

# SUSTENTABILIDADE E RENTABILIDADE EM EQUILÍBRIO

DA PRODUÇÃO DE TIJOLOS ECOLÓGICOS À VENDA DE TECNOLOGIA COM UM MODELO DE FÁBRICA PRONTA, ENGENHEIRO INOVA NO SEGMENTO DA CONSTRUÇÃO CIVIL E COLHE OS BONS FRUTOS

Michele Stella

A carência de um produto específico no mercado da construção civil somada à preocupação com o meio ambiente foram os propulsores para que o engenheiro e administrador de empresas Roberto Cláudio Pereira se tornasse dono do próprio negócio. “Não

houve tanto planejamento, e a aposta não foi estrategicamente elaborada”, confessa, mas, numa época em que a sustentabilidade fomenta oportunidades, Pereira soube identificar a sua chance de empreender em um setor indiscutivelmente em ascensão – o que aumenta a probabilidade de sucesso e de rentabilidade.

A Tijol-Eco foi fundada em 2005, em São Pedro (SP), com a proposta de produzir tijolos ecológicos de qualidade, denominados tijolos de solo-cimento. Em vez de queimados em forno como os tradicionais tijolos de cerâmica, os tijolos de solo-cimento são prensados, molhados e curados. Daí a justificativa para a nomenclatura ‘ecológico’. De acordo com o proprietário da Tijol-Eco, cinco árvores são preservadas a cada milheiro de produção dos tijolos de solo-cimento, já que o fato de não serem queimados dispensa o uso de madeira para o aquecimento dos fornos. Consequentemente, evita-se a emissão de gases tóxicos como o CO<sup>2</sup>. Na etapa da construção, ainda há a redução de

materiais e do acúmulo de entulho. O tijolo ecológico possui menor quantidade de ferro, não usa massa para assentamento nem precisa ser rebocado, como os tijolos convencionais.

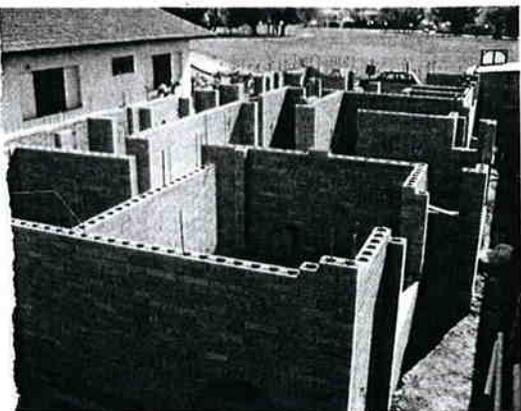
“As alvenarias convencionais estão sofrendo uma série de restrições ambientais. Agora são obrigadas a comprovar a origem da matéria-prima porque a Cetesb proibiu a retirada de barro das margens dos rios. A madeira também deve ser proveniente de fornecedor certificado pelo Ibama e até a chaminé dos fornos deve atender a quesitos que visam o controle da poluição”, comenta Pereira, completando: “O mercado está se abrindo cada vez mais para nós, que somos ecológicos”.

Tanto é que, seis anos depois de criada, a empresa não apenas se consolidou no mercado, como expandiu os serviços, aperfeiçoou o processo produtivo e passou a fabricar suas próprias máquinas. Com isso, a Tijol-Eco agora faz uma nova investida, a de vender seu modelo de negócio: pequenas fábricas de tijolos em sis-

Foto: divulgação



Os tijolos ecológicos, em vez de queimados em fôrma, são de solo-cimento prensado, molhado e curado, o que evita a queima de madeira



Obra com os tijolos da Tijol-Eco

tema “turn-key” (chaves em mãos). A proposta é oferecer um pacote ao investidor que inclui equipamentos e treinamento de forma a entregar-lhe uma fábrica pronta para funcionar.

