



**Pesquisa de mercado com consumidores de produtos
das cerâmicas vermelha: arquitetos, engenheiros e
mestre de obras**

Natal - RN

Outubro / 2018

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte
SEBRAE/RN - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do RN
Avenida Lima e Silva, 76, Lagoa Nova - CEP 59075-970 - Natal/RN
Fone: (84) 3616-7900/0800-84-2020

Presidente do Conselho Deliberativo

José Alves Vieira

Diretor Superintendente

José Ferreira de Melo Neto

Diretor de Operações

José Eduardo Ribeiro Viana

Diretor Técnico

João Hélio Costa da Cunha Júnior

Gerente da Unidade de Desenvolvimento da Indústria

Lorena Roosevelt de Lima Alves

Gestor do Projeto da Cadeia Produtiva da Casa e Construção do RN

Edilton de Oliveira Cavalcanti

Gerente da Unidade de Gestão Estratégica

Alinne Priscilla Dantas Silva

Gestor da área de Estudos e Pesquisas

Paulo Ricardo Cosme Bezerra

Execução e coordenação da pesquisa

Smart Pesquisa de Opinião

1 - Metodologia

Para elaboração desse trabalho foi realizada pesquisa de campo junto ao público alvo, por meio de técnicas de entrevista semi-estruturadas, utilizando formulário como instrumento de diagnóstico, com a finalidade de investigar atividades relacionadas à comercialização da cerâmica vermelha.

Público Alvo: Escritório de arquitetura, arquitetos, engenheiros e mestre de obras.

Número de pesquisados: 53 empreendedores.

Coleta de Dados: Os dados foram coletados por meio de entrevista junto aos empresários, por meio de questionário. Os trabalhos de campo foram executados pela Smart Pesquisa de Opinião, no período 20 de agosto e 05 de Outubro de 2018.

Instrumento de pesquisa: O instrumento de coleta de dados utilizado um questionário semiestruturado, dividido em apenas 1 bloco de variável: Mercado atual. Para o tratamento dos dados desse estudo foi utilizado o programa *Statistica* SPSS, versão 25.0 e as estatísticas geradas foram apresentadas em formatos de tabelas e gráficos.

2 – Resultados

- **Produtos recomendados**

Do total de profissionais pesquisados, 92,5% recomendam os produtos de cerâmica vermelha para suas obras e 7,5% não recomendam.

Os principais produtos comercializados são: telhas (95,9%), cobogo (57,1%), tijolos (55,1%), casquilho (38,8%), blocos (32,7%), lajotas (4,1%) e vasos cerâmicos (2,0%).

Gráfico 1 – Recomendação de produtos cerâmicos

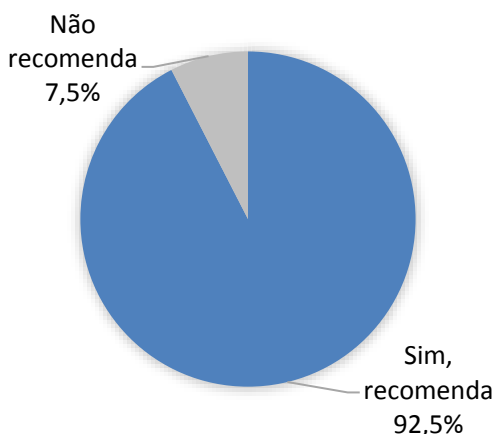
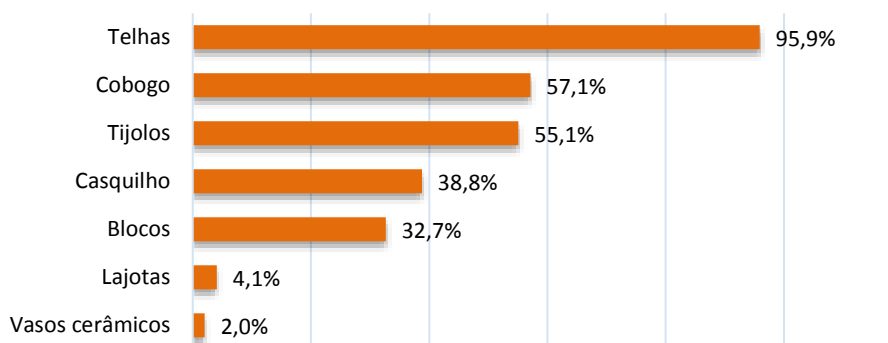


Gráfico 2 – Principais produtos comercializados



Esta questão admite múltipla resposta.

