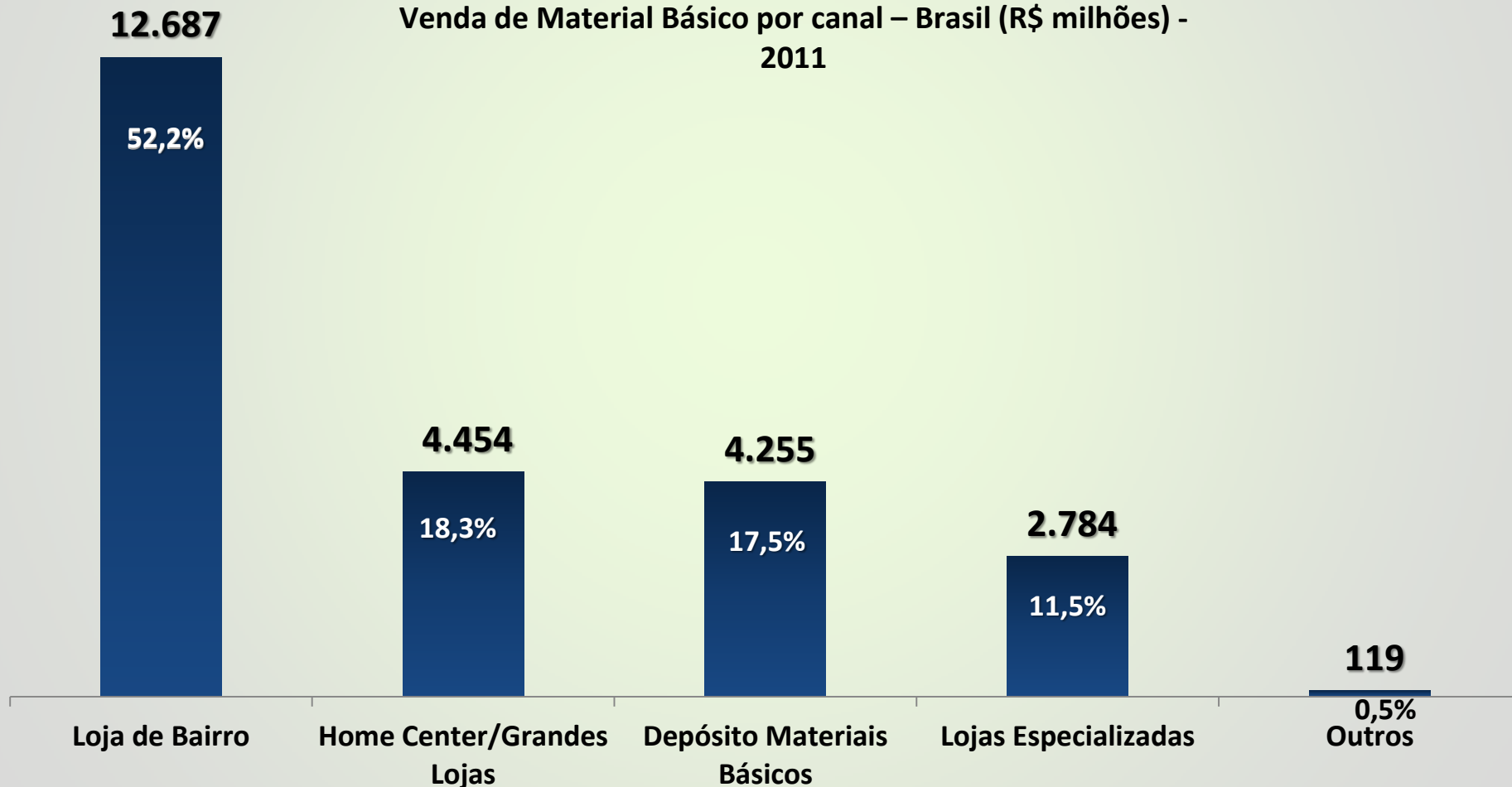


LOJAS DE BAIRRO DETÊM MAIS DA METADE DO MERCADO DE MATERIAIS BÁSICOS BRASILEIRO

ESTUDO
MOMENTO E TENDÊNCIAS
DO VAREJO BRASILEIRO DE
MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO

VISÃO ECONÔMICA DO MERCADO

Venda de Material Básico por canal – Brasil (R\$ milhões) - 2011



PESQUISA





Metodologia e Amostra

Público: Iniciaram uma construção até 6 meses atrás.





