

# Varejo de material de construção está otimista

## Vendas devem subir até 7% em 2018 com cenário melhor

Após fechar 2017 com alta de 5% apesar das dificuldades enfrentadas por empresas com foco em vendas para construtoras, o comércio de materiais de construção em Minas Gerais prevê crescimento entre 5% e 7% neste ano.

A falta de recursos do governo para financiamentos imobiliários e programas como o Cartão Reforma impactou o segmento em 2017.

Fatores como a queda nos juros, a inflação menor e a expectativa de melhoria da construção civil, com elevada demanda reprimida em função da recessão econômica, proporcionam um cenário mais promissor para o varejo em 2018.

O processo de recuperação nos níveis de emprego no País deve aumentar a confiança dos consumidores, o que acaba refletindo no comércio de materiais de construção. **Pág. 3**



O comércio de materiais de construção aposta no aumento da confiança do consumidor

### OPINIÃO

Como é praxe acontecer na virada do ano, o governo se aproveita das festas de fim de ano, quando a população está distraída, para abrir seu "saco de maldades" e aprovar medidas polêmicas e impopulares. A mais recente demonstração dessa prática se deu no último dia 9 de janeiro, com a publicação da Lei nº 13.606, que, sob o pretexto de instituir o Programa de Regularização Tributária Rural (PRR), criou a chamada "averbação pré-executória". O que entre particulares poderia ser entendido como uma boa medida, pois confere maior celeridade e eficiência à cobrança da dívida, quando se trata das relações entre Estado e contribuinte, adquire ares de arbitrariedade. Isso porque, diferentemente da dívida privada, a dívida ativa, composta basicamente por tributos e multas, é contraída independentemente da vontade do devedor. **(Guilherme de Almeida Henriques), pág. 2**

### EDITORIAL

A Secretaria de Estado da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Seapa) divulgou recentemente o estudo "Projeções do Agronegócio Mineiro 2017 a 2027", mostrando as condições atuais e perspectivas para o setor no prazo de dez anos. Entre os resultados, destaca-se o crescimento considerável na produção de grãos e de café, principal produto da pauta de exportação mineira. No entanto, a pesquisa traz também uma previsão preocupante: a queda de 15,3% no rebanho bovino do Estado, em virtude da seca que afetou o semiárido mineiro nos últimos quatro anos. A escassez hídrica merece atenção especial do poder público não apenas pela previsão de redução do rebanho e queda no faturamento do setor. Mas, principalmente, porque a pecuária tem sido importante fonte de renda para produtores familiares das regiões Norte, Vale do Jequitinhonha e Mucuri. **"Semiárido mineiro pede mais atenção", pág. 2**

## MRV registra novos recordes de lançamentos no ano passado

A MRV Engenharia voltou a registrar recordes de lançamentos e vendas em 2017. Apenas no último trimestre, a construtora embolsou R\$ 1,7 bilhão em vendas brutas, o melhor resultado de sua história. No ano passado, foram lançadas 37.155 unidades, sendo 11.640 de outubro a dezembro. O crescimento nos últimos três meses de 2017 chegou a 72% em relação ao mesmo período de 2016. **Pág. 4**



A fusão entre a Locamerica e a Unidas vai incorporar 72 lojas de veículos seminovos em todo o País

## Locamerica fará operação para emitir debêntures de R\$ 500 milhões

A Locamerica vai emitir 50 mil debêntures no valor total de R\$ 500 milhões em operação marcada para 19 de fevereiro. Os recursos serão destinados à aquisição de uma parcela das ações da Unidas, que foi incluída na fusão entre as duas locadoras de automóveis, anunciada em dezembro. A Locamerica-Unidas será a segunda maior do segmento no País, com frota de 100 mil veículos, 234 lojas de locação, 72 lojas de seminovos e presença em todos os estados. **Pág. 5**

## Mercado livre de energia do País tende a crescer em 2018

Por oferecer oportunidade de redução de custos para as empresas, com preços mais competitivos do que as tarifas das distribuidoras no ambiente cativo nacional, o mercado livre de energia deve seguir em expansão no País. Com o crescimento da economia, os especialistas apostam na migração, principalmente de indústrias, para o segmento, que negocia a venda direta do insumo para o cliente. **Pág. 7**



A M2B fabricou 400 toneladas de caixa de papelão por mês em 2017, o que significa crescimento de 60%