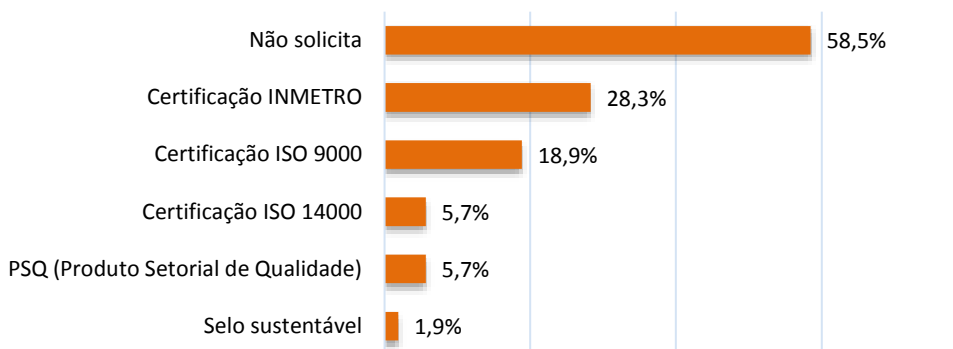
- **Certificação**

Quando questionados ao grupo pesquisado se há recomendação de produtos cerâmicos com certificação em suas obras, foi identificado que 58,5% não solicitam nenhum tipo de certificação e 41,5% recomendam produtos certificados.

Os tipos de certificação recomendadas são:

- ✓ Certificação INMETRO (28,3%);
- ✓ Certificação ISO 9000 (18,9%);
- ✓ Certificação ISO 14000 (5,7%);
- ✓ PSQ – Produto Setorial de Qualidade (5,7%);
- ✓ Selo sustentável (1,9%).

Gráfico 3 – Recomendação de produtos certificados



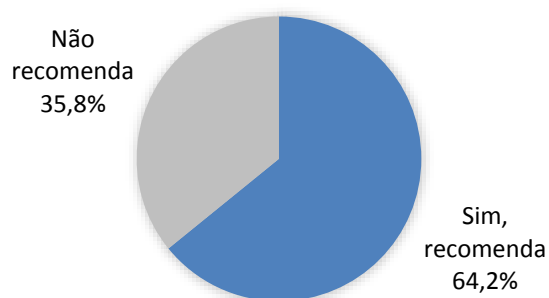
Esta questão admite múltipla resposta.

- **Produtos substituídos**

Para 64,15% dos profissionais foi informado que recomendam produtos que substituí o produto cerâmico, enquanto 35,8% não recomendam

Os produtos substitutos recomendados são:

- ✓ Telha fibrocimento (47,1%);
- ✓ Telhas em porcelanato (20,6%);
- ✓ Cobogo de cimento (14,7%);
- ✓ Telha de alumínio (11,8%);
- ✓ Bloco de cimento (11,8%).

Gráfico 4 – Recomendação de produtos substitutos ao produto cerâmico**Tabela 1** – Recomendação de produtos substitutos ao produto cerâmico

Produtos substitutos	Percentual (%)
Telha fibrocimento	47,1
Telhas em porcelanato	20,6
Codogo de cimento	14,7
Telha em alumínio	11,8
Bloco de cimento	11,8
Cobogo em porcelana	5,9
Blocos em isopor	5,9
Concreto elemento vazado	2,9
Porcelanato	2,9
Telhas de PVC	2,9
Telhas tecnológicas	2,9
Blocos em EPS	2,9
Bloco estrutural pré-moldado	2,9
Tijolo em placas de cimento com madeira	2,9

