

## Uma ideia que rendeu prêmios e negócios

Com apenas oito anos de atuação no mercado, a italiana Meccanica Breganzese (MB) comemora a liderança global no segmento de caçambas britadoras, contabilizando a presença de seus produtos em mais de 100 países. Para Diego Azzolin, diretor industrial da empresa, esse desempenho se deve à estratégia de verticalização adotada, pela qual a MB se especializou nesse tipo de equipamento e investiu em pesquisa e desenvolvimento. “Como resultado, nossas caçambas britadoras conquistaram clientes e muitos prêmios internacionais”, diz ele.

Entre esses prêmios, Diego cita o Gran Prix do Salão Internacional de Invenções de Genebra, com o qual a empresa foi agraciada em 2007. “Trata-se de um reconhecimento que a engenharia italiana não conseguia há 20 anos e que marcou o triunfo da MB sobre os produtos de outras 650 empresas de 40 países.” Além do Gran Prix de Genebra, ele ressaltou outros prêmios obtidos em feiras de equipamentos para construção na Bósnia, Croácia, Inglaterra, Polônia e Espanha, atestando a eficiência e praticidade das caçambas britadoras nos canteiros de obras.

Ao possibilitar a britagem do material demolido no próprio canteiro, o equipamento permite sua reutilização como argamassa ou base para fundações, reduzindo custos de transporte e

impacto no meio ambiente. Usadas como implementação em escavadeiras hidráulicas, as caçambas britadoras da marca são equipadas com sistema de imã para remoção de barras de ferro. Elas são oferecidas em quatro modelos, para aplicação em pequenas escavadeiras hidráulicas (8 a 12 t) e até nas de maior porte (acima de 28 t), produzindo um máximo de 25 a 50 m<sup>3</sup>/h de material britado, de acordo com a granulometria desejada, que pode variar de 20 a 120 mm. Além dos serviços de demolição, podem ser mobilizadas em obras de infraestrutura, de edificações, em pedreiras e reabilitação de solos, entre outras aplicações.

Produzidas dentro das normas de gestão da qualidade ISO 9001:2000, as caçambas da marca se caracterizam pela robustez e baixo índice de manutenção, conforme explica Guido Azzolin, diretor comercial e principal executivo da MB. “Com isso, desde que comercializamos nossa primeira unidade, em 2002, conquistamos rapidamente o mercado italiano e os demais países da Europa e de outros continentes.” Na França, por exemplo, onde a empresa estreou durante a Intermat 2006, mais de 15 unidades foram comercializadas logo após a feira, o que motivou a instalação de uma filial naquele país, onde hoje conta com mais de 130 caçambas em operação.