## M2B dá início à produção de embalagens para pizza em Ibitiré

A Embalagens M2B, fábrica de caixas de papelão ondulado instalada em Ibitiré, na RMBH, começou a produzir neste ano caixas para pizza de papel virgem impermeabilizado, de qualidade superior ao reciclado. A empresa prevê que o novo produto chegue no fim do ano com participação de 15% no faturamento da indústria. Em 2017, a M2B fabricou 400 toneladas de caixas por mês, com crescimento de 60% em comparação à produção de 2016. **Pág. 11**

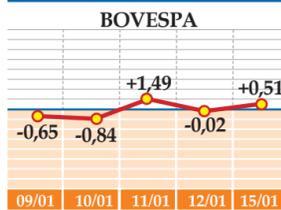
#### Dólar - dia 15

Comercial	Compra: R\$ 3,2136	Venda: R\$ 3,2141
Turismo	Compra: R\$ 3,2070	Venda: R\$ 3,3530
Ptax (BC)	Compra: R\$ 3,1957	Venda: R\$ 3,1963

#### Euro - dia 15

Compra: R\$ 3,9186	Venda: R\$ 3,9196
Ouro - dia 15	
Nova York (onça-troy):	N/D
BM&F (g):	R\$ 137,50

TR (dia 16):	0,0000%
Poupança (dia 16):	0,3994%
IPCA-IBGE (Dezembro):	0,44%
IPCA-Ipead (Dezembro):	0,60%
IGP-M (Dezembro):	0,89%



**BANCO  
MERCANTIL DE  
INVESTIMENTOS**

# NEGÓCIOS

gestaoenegocios@diariodocomercio.com.br

## PAPELÃO ONDULADO

# M2B amplia oferta de produtos e dribla crise

## Embalagem para pizza é aposta

THAÍNE BELISSA

Instalada em Ibituripe, na Região Metropolitana de Belo Horizonte (RMBH), a Embalagens M2B, fábrica de caixas de papelão ondulado, está expandindo o portfólio. Desde o início do ano, está produzindo caixas para pizza a partir de papel virgem impermeabilizado, material de melhor qualidade que o reciclado, que é o mais comum nas pizzarias. A expectativa do proprietário e diretor da Embalagens M2B, Marcos Alexandre de Paula, é que o novo produto represente 15% do faturamento até o fim de 2018.

O empresário explica que, até então, a empresa não tinha feito a opção de entrar no mercado de caixas para pizzas por esse ser um produto de custo muito baixo. Mas ele afirma que a experiência pessoal de ver embalagens de baixa qualidade tão difundidas no Estado o fez repensar sobre o assunto.

"Eu peço pizza em casa e sempre vejo caixas inapropriadas. É muito

comum as embalagens serem de papel reciclado e não serem impermeabilizadas, o que não é nada higiênico, na minha opinião. Nesse tipo de caixa, o óleo da pizza passa para o papel e o resíduo do papel passa para a pizza", denuncia. A fim de oferecer uma opção diferenciada para o mercado, o diretor decidiu incluir a embalagem no portfólio da empresa. Elas são produzidas em papel virgem impermeabilizado.

De acordo com o empresário, o produto terá um custo-benefício interessante para os clientes. Isso porque a embalagem tem uma qualidade melhor que as mais populares, mas não custam tão caro como a opção mais sofisticada, que é a plastificada. Ele afirma que o foco da empresa serão as pizzarias e não as distribuidoras de embalagens. A expectativa é de que, até o fim do ano, pelo menos 50 pizzarias de Belo Horizonte e região metropolitana estejam utilizando o produto da Embalagens M2B. O diretor espera que a nova



Expectativa de Marcos Alexandre de Paula é que o novo produto represente 15% do faturamento até o fim de 2018

embalagem represente 15% do faturamento no fim de 2018.

"As pessoas não vão parar de comer pizza, então esse é um mercado muito promissor. Além disso, é um segmento com consumo o ano inteiro, diferente de outros setores que estamos inseridos, como o moveleiro, que paralisa em algumas épocas do ano", afirma. O diretor também destaca que o movimento de diversificação de portfólio é uma estratégia constante da empresa. Atualmente, a Embalagens M2B produz caixas para diversos segmentos, como comércio, drogaria, e-commerce, indústria pesada, cosmética, alimentícia e moveleira.