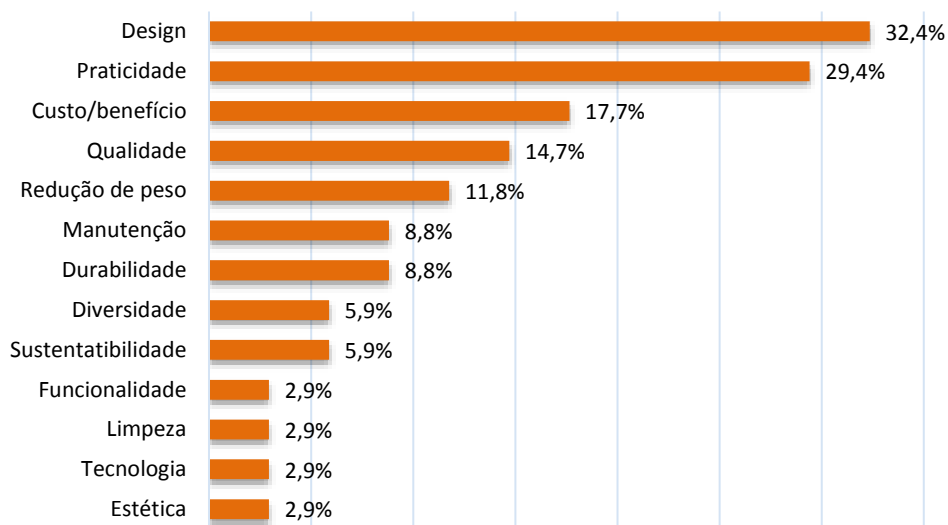
Esta questão admite múltipla resposta.

Outros produtos substitutos em menor percentual são: cobogo em porcelana (5,9%), blocos em isopor (5,9%), concreto elemento vazado (2,9%), porcelanato (2,9%), telhas de PVC (2,9%), telhas tecnológicas (2,9%), blocos em EPS (2,9%), bloco estrutural pré-moldado (2,9%) e tijolo em placas de cimento com madeira (2,9%).

Os principais motivos para substituição dos produtos cerâmicos são:

- ✓ Design (32,4%);
- ✓ Praticidade (29,4%);
- ✓ Custo/benefício (17,7%);
- ✓ Qualidade (14,7%);
- ✓ Redução de peso (11,8%).

Gráfico 5 – Motivos para a substituição dos produtos cerâmicos



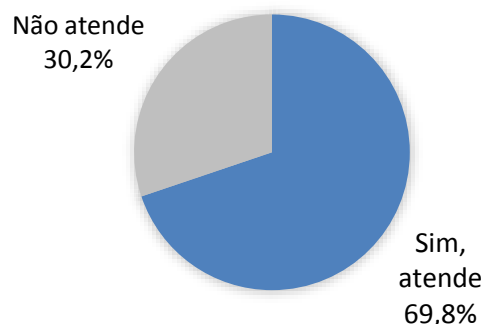
Esta questão admite múltipla resposta.

Tem-se ainda em menor percentual: manutenção (8,8%), durabilidade (8,8%), diversidade (5,9%), sustentabilidade (5,9%), funcionalidade (2,9%), limpeza (2,9%), tecnologia (2,9%) e estética (2,9%).

- **Exigências e tendências arquitetônicas**

No que tange o atendimento dos produtos cerâmicos às exigências e tendências arquitetônicas foi relatado por 69,8% dos profissionais que as cerâmicas atendem as exigências e 30,2% informaram que não atende as exigências.

Gráfico 6 – Atendimento dos produtos cerâmicos às exigências e tendências arquitetônicas



Do percentual de profissionais (30,2%) que relataram não atender as exigências e tendências arquitetônicas tem como justificativa:

- ✓ Falta variedade de modelos (18,8%);
- ✓ Falta padronização dos produtos (18,8%);
- ✓ Falta inovação (12,5%);
- ✓ Produtos com custo benefício (12,5%).

Tabela 2 – Motivos para não atender as exigências e tendências arquitetônicas

Motivos	Percentual (%)
Falta variedade de modelos	18,8
Falta padronização dos produtos	18,8
Falta inovação	12,5
Produtos com custo benefício	12,5
Faltam equipamentos de segurança	6,3
Melhorar acabamento	6,3
Melhorar tonalidades	6,3
Faltam investimentos	6,3
Fora de dimensões	6,3
Falta durabilidade	6,3
Melhorar qualidade	6,3
Algumas empresas não atendem exigências	6,3
Sustentabilidade	6,3

Esta questão admite múltipla resposta.