Público: Profissionais do segmento de construção civil



9

Entrevistas em profundidade com especificadores

- Engenheiros
- Arquitetos
- Empreiteiros



9

Entrevistas em profundidade com executores

- Pedreiros
- Encanadores
- Eletricistas



Público: Proprietários e gerentes

Recife

Goiânia

São Paulo

Porto Alegre



720

Entrevistas por telefone

- Home Centers
- Lojas de materiais de construção
- Lojas especializadas

19

Entrevistas em profundidade

- Home Centers
- Lojas de materiais de construção
- Lojas especializadas
- Distribuidores / Atacadistas

CONSUMIDORES

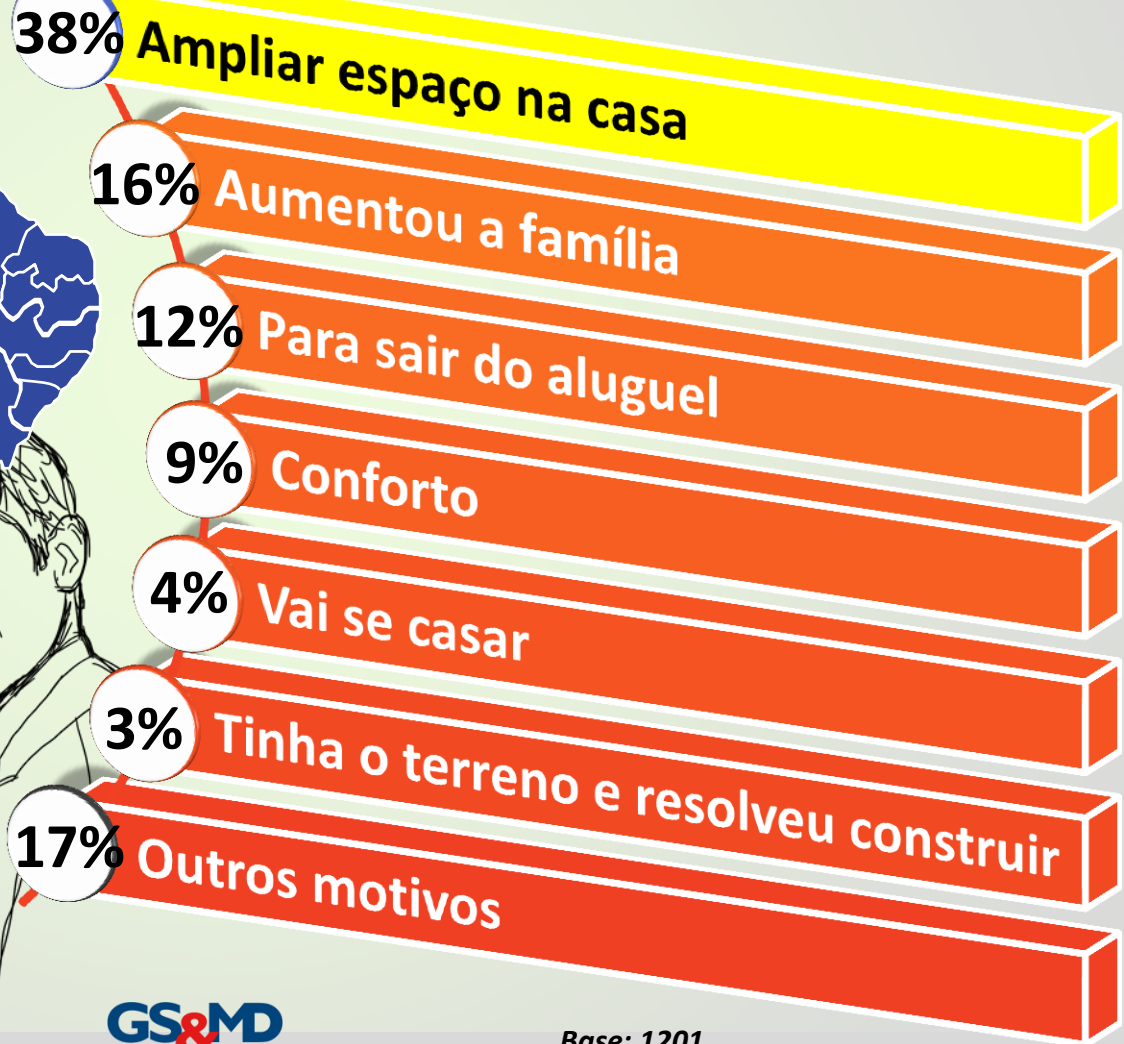
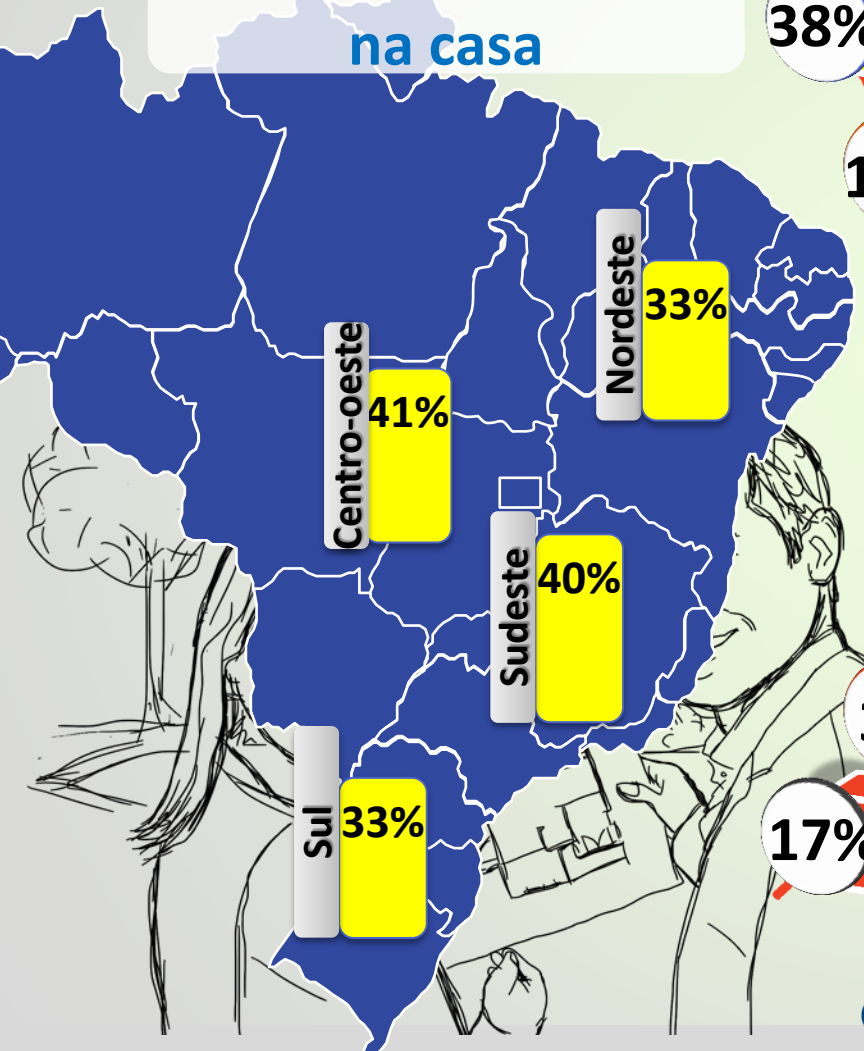


