

INDÚSTRIA

Marcopolo diversifica linha com soluções sustentáveis

Segurança, inovação e preferência dos usuários são os principais fatores que continuarão norteando as tendências do transporte de passageiros no Brasil, independentemente do modal utilizado. João Paulo Ledur, diretor de estratégia e transformação digital da Marcopolo, assinala que as novas soluções estão alinhadas com o propósito de aproximar pessoas. “São os passageiros que nos ajudam a ditar as tendências exploradas pelo mercado”, reforça.

O cenário atual é de desenvolvimento de produtos que atendam as demandas por meio de tecnologias e iniciativas mais sustentáveis, resultando na ampliação do portfólio de produtos. “Podemos assegurar que não somos mais apenas uma encarregadora, mas uma companhia focada em desenvolver e aprimorar soluções de transporte e mobilidade”, afirma. Como exemplos deste novo conceito cita a produção de ônibus completos, como o primeiro ônibus elétrico e com chassi próprio da marca, o Attivi, e os veículos com opções de motores híbridos, movidos a hidrogênio, em circulação no exterior. Também elenca os modelos

metroferroviários desenvolvidos pela Marcopolo Rail, como o VLT e people mover.

No segmento original da companhia, Ledur exemplifica com a família G8, focada no segmento de rodoviários que, em aproximadamente 18 meses de mercado, chegou à marca de 1 mil unidades vendidas. O modelo traz perto de 150 soluções inovadoras, das quais 70 com registro de patentes.

De forma a ampliar a capacidade inovadora dos produtos e processos, a Marcopolo reforça as parcerias. Neste ano colocará em funcionamento a Apolo Tecnologia em Polímeros para contribuir com a sustentabilidade dos veículos. Controlada pela Marcopolo S.A, a nova fábrica, com sede em Farroupilha, será responsável pela produção de peças poliméricas com tecnologia de ponta e desenvolverá produtos com grafeno para a substituição dos itens feitos em aço.

Mesmo com a crescente automatização das plantas fabris, a Marcopolo mantém um ritmo de crescimento na geração de empregos. No ano passado, foram mais de 3 mil vagas abertas. Em paralelo, a



Entre as novidades, estão o primeiro ônibus elétrico, o Attivi, e os veículos com opções de motores híbridos

companhia investe na digitalização de processos internos, visando ter mais agilidade nas operações.

Ledur destaca o comprometimento da empresa com a agenda ESG global, em seus três eixos, mas de forma especial com a descarbonização do transporte. Nesta linha, reforça o Attivi integral, primeiro ônibus elétrico com chassi próprio, desenvolvido no Brasil e com uso predominante de componentes nacionais, inclusive baterias e eletrônicos.

Até o final do ano, a empresa realizará diversos testes com o veículo em cidades brasileiras.



Ledur afirma que companhia se compromete com soluções de transporte

Crippa vislumbra no e-commerce oportunidades para agregar valor

Criada em 1957, em Caxias do Sul, a Metalúrgica Crippa surgiu para fornecer matrizes para indústrias metalmeccânicas e de instrumentos musicais. Em 2012 migrou para o mercado de utilidades domésticas em plástico, fazendo uso de matérias-primas sustentáveis e 100% recicláveis.

Segue no atendimento à indústria com a produção de componentes plásticos para ônibus.

O CEO Fernando Crippa projeta tendência crescente do e-commerce no mercado de injeção de plásticos e utilidades domésticas, considerando que a maioria dos clientes está conectada ao ambiente virtual. Entende que o cenário é de muitas oportunidades nas entregas para novos nichos e, principalmente, agregando maior valor ao cliente. “Em geral, os produtos plásticos são de baixa customização. Mas na

jornada do e-commerce podemos entregar um serviço mais personalizado e entrar nessa tendência forte de identificação que os consumidores estão buscando”, observa Crippa.

O CEO assinala que a empresa trabalha com o objetivo de aumentar a produtividade, reduzir desperdícios e atingir novos mercados, especialmente a exportação. Uma das medidas é a reutilização de resíduos para reduzir o impacto ambiental e os custos.

Outro alinhamento é com as estratégias da indústria 4.0, aumentando a automação industrial para melhoria da qualidade e confiabilidade de processos. “Essa é uma tendência que não podemos ignorar diante da necessidade de melhoria dos indicadores e da competitividade. É crucial otimizar a produtividade”, frisou.

Customização de utilidades domésticas ganha mercado

Voltado ao uso doméstico, mercado que durante a pandemia cresceu acima das expectativas em razão das medidas restritivas que levaram as pessoas a investir mais no conforto dos lares, o portfólio de produtos da Multiflon, empresa de Flores da Cunha, passa por um período de retração de vendas. O consumidor, agora, está voltado a construir novas experiências.

De acordo com o gestor comercial Marcos Téche Vieira, o varejo, cliente principal da marca, busca a diferenciação, o que leva à necessidade de customização do produto por meio de marca própria. “Estamos muito atentos a esta tendência”, adianta. Reconhece que a venda online está consolidada, mas pondera ser apenas uma parte da experiência do consumidor. “Levar uma experiência positiva para ele em todos os pontos de contato com a marca passou a ser nossa

prioridade”, ressalta.

A empresa também observa uma mudança importante no tipo de varejo físico que comercializa o produto. O gestor indica que o supermercado vem se tornando o ponto em que o consumidor decide pela compra de um item novo para casa. “Para o novo consumidor é fundamental que o produto seja durável e atenda suas necessidades”, reforça.

Desde janeiro deste ano, a Multiflon mudou de Caxias do Sul para Flores da Cunha. A nova planta coloca a marca na segunda posição em capacidade produtiva do segmento de utensílios antiaderentes no Brasil, o que exigiu aumento do quadro, mesmo com a forte presença da automatização nos processos. “A automatização é fundamental em alguns processos; em outros, o ser humano sempre será fundamental e, por isso, precisa de capacitação”,

avalia. Com a nova fábrica poderá dobrar, em dois anos, a capacidade produtiva atual de 700 mil peças por mês.

Vieira assinala que o compromisso com o meio ambiente, sustentabilidade e qualidade do ambiente de trabalho guiou a projeto da nova planta fabril. Segundo ele, as preocupações e atitudes da Multiflon com o atual conceito ESG a acompanham desde a fundação, em 1987. “A empresa sempre procurou se desenvolver de forma responsável com o meio ambiente, com os colaboradores e com aqueles que estão no entorno, bem como cumprir os compromissos financeiros. Nosso foco no EESG (econômica, ambiental, social e de governança) nos dá um olhar bastante atento ao que ocorre no mundo e possibilita, a cada dia, buscarmos por ações concretas para sermos ainda melhores”, indicou.