- **Novos produtos**

Quando questionados sobre que novos produtos poderiam ser produzidos pelas indústrias cerâmicas do Rio Grande do Norte, 37,7% do grupo não souberam responder.

Foram citados com pequeno percentual, a fabricação de modelos diferenciados de telhas (7,6%), modelos diferenciados de cobogo (7,6%), revestimento em 30 (5,7%), cobogo de cerâmica vermelha (5,7%), buscar modernizações em geral (5,7%), entre outros itens.

Tabela 3 – Sugestão de novos produtos

Novos produtos	Percentual (%)
Modelos diferenciados em telhas	7,6
Modelos diferenciados em cobogo	7,6
Revestimento em 30	5,7
Cobogo de cerâmica vermelha	5,7
Buscar modernizações em geral	5,7
Telhas sustentáveis	1,9
Acompanhar as Tendências de mercado	1,9
Maior produção e inovação no cobogo	1,9
Tijolos de estrutura fina para ambientes rústicos	1,9
Investir em questão Sustentável	1,9
Novo design dos produtos	1,9
Blocos para ambientação	1,9
Produtos ecológicos	1,9
Inovação	1,9
Revestimentos internos	1,9
Tijolos estruturais	1,9
Blocos (tijolos) com larguras de 12 e 14 cm	1,9
Variedade de revestimentos	1,9
Produtos relacionados na parte elétrica: guias, fios, cadinhos e tubos	1,9
Modernizar e baratear os custos	1,9
Telhas em novos formatos para auxiliar a tecnologia solar	1,9
NS/NR	37,7

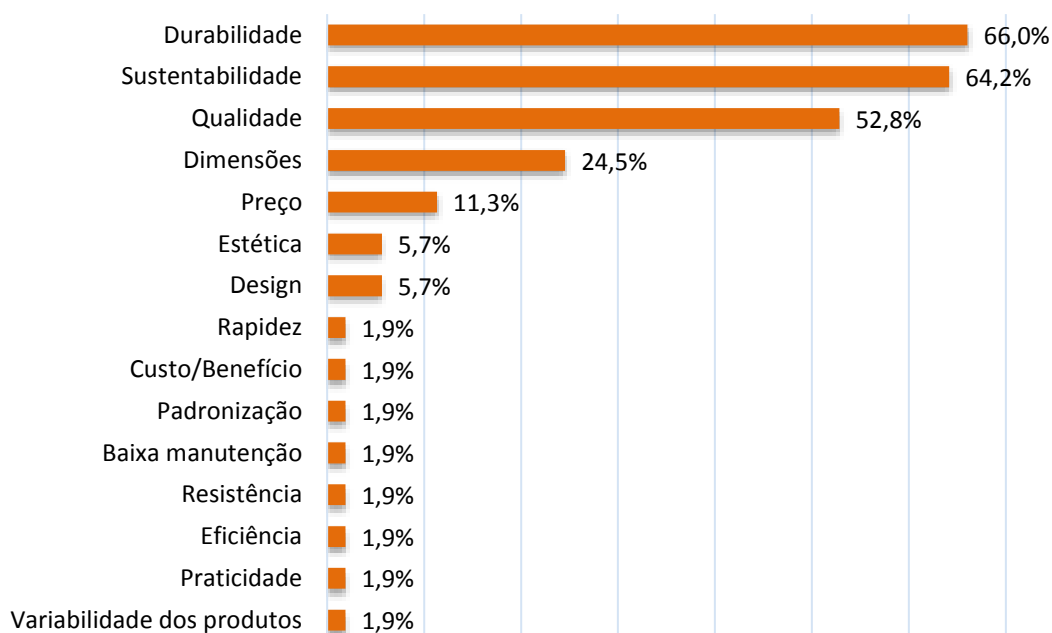
Esta questão admite múltipla resposta.

- **Características valorizadas no mercado**

As principais características valorizadas no mercado são:

- ✓ Durabilidade (66,0%);
- ✓ Sustentabilidade (64,2%);
- ✓ Qualidade (52,8%);
- ✓ Dimensões (24,5%);
- ✓ Preço (11,3%).

