

Mercado de drywall investe em informação para crescer
Revista da Instalação - 12/09/2017

O mercado brasileiro de construção a seco (**drywall**) tem um grande potencial de crescimento, mas para isso precisa ampliar a adesão de formadores de opinião no segmento da habitação.

A ideia é difundir as propriedades do **drywall** enquanto sistema construtivo e ampliar a sua penetração em diferentes segmentos de usuários. Atenta a esta necessidade, a **Associação Brasileira de Drywall**, entidade que reúne os fabricantes da chapa de gesso e dos perfis de aço que compõem o sistema, vem investindo em dois programas: "Saber é Vender", para corretores de imóveis; e "Saber é Crescer", para arquitetos e designers de interiores.

O programa voltado para corretores de imóveis já tem oito anos e está mudando paradigmas. Já foram treinados cerca de doze mil corretores em várias cidades do Brasil e cerca de oito mil arquitetos nos quatro anos em que um roteiro de palestras é realizado em dez cidades brasileiras, a cada ano.

Para atrair esses profissionais, o programa tem como pano de fundo uma palestra sobre técnicas de vendas, tanto para corretores como para arquitetos e designers de interiores, ambas ministradas pelo consultor Ricardo J. Botelho, que há 25 anos milita no segmento da construção civil. Além de criar uma oportunidade de aperfeiçoamento para estes profissionais, a estratégia visa a mudança de comportamento do consumidor final – que ainda resiste ao uso do sistema por desconhecer suas vantagens sobre a alvenaria tradicional. Segundo Ricardo J. Botelho, idealizador do programa, ao dominar a tecnologia e benefícios do uso do **drywall**, os corretores sentem-se mais seguros para vender os imóveis e lidar com as objeções nos estandes de venda e os arquitetos e designers de interiores podem especificar o produto com mais efetividade.

Nos últimos anos, o crescimento médio do segmento de **drywall** tem sido de 15% ao ano, acima do registrado pela construção civil no mesmo período, sendo dados da **Associação Brasileira de Drywall**. Entretanto, o consumo de **drywall** ainda tem muito o que crescer.

No que diz respeito à utilização desse sistema construtivo, o Brasil ocupa uma posição muito modesta no cenário internacional. Os dados a seguir mostram a presente situação da utilização do **drywall** no mundo e sua evolução no mercado brasileiro. O consumo no Brasil é de 0,25 m² por habitante ao ano. Nos Estados Unidos são 10 m² por habitante ao ano.

A construção civil foi uma das mais afetadas pela crise, com PIB negativo de 7,6%, de acordo com o IBGE. Mas o mercado de construção a seco continua crescendo. No biênio 2014/2015, o setor cresceu 40%, aumentando sua produção em 20 milhões de m² e chegando a 70 milhões/m² produzidos em 2015. O potencial de crescimento é enorme. Outro indicativo do potencial de mercado é a maior presença de fábricas de **drywall** no país. Já são sete, sendo que somente em 2015 foram inauguradas três plantas. A última, da Gypsum – antiga Lafarge e hoje controlada pelo grupo multinacional belgo Etex – a maior fábrica de **drywall** da América do Sul, com capacidade de produzir 30 milhões de m² de **chapas** por ano.

"Com a maior produção de **chapas** de **drywall** é preciso ampliar o consumo e a desmistificação é a melhor arma para isso", afirma Ricardo J. Botelho. A instalação no país de fábricas de **chapas** de gesso, iniciada em meados dos anos 90, representou um esforço pioneiro visando à modernização da construção civil brasileira, tradicionalmente caracterizada pelo uso de métodos artesanais, com baixa produtividade, elevados níveis de desperdício e reduzida valorização da mão de obra.

O mercado respondeu positivamente a essa iniciativa, conforme demonstra a evolução dos números relativos ao desempenho comercial da tecnologia **drywall** no país. Ainda assim, no que diz respeito à utilização desse sistema construtivo, o Brasil ocupa posição bastante modesta no cenário internacional. "Estes programas criados pela **Associação Brasileira de Drywall** têm justamente esta missão: contribuir para a modernização da construção civil e ampliar o consumo de produtos com melhor desempenho e tecnologia", finaliza Ricardo.

O "Saber é Vender", projeto de relacionamento com corretores de imóveis que atuam na comercialização de casas e apartamentos que utilizam paredes, forros e revestimentos em **drywall**, foi criado pela **Associação Drywall** no segundo semestre de 2007 e teve início com profissionais de São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador e Porto Alegre.

São promovidos encontros, cada um deles restrito a profissionais de uma só empresa, nos quais é feito, inicialmente, o esclarecimento de dúvidas sobre a tecnologia **drywall** e seu desempenho no que se refere a resistência mecânica, estabilidade, conforto acústico e fixação de cargas. A parte final de cada evento é reservada a uma palestra de Ricardo J. Botelho abordando temas de interesse dos corretores como relações humanas, comunicação e técnicas de vendas em geral.

Consumo de **drywall** (por habitante) em países selecionados

-Estados Unidos: 10 m²

-Austrália: 6,4 m²

-França: 3,8 m²

-Chile: 1,2 m²

-Brasil: 0,25 m²

Evolução do consumo anual de **chapas** para **drywall** no Brasil

2015: 70 milhões de m²

2013: 50 milhões/m²

2010: 33 milhões/m²

2005: 13 milhões/m²

2000: 10 milhões/m²

1995: 1,7 milhão/m²

Fonte: **Associação Brasileira de Drywall**

Tagged sob

Mercado

Produtos e Soluções

Sustentabilidade

Itens relacionados (por tag)

ABB fecha contrato de US\$ 30 milhões para reforçar a infraestrutura de energia no Iraque

Inovação tecnológica da Tintas Sherwin-Williams gera economia

Definida data para realização da Expolux

Garantias: fique atento aos seus direitos!

Engetron inova gerenciamento em sistema de energia



(Foto:)



(Foto:)



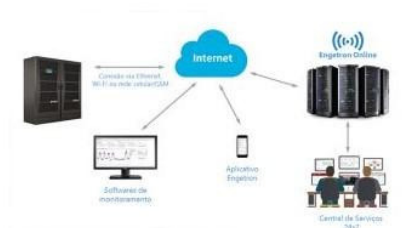
(Foto:)



(Foto:)



(Foto:)



(Foto:)

[Clique aqui para ler a notícia direto da fonte](#)