

03-064

Desenvolvimento de um novo conceito de bloquetes na indústria brasileira

Eduardo Quinteiro (2), Claudia Gibertoni (1), Marcos Antônio Serafim (1), Ana Paula M. Menegazzo (1), Lilian Lima Dias (1), André Giroto Milani (1)

(1) Centro Cerâmico do Brasil, (2) UNIFEI - Campus Itabira

Atualmente o país experimenta uma demanda crescente nas políticas públicas, exigindo cada vez mais produtos conformes às normas de qualidade existentes e consumidores mais exigentes em relação à busca de novos produtos. Por outro lado, temos empresas com pouca oferta de produtos e muita concorrência entre as próprias indústrias cerâmicas e outros materiais não-cerâmicos para cobertura e pavimentação de áreas públicas e de grande tráfego. Dentre os principais produtos cerâmicos utilizadas na construção civil destacamos a utilização maciça de tijolos, blocos, telhas, tubos, lajes para forros, lajotas e outros. No caso da construção civil, os produtos maciçamente consumidos são os blocos, tanto estruturais como de vedação, e as telhas. Estes produtos, normalmente, apresentam baixo valor agregado devido à baixa diferenciação. No Brasil não se tem o número preciso das quantidades de empresas de cerâmica vermelha existentes no mercado, principalmente pelo fato de serem pulverizadas e, em sua maioria, serem de micro, pequeno e médio portes, que utilizam processos produtivos tradicionais. Estima-se que o número de empresas ultrapasse cinco mil. Como esforço para reverter este quadro, onde o alto consumo dos produtos de cerâmica vermelha leva a uma concorrência acirrada e a utilização de processos produtivos tradicionais, vários empresários passaram a investir em novas tecnologias, capacitação da mão-de-obra e melhoria da qualidade dos produtos a fim de sobreviver em um mercado altamente competitivo. Diante deste cenário, fica evidente a necessidade de se pensar produtos bem resolvidos, tanto no ponto de vista da qualidade, quanto do Design. Este trabalho apresenta alternativas, principalmente às micro e pequenas empresas produtoras de telhas e blocos cerâmicos, para diversificar seus produtos, sugerindo como alternativa a fabricação pavimentos cerâmicos do tipo intertravado para áreas públicas (adoquin), produto este ainda não fabricado pelas empresas e, portanto, não conhecido pelo mercado consumidor brasileiro. Adicionalmente, o estudo tem a preocupação em incorporar às formulações das massas os cacos e resíduos cerâmicos gerados durante o processo de fabricação de seus produtos tradicionais. Tendo como ponto de partida a experiência de outros países na fabricação de produto deste tipologia, propõe-se um novo caminho, com a criação, inovação e desenvolvimento de produtos diferenciados e com maior valor agregado que tem por objetivo elevar a competitividade e assegurar a sobrevivência de muitas destas pequenas e médias empresas de cerâmica vermelha, imprimindo a elas uma identificação nacional e regional.