Gráfico 7 – Características técnicas valorizadas no mercado



Esta questão admite múltipla resposta.

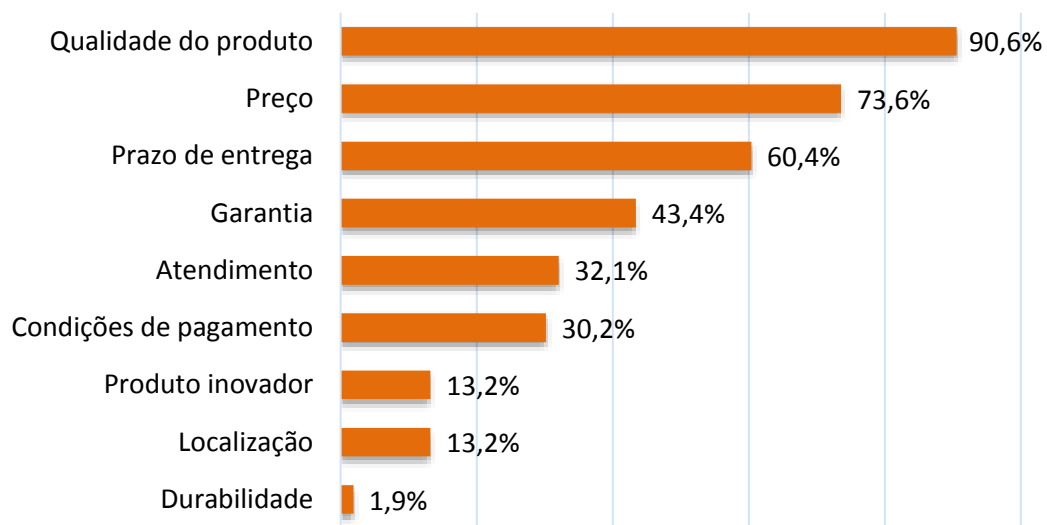
Outras características citadas foram: estética (5,7%), design (5,7%), rapidez (1,9%), custo/benefício (1,9%), padronização (1,9%), baixa manutenção (1,9%), resistência (1,9%), eficiência (1,9%), praticidade (1,9%) e variabilidade dos produtos (1,9%).

- **Valor agregado**

Os atributos que agregam valor aos produtos cerâmicos são:

- ✓ Qualidade do produto (90,6%);
- ✓ Preço (73,6%);
- ✓ Prazo de entrega (60,4%);
- ✓ Garantia (43,4%);
- ✓ Atendimento (32,1%);
- ✓ Condições de pagamento (30,2%);
- ✓ Produto inovador (13,2%);
- ✓ Localização (13,2%);
- ✓ Durabilidade (1,9%).

Gráfico 8 – atributos de agregação de valor em produtos cerâmicos

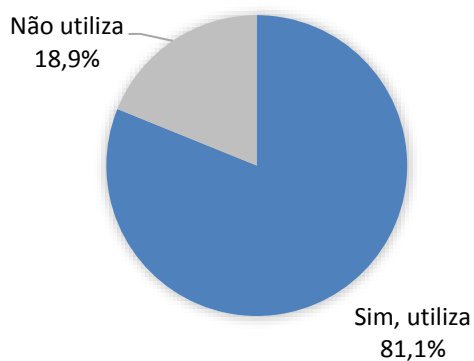


Esta questão admite múltipla resposta.

- **Técnicas para influenciar o cliente**

A maioria dos profissionais (81,1%) influenciam seus clientes na utilização de determinados produtos, apresentando as vantagens e desvantagens de um determinado produto e 18,9% não aplica nenhuma técnica porque preferem deixar o cliente à vontade para decidir.

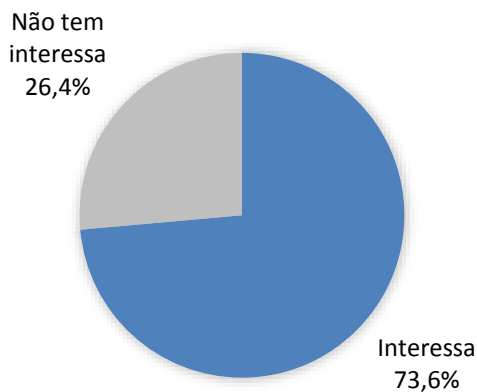
Gráfico 9 – Utilização de técnicas para influenciar o cliente na decisão por determinado produto cerâmico



- **Encontro de negócios**

73,58% dos entrevistados têm interesse em participar de encontro de negócio promovido pelo SEBRAE RN e 26,4% não têm interesse.