Para chegar a isso, Pereira superou vários desafios e contou com sua visão empreendedora. “Como engenheiro, comecei a trabalhar com os tijolos ecológicos no início de 2000, quando a procura pelo produto aumentou consideravelmente no mercado da construção. Porém, a falta de qualidade desses tijolos era o grande obstáculo, assim como o número reduzido de fabricantes. Foi assim que decidi apostar na área”, detalha o empreendedor. Na teoria, a simplicidade do negócio impressiona. “Investi no maquinário e em um galpão, mas não sabia nada sobre esse tipo de produção. Cheguei a perder 100 mil tijolos nas primeiras tentativas”, lembra Pereira.

A falta de apoio aos pequenos empresários por parte dos fabricantes do maquinário e a propaganda enganosa sobre o produto foram alguns dos desafios superados pelo empreendedor. “A maioria dos fabricantes brasileiros vende um produto que não é real. Quando comprei a máquina, recebi a informação de que ela produziria 600 tijolos por hora, mas nunca conseguimos mais do que

## NEGÓCIO PRONTO

Para os empreendedores interessados em apostar no segmento de atuação da Tijol-Eco, o investimento gira em torno de R\$ 200 mil, de acordo com Pereira. Até agora, uma fábrica foi vendida pela empresa e instalada em Pederneiras (SP), em agosto de 2009. “Nosso modelo de negócio sustentável, do ponto de vista ecológico, nos garante uma taxa de rentabilidade alta no mercado. Esse é um grande atrativo. Decidimos, então, produzir os equipamentos para também entrar no mercado de instalação de fábricas”, diz Pereira, explicando a estratégia de expansão. No modelo de negócio oferecido, a Tijol-Eco é responsável pela qualidade do produto e, contratualmente, tem o direito de realizar inspeções periódicas nas fábricas que tenham a sua tecnologia. “Assim, podemos garantir a qualidade do processo”, explica o empreendedor.

O investidor que aposta no modelo de negócio da Tijol-Eco adquire não apenas o maquinário para a produção de tijolos ecológicos. “Oferecemos completa assistência na implantação, da orientação do projeto industrial à logística das matérias-primas, além de darmos apoio para a abertura da empresa, tanto no controle administrativo como no de produção e, ainda, autorizamos o uso da nossa marca e nossos resultados de ensaios (testes que certificam a qualidade dos tijolos ecológicos e que chegam a custar R\$ 100 mil), enfatiza.

A Tijol-Eco instala a fábrica em cinco ou seis dias e, no sétimo dia, o investidor já pode começar a produzir e faturar. De acordo com Pereira, o retorno do investimento deve ser alcançado com 10 meses de atividades. O lucro gira em torno de R\$ 18 mil por mês e o faturamento é de aproximadamente R\$ 50 mil. “A rentabilidade do negócio é de 25% ao mês, uma margem de lucro muito boa”, garante.

A máquina desenvolvida e comercializada pela Tijol-Eco produz mais de 1,9 mil tijolos por dia e, para se assegurar de que o novo parceiro irá ter sucesso na investida, Pereira explica que não vende duas máquinas de uma só vez para o mesmo cliente. “Como cada uma das máquinas tem capacidade de produzir 180 mil tijolos por mês e dificilmente um pequeno negócio começa vendendo mais do que isso, procuramos garantir o êxito do parceiro também considerando a demanda do mercado. Outro ponto importante é o treinamento oferecido, que inclusive dispensa a necessidade de conhecimento técnico na área.

Atualmente, a Tijol-Eco está desenvolvendo um novo sistema produtivo para os equipamentos, o que aumentará a eficiência das máquinas e diminuirá os valores de investimento. “Temos alguns investidores interessados no negócio, mas estamos segurando as vendas até o lançamento dessas novidades, pois o modelo será ainda mais interessante e viável para o investidor”, garante o empresário.

250 unidades. Para Pereira, esse foi o incentivo para o segundo passo. “Ao identificar as falhas, começamos modificando a máquina e, com isso, obtivemos uma melhora significativa no desempenho e produtividade. Com o tempo, desenvolvemos nossa própria tecnologia de produção e nosso próprio maquinário”, explica.