Aumentar o espaço é a principal razão para construir

Pesquisa: Consumidores

Motivos de iniciar a reforma

Ampliar espaço
na casa

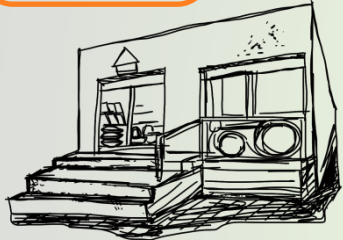
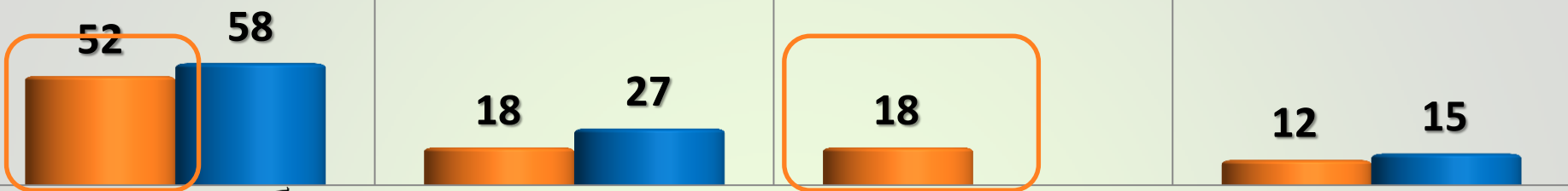