Gráfico 10 – Participação no encontro de negócios



Anexo

Pesquisa de Mercado - MERCADO CONSUMIDOR DAS CERÂMICAS - PROFISSIONAL

Questionário de campo quantitativo - Pesquisa PRESENCIAL

Nº Questionário ()

Escritório de Arquitetura (Arquitetos/Engenheiro/Mestre de Obras)

Arquiteto

Engenheiros

Mestre de Obras

Introdução

Bom dia/Boa tarde/Boa noite, meu nome é _____ sou da _____ empresa de pesquisa contratada pelo SEBRAE/RN. Por favor, eu gostaria de falar com o proprietário, gerente ou responsável pela empresa.

SE A PESSOA NÃO SE ENCONTRA: Agendar outro horário para a visita.

SE O PROPRIETÁRIO, GERENTE OU RESPONSÁVEL ATENDER, prossiga:

Olá! Nós estamos realizando um estudo para entender melhor as necessidades e oportunidades para micro e pequenos empresários que atuam no segmento de CERÂMICA VERMELHA no Estado do Rio Grande do Norte na comercialização de produtos cerâmicos: Blocos e tijolos cerâmicos, telhas, casquilhos. Com intuito de identificar os principais gargalos mercadológicos. Para atender a necessidade do consumidor final, em três níveis: lojas/revenda de materiais, Construtoras e Profissionais (Arquitetos/Engenheiros/Mestre Obras) visando a melhoria dos produtos e/ou desenvolvimento de novos produtos. Gostaria de contar com a sua colaboração respondendo a algumas perguntas que levarão cerca de 30 minutos. Suas respostas serão analisadas junto a de outros empreendedores no estado, e seus dados pessoais e os de seu negócio serão mantidos em sigilo. Podemos contar com sua contribuição?

I – MERCADO ATUAL

P1. Quais os itens de cerâmica vermelha são recomendados para suas obras?

Não recomenda

Sim: Quais:

Produto	Atende as especificações técnicas	
[1].Tijolos 9x19x19cm	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
[2] Telha Colonial	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
[3] Blocos	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
[4] Cobogo	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
[5] Casquilho	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
[6] Outros:	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não
7.	<input type="checkbox"/> Sim	<input type="checkbox"/> Não

P2. Você recomenda produtos cerâmicos certificados para suas obras?

PSQ (Produto Setorial da Qualidade)

Certificação ISO 9000

Certificação INMETRO

Certificação ISO 14000

Não solicita

outros. Citar: _____

P3. Existem atualmente produtos sendo recomendados por você que substitui o produto cerâmico?

Existe. Listar os principais produtos: _____

Não existe

P4. Porque os produtos cerâmicos estão sendo substituídos?

Qualidade Praticidade Design Outros: _____

Não substitui

P5. Os produtos cerâmicos comercializados pelas cerâmicas do Rio Grande do Norte estão atende as exigências e tendências arquitetônicas?

Sim Não. Porquê? _____

P6. Que novos produtos você sugere a ser produzido pelas indústrias cerâmicas do RN?

P7. Quais as características técnicas estão sendo valorizadas no mercado?

Qualidade dimensões Outros: _____

Durabilidade sustentabilidade

P8. O que é considerado valor agregado quando você indica produtos cerâmicos?

Preço Qualidade do produto Garantia
 Localização Prazo de entrega Atendimento
 Condições de pagamento Produto inovador

P9. Como você influencia seu cliente a utilizar determinados produtos?

Sim Não. Por quê? _____

P10. Sua empresa possui interesse em participar de um Encontro de Negócios para aproximação comercial com potenciais fornecedores da cerâmica potiguar, de modo a conhecer sua diversidade de produtos e serviços, bem como analisar potenciais oportunidades de negócios futuros para o setor?

Sim Não.

AGRADEÇA E ENCERRE A ENTREVISTA