

INQUÉRITO de CONJUNTURA

Ao Comércio de Materiais de Construção

1º Trimestre de 2025

Informação Rápida

No primeiro trimestre deste ano confirmou-se a melhoria significativa da atividade que se havia registado no final de 2024, embora, como é natural, até em face dos fatores de sazonalidade menos favoráveis, o ritmo de crescimento dos negócios não tenha sido tão forte como no período anterior.

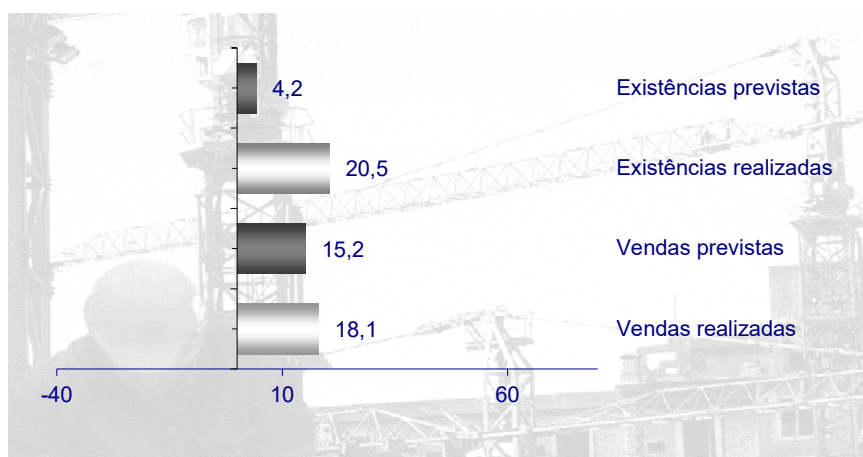
- As vendas terão crescido acima do que que era esperado, com a percentagem das empresas que aumentaram as vendas face ao trimestre anterior a subir dos 23,5% para os 38,6%, apesar das que referiram a diminuição ter subido dos 11% para os 20,5%. A manutenção foi indicada por 41% das respostas.

- A perceção das empresas sobre a sua atividade foi mais uma vez favorável com a percentagem das empresas que considerou “bom” o respetivo “nível de atividade” a superar em 39,3% a das que o considerou “deficiente” (54,5%, contra 15,2%)

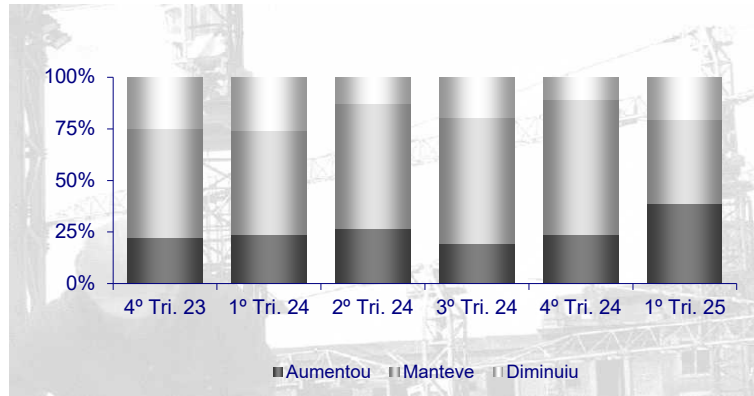
- A maioria das empresas, 57,6%, aumentaram as vendas face ao mesmo período do ano anterior, apesar da percentagem das que afirmaram a sua diminuição ter atingido os 21,2%.

- Os preços de venda tiveram uma atualização expressiva, tendo o aumento recolhido 48,2% das respostas ponderadas pelos 25 grupos de produtos, enquanto a manutenção foi indicada por 42,8% e a diminuição por 9%

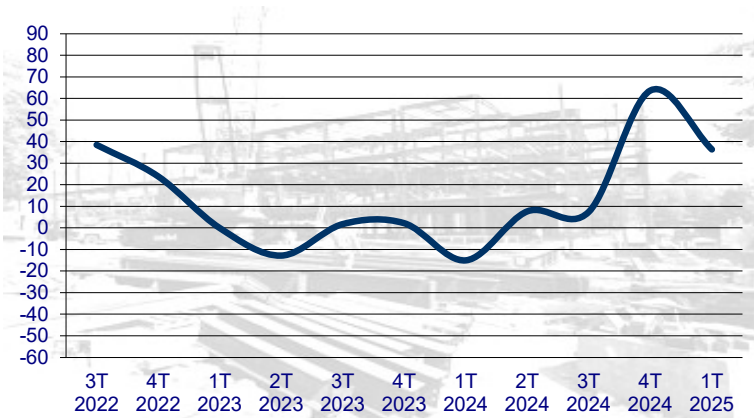
VENDAS E STOCKS - 1º TRIMESTRE 2025
(SRE - saldo das respostas extremas)



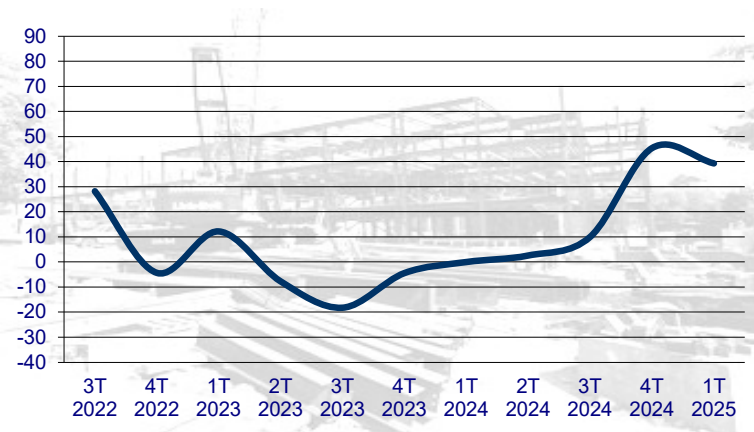
VENDAS - 1º TRIMESTRE 2025



**VOLUME DE VENDAS COMPARADO
COM O MESMO PERÍODO DO ANO ANTERIOR
(SRE – saldo das respostas extremas)**



**EVOLUÇÃO DO NÍVEL DE ATIVIDADE
1º TRIMESTRE 2025
(SRE - saldo das respostas extremas)**



Previsão 2º trimestre 2025

Crescimento substancial das vendas...

- 55,4%, a maioria das empresas, prevê um aumento das vendas no 2º trimestre de 2025, contra apenas 5,4% que apontam para a diminuição, enquanto 39,2%, prevê a manutenção.

Depois de dois trimestres, consecutivos de crescimento esperamos que as vendas continuem a aumentar, sustentadas pela tendência clara de aumento dos preços da maioria dos produtos, mas também porque as famílias continuam a recuperar algum poder de compra pelo efeito conjugado do controlo da inflação, dos aumentos salariais, da diminuição da taxa de juro e do “alívio” no IRS.

Vendas Previstas e Vendas Realizadas
(saldo das respostas extremas)