Loja de bairro é o principal local para a compra de materiais básicos

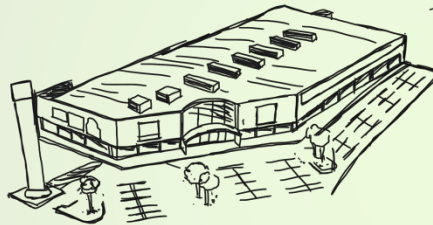
Pesquisa: Consumidores

Onde mais comprou

Basicos Acabamento



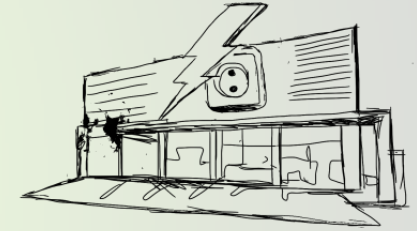
Loja de bairro



Home Center



Depósito

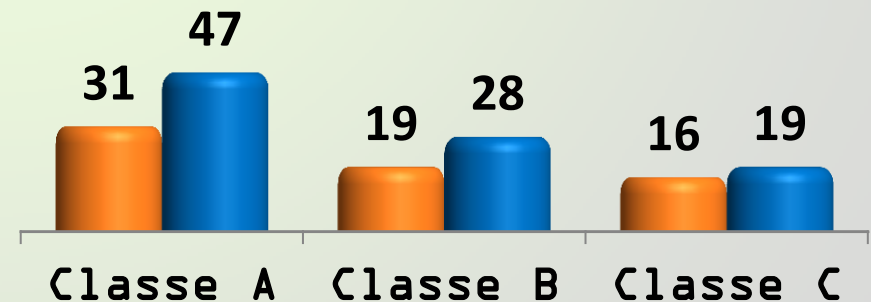


Loja especializada

Compra em Loja de Bairro



Compra em Home Center



VAREJISTAS



Perfil das lojas

Tipo de loja

■ Home Center

■ Loja grande

