

**CALENDÁRIO 2025 ESTUDOS E PAPERS SOBRE O CENÁRIO MACROECONÔMICO E OS IMPACTOS NO CONSUMO DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO
PESQUISAS EXCLUSIVAS COM CONSUMIDORES DE MATERIAIS DE CONTRUÇÃO QUE REALIZARAM OBRAS/REFORMAS RESIDENCIAIS**



Calendário de divulgações de dados secundários (macroeconomia)	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maiο	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Relatório Analítico Panorama Setorial e Sinopse Executiva Panorama Setorial	Dia 13	Dia 17	Dia 17	Dia 14	Dia 19	Dia 16	Dia 14	Dia 18	Dia 15	Dia 20	Dia 17	Dia 15
Relatório Analítico e Sinopse Executiva Projeções Atualizadas Base PMC	Dia 16	Dia 20	Dia 20	Dia 17	Dia 22	Dia 19	Dia 17	Dia 21	Dia 18	Dia 23	Dia 20	Dia 18
Extrato Emprego Renda Confiança Projeções	Dia 16	Dia 20	Dia 20	Dia 17	Dia 22	Dia 19	Dia 17	Dia 21	Dia 18	Dia 23	Dia 20	Dia 18
Relatório Painel Vendas e Inflação Itens para o Lar	Dia 20	Dias 24	Dia 24	Dia 21	Dia 26	Dia 23	Dia 21	Dia 25	Dia 22	Dia 27	Dia 24	Dia 22

Relatório Analítico Panorama Setorial e Sinopse Executiva Panorama Setorial (paper): análise estratégica, combinando e aprofundando informações recentes das fontes mais confiáveis do Brasil, para fins de leituras dos cenários setoriais e macroeconômico, que influenciam e determinam tendências para vendas de materiais de construção e demais itens para o lar.

Relatório Analítico e Sinopse Executiva Projeções Atualizadas Base PMC: projeções estatísticas de vendas reais e nominais para o comércio de materiais de construção e devidas análises

Extrato Emprego Renda Confiança Projeções: material resumido da conjuntura emprego, renda e confiança do consumidor, com as devidas projeções de vendas

Relatório Painel Vendas e Inflação Itens para o Lar: desempenhos comparados e sell out mensal/anual das vendas e inflação de materiais de construção, móveis e eletros

Calendário de entregas de dados primários exclusivos (microeconomia)	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maiο	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Pesquisa 2 2024												
Pesquisa 1 2025												
Pesquisa 2 2025												

Pesquisas 1 e 2: pesquisas comportamentais próprias com 1.020 consumidores que realizaram obras/reformas no último ano cada, com entendimentos sigilosos exclusivos de assinantes sobre marcas, produtos, hábitos, atitudes, instalação, usabilidade, processos de compra e outros assuntos de interesse próprio