

# COMO ESTÁ O SEGMENTO DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO

Em especial, os gaúchos têm redescoberto sua relação com a casa, indicando um aumento de compras em casa e decoração, materiais de construção e eletrodomésticos.

➤ **58%** dos gaúchos concordam totalmente ou parcialmente com a afirmação **“Eu estou sempre procurando ideias novas para melhorar a minha casa”**.

➤ **73%** dizem concordar totalmente ou parcialmente com a frase **“minha casa é o melhor lugar do mundo”**, 2% a mais do que a média nacional.

Em média, os motivos dos entrevistados para a escolha de uma loja de materiais de construção são:

**47,7%**

Localização e proximidade

**31,8%**

Facilidades (estacionamento)

**39,4%**

Melhores preços

**22,0%**

Atendimento qualificado

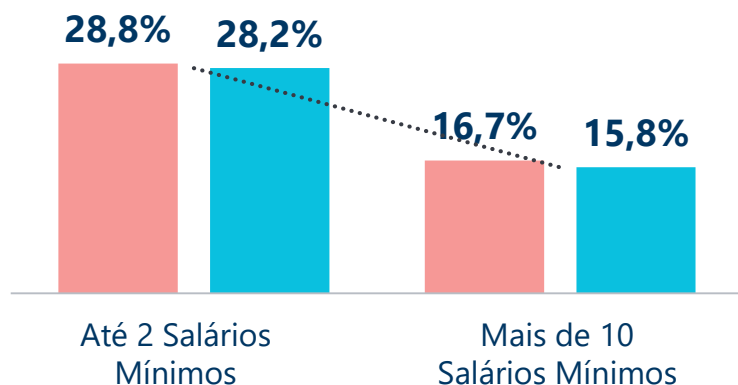
**37,3%**

Maior variedade de produtos e marcas

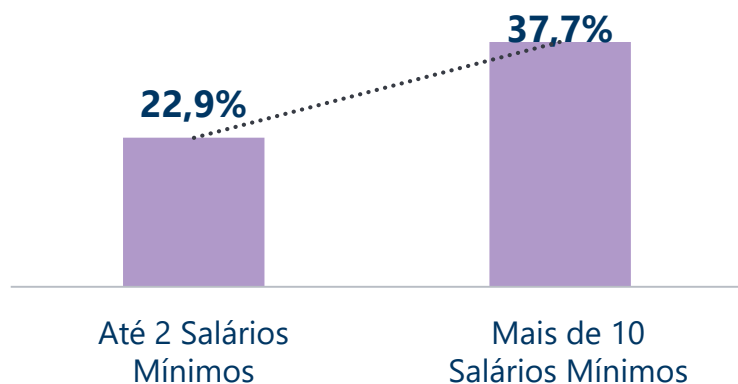
**22,0%**

Produtos de maior qualidade

Oferecer **descontos maiores** e ter melhores **condições de pagamento** são itens mais relevantes para quem tem a **renda familiar mais baixa**.



Já possuir facilidades, como **estacionamento**, é mais relevante para quem tem a **renda familiar mais alta**.