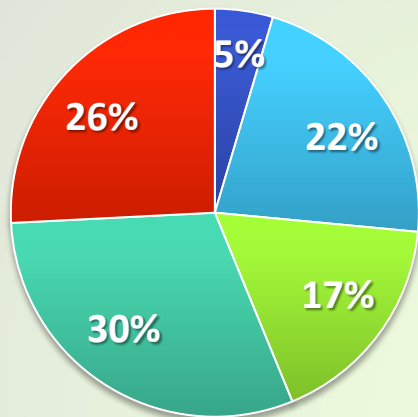
■ Loja média

■ Loja pequena

■ Lojas especializadas*

Elétricas 68%

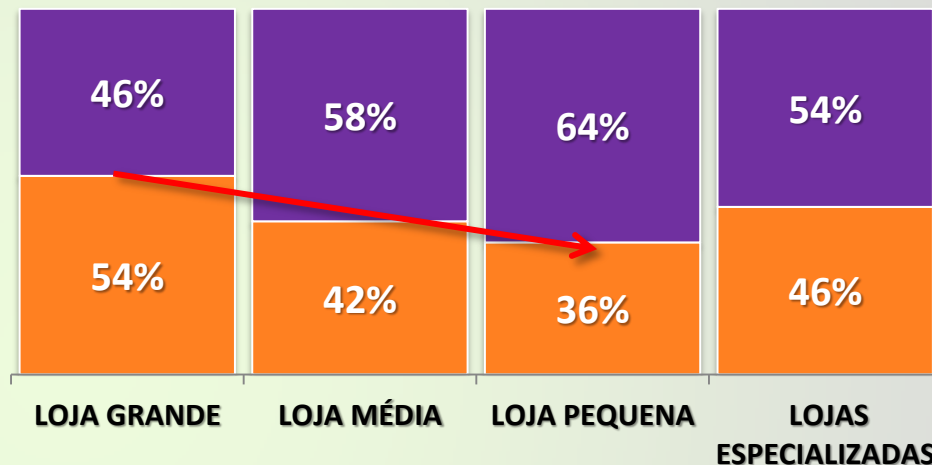
Hidráulicas 32%



Distribuição da Área

■ Back office/Depósito

■ Área de Vendas

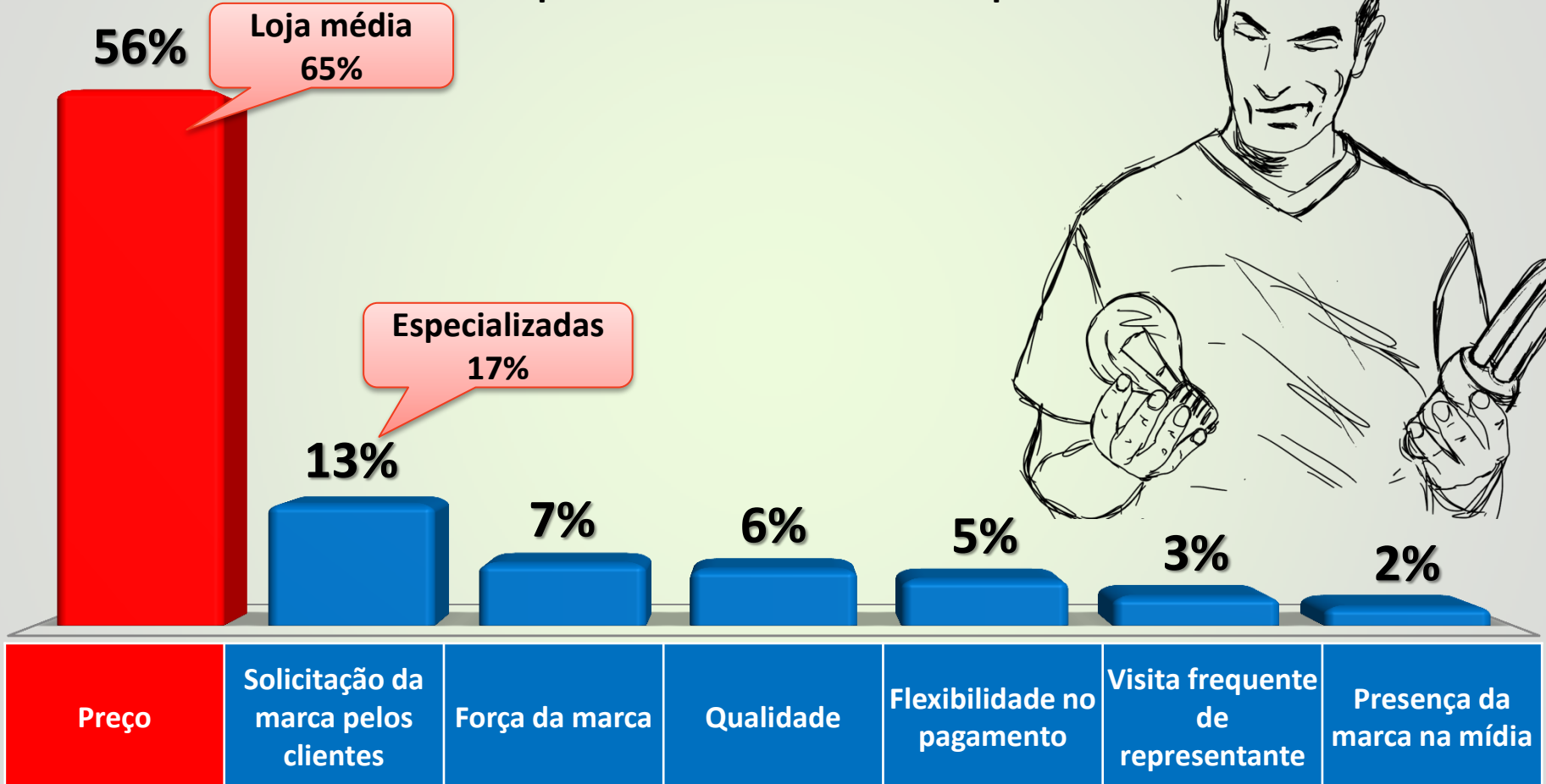


	Home center	Loja Grande	Loja Média	Loja Pequena	Loja Especializada
Média de funcionários	60	26	8	3	12
Média de caixas	8	3	1	1	1
Área de venda média (m ²)	781	538	193	100	162