Há cinco anos, a produção mensal da Tijol-Eco não ultrapassava 40 mil tijolos. Hoje, com o investimento em pesquisas, tecnologia e equipamentos – somado ao aumento da demanda – a produção oscila entre 120 mil a 150 mil tijolos ecológicos por mês, com duas máquinas em operação em dois turnos. “No primeiro trimestre de 2011 deveremos ter mais duas máquinas em funcionamento, com a

expectativa de produzir até 350 mil tijolos por mês em um único turno”, sinaliza o empresário.

Em 2011, o investimento de Pereira na empresa deve ultrapassar os R\$ 2 milhões, montante que o empreendedor explica ter vindo do lucro da Tijol-Eco – 100% aplicado na empresa desde a sua fundação. “Nosso processo produtivo está cada vez mais automatizado. Estamos partindo para a conquista do ISO 14000, temos certificação do Inmetro e nossa fábrica atende a todas as exigências do Ministério do Trabalho”, comemora. ■

### Colaborou

Tijol-Eco Tijolos Ecológicos, (19) 3481-5226, [www.tijol-eco.com.br](http://www.tijol-eco.com.br).

**80%** dos consumidores brasileiros consideram socialmente responsáveis empresas que prestigiam o direito das relações de trabalho. Quem revelou o parecer foram os institutos Akatu e Ethos. Eles se basearam na pesquisa "O Consumidor Brasileiro e a Sustentabilidade: Atitudes e Comportamentos frente ao Consumo Consciente, Percepções e Expectativas sobre a Responsabilidade Social Empresarial". No ranking com as dez práticas mais importantes, seis têm relação com o tema.

**41%** será a representatividade da classe C entre as famílias em 2020. Elas também aumentarão a capacidade de consumo devido ao constante crescimento da renda dessa faixa da população. A previsão foi feita pela consultoria Plano CDE, especializada em estudos voltados às classes que inspiraram seu nome. Daqui a 10 anos, a classe C terá 28,7 milhões de pessoas. Luciana Aguiar, antropóloga e sócia da consultoria, justifica tal ascensão baseada não apenas na contínua mobilidade social, mas também no aumento de distribuição de renda entre 2002 e 2008. Esse quesito saltou de 28% para 34% no período.



**8%** é quanto o Sebrae-SP estima ter crescido o faturamento real das micro e pequenas empresas de São Paulo em 2010. Segundo o estudo, o ano passado foi positivo para o setor porque houve aumento da receita nas comparações com todos os meses de 2009. Acredita-se que o elevado desempenho esteja ligado à evolução da economia nacional, principalmente no que diz respeito ao consumo interno e à distribuição de renda. O Sebrae fez uma pesquisa para saber a opinião dos empresários em relação a 2011 e 62% deles acreditam que o faturamento de suas companhias nos primeiros seis meses deste ano será igual ou superior ao atual.



**3º** lugar é a posição do e-mail marketing no ranking das ferramentas mais significativas usadas pelas agências digitais. A afirmação tem como base a pesquisa feita em dezembro de 2010 pela Associação Brasileira das Agências Digitais (Abradi), cujo objetivo é revelar um perfil do setor. Na opinião do diretor comercial da Dinamize, Rodrigo de Almeida, o resultado do estudo mostra que o e-mail marketing se destaca no mercado porque gera resultados expressivos e mensuráveis. No primeiro semestre de 2010, a ferramenta gerou R\$ 6,7 bilhões, valor equivalente a 15% das vendas on-line. As agências com menos de 20 funcionários tiveram crescimento de 28,9% no faturamento de 2010 em comparação a 2009. Na prática, a comunicação digital movimentou por volta de R\$ 3 bilhões no País, prova de seu amadurecimento no setor de comunicação.

**3,638** milhões foi a quantidade de veículos produzidos no Brasil em 2010. Segundo a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), o número se refere aos automóveis, comerciais leves, ônibus e caminhões. Trata-se de uma quantidade 14,3% superior ao ano anterior, o que significa a quebra de mais um recorde no segmento. O fato beneficia os empresários do setor no Brasil inteiro.