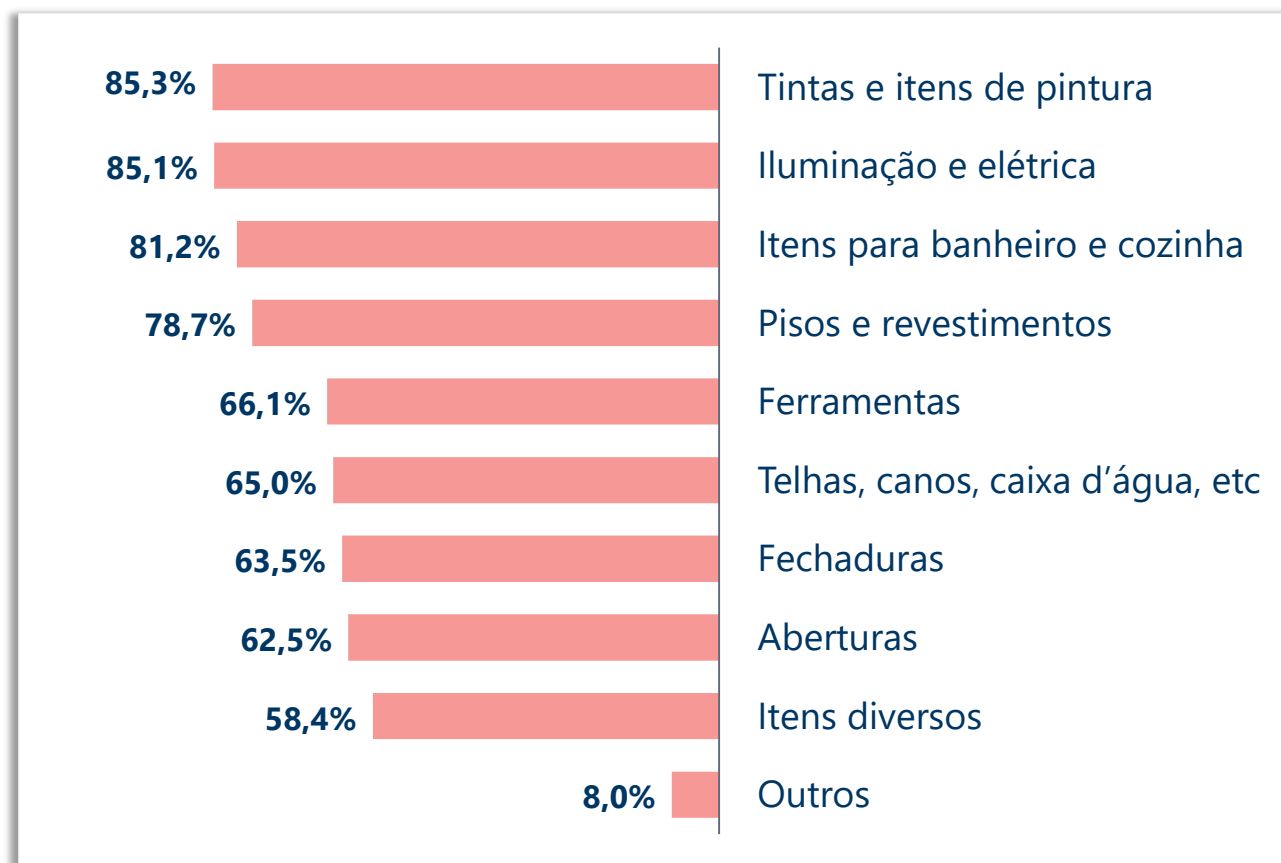


- Oferece descontos maiores
- Tem as melhores formas/condições de pagamento
- Facilidades (estacionamento)

**R\$ 687,01**

é o ticket médio de quem fez alguma compra de materiais de construção

## Tintas e itens de pintura são os itens mais comprados\*



\*Que itens de construção você já comprou? Resposta múltipla – estimulada | amostra: 389  
 FONTE: INTELIGÊNCIA DE MERCADO – PESQUISAS E ESTUDOS GRUPO RBS  
 | OUTUBRO/NOVEMBRO 2019, BASE DE RESPONDENTES: 404

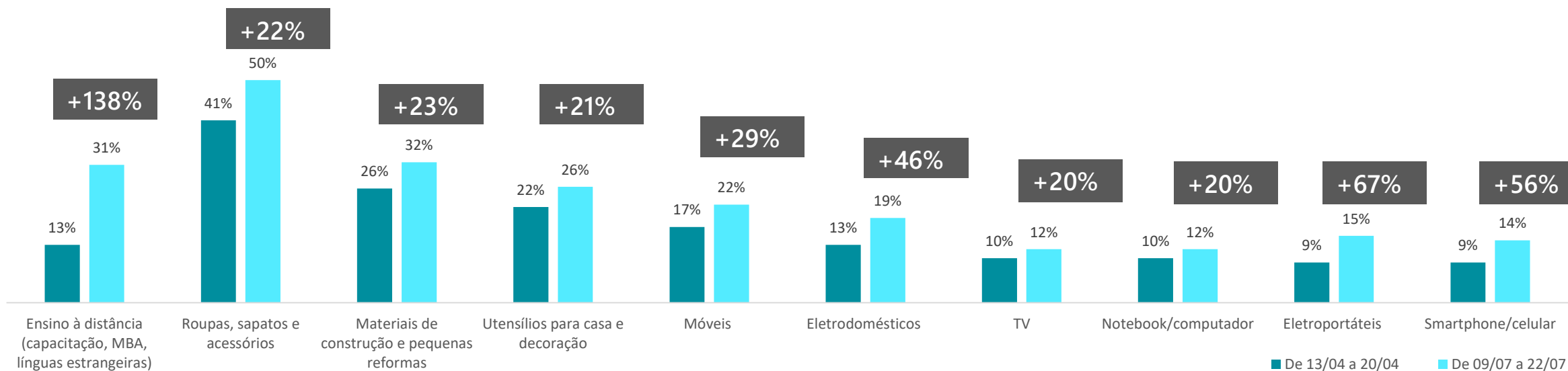
# MUDANÇAS DE COMPORTAMENTO

## COMPRAS E SERVIÇOS

Em nossa terceira rodada de pesquisa sobre a Covid-19, descobrimos que os gaúchos estão consumindo mais, em diversos segmentos, em comparação com o início da pandemia.

Categorias de Materiais de Construção e pequenas reformas, Utensílios para Casa e Decoração, Móveis, Eletrodomésticos e Eletroeletrônicos são destaques de intenção de compra.

Taxa de crescimento percentual na intenção de compra até final de 2020



Comparação entre as duas últimas ondas da pesquisa.  
RBS Intelligence, Grupo RBS. 530 respondentes, julho de 2020