A empresa atua no Estado há 12 anos e atende cerca de 250 clientes por mês. Em

2017, produziu 400 toneladas de caixas por mês, o que representa um crescimento de 60% em comparação à produção de 2016. Para o diretor, o número positivo pode ser explicado por uma estratégia comercial otimista. "Estavam todos falando de crise, mas nós estávamos preocupados em expandir mercado, conquistar novos clientes, investir em uma política diferenciada de atendimento e de capacitação de funcionários", diz.

Para 2018, a expectativa é crescer novamente em relação ao ano anterior. "Pelo menos 50% de crescimento", avisa o empresário. Além disso, ele também planeja investir ainda mais nas embalagens para e-commerce e iniciar a fabricação de caixas para sapato.



Caixas são produzidas em papel virgem impermeabilizado

## COMÉRCIO

# Feira do Eldorado tem novo endereço a partir do dia 20

DANIELA MACIEL

A tradicional Feira de Artes e Artesanato do bairro Eldorado, em Contagem, vai mudar de lugar. A partir do dia 20 de janeiro, os 966 expositores vão sair da avenida José Faria da Rocha e passar a ocupar uma faixa de 500 metros na principal avenida do bairro, a João César de Oliveira, entre o Big Shopping e o Centro de Consultas Especializadas Iria Diniz.

De acordo com o administrador Regional do Eldorado, Wellington Silveira, essa era uma demanda antiga de expositores e moradores. O espaço original já não suportava o número de visitantes e, por isso mesmo, também não oferecia as condições de segurança adequadas. A feira recebe entre 10 mil e 15 mil consumidores em dias normais. No fim de semana anterior ao Natal passado, estima-se que mais de 30 mil pessoas estiveram no local.

"No início de 2017, a prefeitura recebeu uma notificação do Ministério Público (MP) sobre a necessidade de tomarmos algumas providências quanto à segurança como instalação de extintores e corredores mais largos, sob pena de uma interdição definitiva. Essas mudanças são impossíveis no espaço atual, então o projeto



A tradicional Feira de Artes e Artesanato do bairro Eldorado recebe entre 10 mil e 15 mil consumidores em dias normais

de mudança de local, que na verdade sempre foi uma ideia muito discutida, se tornou uma opção real", explica Silveira.

A mudança de lugar é apenas o começo de uma grande reorganização da atividade. Funcionando há cerca de 35 anos, a feira, ao longo do tempo, perdeu algumas características e foi invadida por produtos industrializados e, muitos,

importados. O objetivo é voltar a privilegiar os trabalhos manuais. A feira também deixa de funcionar aos domingos e concentra os negócios no sábado, quando já acontece o projeto "A Rua é Nossa" - espaço de lazer - na avenida João César de Oliveira.

O ponto mais importante nessa transformação, porém, são duas licitações. A primeira para ocupação do espaço

por expositores e a segunda para escolher uma empresa que cuide da padronização e setorização das barracas. O edital para cadastramento dos feirantes e regramento das atividades já foi publicado. As inscrições estarão abertas entre 19 de fevereiro e 19 de

março. O resultado marcado para 29 de abril.

"Vamos aproveitar também para cuidar da estética da feira. É todo um processo de valorização, voltando a dar espaço para os artistas e artesãos de Contagem. Fizemos reuniões

com a Câmara de Dirigentes Lojistas de Contagem (CDL Contagem) e a feira não deve competir com o comércio regular. Os lojistas entenderam que ter 10 mil pessoas passando a pé na porta dos estabelecimentos é muito melhor do que 5 mil dentro dos carros. Mas para isso é preciso ordenamento e é nisso que estamos trabalhando", afirma administrador Regional do Eldorado.

A presidente da Associação dos Artesãos de Contagem e uma das fundadoras da Feira do Eldorado, Edna Zanette, também está contente com a mudança. Para ela a nova organização prometida deve facilitar a vida dos expositores e a diminuição de dias não deve interferir nos resultados. "Essa é uma demanda antiga. A feira cresceu e estávamos muito apertados. No domingo, eram poucos feirantes e com mais organização os consumidores - que também eram poucos -, certamente, migrarão para o sábado. Voltar a ser uma feira de artesanato também é uma boa notícia. A cidade precisa de uma representação e nós somos capazes de fazer isso muito bem", pontua Edna Zanette.


[www.facebook.com/DiarioDoComercio](http://www.facebook.com/DiarioDoComercio)

[www.twitter.com/diario\\_comercio](http://www.twitter.com/diario_comercio)

[gestaoenegocios@diariodocomercio.com.br](mailto:gestaoenegocios@diariodocomercio.com.br)


Telefone: (31) 3469-2025