Preço é o principal critério para escolha da marca

Pesquisa: Varejistas

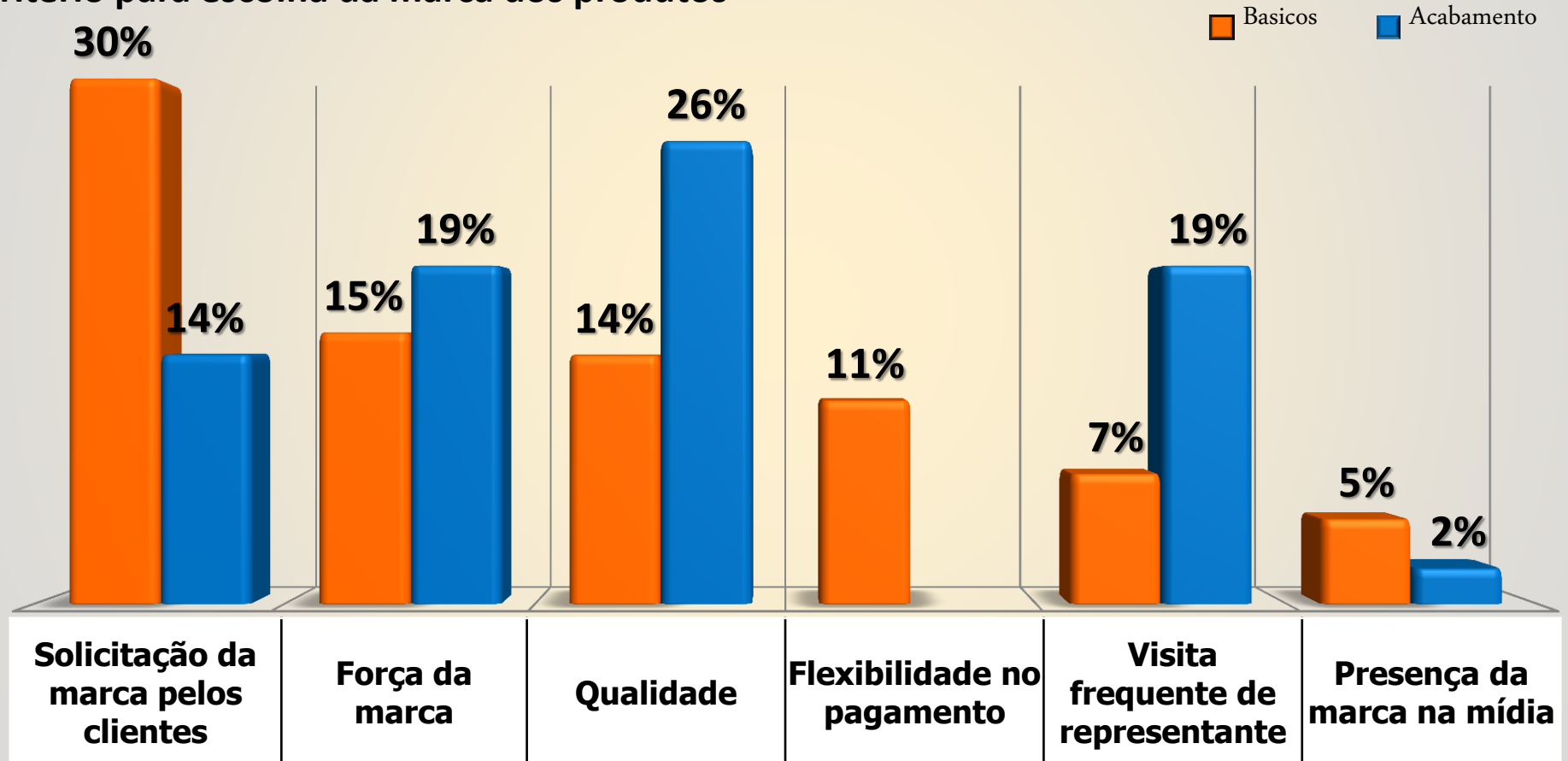
Critério para escolha da marca dos produtos



Depois de preço, o principal critério para escolha das marcas é solicitação dos clientes

Pesquisa: Varejistas

Critério para escolha da marca dos produtos





GS&MD
Gouvêa de Souza



Luiz Goes

lgoes@gsmd.com.br