

economia

Marcopolo intensifica processo de globalização

MARCOPOLO/DIVULGAÇÃO/JC

/INDÚSTRIA

Roberto Hunoff, de Caxias do Sul
economia@jornaldocomercio.com.br

Com fábricas na África do Sul, Argentina, Austrália, China, Colômbia e México, além de participação acionária em empresa com unidades no Canadá e nos Estados Unidos, a Marcopolo, de Caxias do Sul, tem ampliado as relações externas com as operações do Brasil para criar, efetivamente, uma conexão global. Isto inclui intercâmbio das melhores práticas entre as unidades, bem como de pessoal e de avanços tecnológicos, para que a empresa se torne competitiva em todos os mercados. Nesta entrevista, o CEO André Armaganijan relata seu primeiro ano na função, os desafios vencidos e a superar, e as iniciativas para tornar a empresa uma concorrente de peso ainda maior no mercado, que passa a ter a descarbonização como processo inadiável diante das severas crises climáticas.

Jornal do Comércio - O senhor completou um ano como CEO da Marcopolo. Que avaliação faz deste período em termos de consolidação de objetivos e projetos?

André Vidal Armaganijan - Eu já trabalhava na Marcopolo há vários anos. Este primeiro ano está sendo de aprendizado, de conhecer e conectar cada vez mais com todas as áreas, com um grupo maior de pessoas sob minha gestão. Dedicamos muita atenção para ter um ambiente cada vez melhor para trabalhar, reforçamos ações em produtividade, visando tornar a empresa mais eficiente e inovadora. A inovação começou há algum tempo, mas, agora, com as mudanças climáticas, a descarbonização passa a ser prioridade.

JC - Pessoas e mão de obra têm sido um problema em praticamente todas as atividades. O que a Marcopolo tem feito para equacionar esta situação?

Armaganijan - A gente já vinha trabalhando em um processo de transformação cultural, agora adotamos a denominação de evolução cultural. Existe uma preocupação muito grande em ter melhor ambiente para trabalhar. Temos vários projetos que vão sustentar essa evolução. E isto é importante para trazer mais competitividade. Estamos falando em automação de fábrica, indústria

4.0. Temos feito este processo de conexão entre as fábricas, que avançou muito, e contribuindo para tornar a empresa cada vez mais global.

JC - Como está sendo feita a qualificação da mão de obra?

Armaganijan - A Marcopolo pode ser considerada um celeiro de formação de pessoas. Temos uma escola em parceria com o Senai. Formamos mais pessoas do que necessitamos, para ter um grupo mais qualificado ou disponível no mercado. Estas parcerias, juntamente com programas de desenvolvimento, têm sido fundamentais para mitigar a dificuldade de mão de obra qualificada.

JC - Qual sua avaliação sobre o mercado nacional de ônibus?

Armaganijan - Vemos este ano como de crescimento, superando 2023, principalmente pela oportunidade de renovação de frota. O programa Caminho da Escola terá importante participação nos resultados, pois está em andamento a compra de um novo lote. Num primeiro momento, os volumes realizados ficaram abaixo do previsto, mas agora está retomando um movimento mais expressivo.

JC - As enchentes que atingiram o RS podem comprometer este cenário positivo?

Armaganijan - Infelizmente, temos esta tragédia no Estado, que pode interferir. No entanto, a empresa segue trabalhando dentro da normalidade possível, não a pleno. Paramos um só dia. No seguinte, a maioria dos trabalhadores retornou. Temos um problema com matérias-primas. Há níveis de estoques suficientes para garantir a continuidade da operação, mas estamos mapeando alternativas em caso de redução ou falta de oferta. Já as estruturas fabris, felizmente, não foram impactadas. Estamos solidários aos desabrigados e ajudando



A empresa segue trabalhando na normalidade possível. Paramos um só dia. As estruturas fabris, felizmente, não foram impactadas (pela enchente).



André Armaganijan, CEO da Marcopolo, avalia primeiro ano de gestão e ações para ampliar competitividade

com doações.

JC - Em que estágio se encontra o desenvolvimento do ônibus elétrico da Marcopolo?

Armaganijan - Se observa um movimento crescente de adesão às novas tecnologias. Mas a migração significativa dos ônibus urbanos de diesel para elétrico não aconteceu como anunciada, vem ocorrendo de forma gradual. A Marcopolo vendeu recentemente 8 ônibus elétricos para Porto Alegre. Fizemos um movimento de desenvolver a solução própria e completa, com carroceria e chassi da Marcopolo, mas também oferecemos a alternativa do modelo tradicional, com carroceria nossa e chassi de terceiros. Esta movimentação para novas tecnologias voltadas à descarbonização tem acontecido de forma gradual, mas ela se consolidará. Em paralelo, se desenvolvem outras frentes, como a híbrida, biometano e hidrogênio. A proposta é ter um portfólio de produtos com amplitude grande para atender vários mercados. O difícil é precisar a velocidade de conversão de uma tecnologia para outra.

JC - A Marcopolo já tem capacidade instalada suficiente para atender a demanda de elétricos quando as vendas ganharem escala?

Armaganijan - A capacidade atual da Marcopolo é muito maior do que as demandas que estamos vendo. O processo de produção do elétrico na parte da carroceria é muito similar à tradicional, do motor a combustão. Usamos as li-

nhas de montagem para ambos. Sem dúvida, temos condições de atender plenamente a necessidade de ônibus elétricos que surgirá no Brasil nos próximos anos.

JC - A empresa já tem uma carteira de pedidos contratada?

Armaganijan - Entre o ano passado e esse produzimos 130 unidades, com demonstração em dezenas de cidades brasileiras. Venda efetiva somente os 8 ônibus para Porto Alegre. Recentemente, o governo federal anunciou intenção de compra superior a 5 mil ônibus, entre elétricos e Euro 6, para diversas cidades. Acreditamos em crescimento gradual dessa produção. Com ingresso de pedidos temos plenas condições de aumentar ainda mais a produção e oferta de elétricos.

JC - A Marcopolo está investindo em unidade específica para elétricos?

Armaganijan - Temos um cuidado especial com a linha onde a gente produz o elétrico. O comissionamento, o momento em que você ativa os ônibus elétricos, é feito fora da linha tradicional, em Caxias do Sul. Recentemente, anunciamos investimento na fábrica de São Mateus (ES) para ampliar ainda mais a capacidade de produzir ônibus elétricos. A proposta é ter duas unidades capazes de produzir tanto o chassi como a carroceria de um ônibus elétrico.

JC - Alguma expansão para as fábricas de Caxias?

Armaganijan - A capacidade instalada é maior do que o volume atual de produção. Mas há

dois anos estamos aumentando as contratações, nos preparando para volumes mais elevados já em 2025. Medida também alinhada com a busca de quadros qualificados. Da mesma forma trabalhamos para melhorar a eficiência. Portanto, não há necessidade de aportes na expansão da estrutura. Temos é que continuar capacitando a mão de obra, elevando a eficiência e investindo em automatização.

JC - Durante a pandemia, insumos tiveram aumentos brutais. Como está hoje a oferta das principais matérias-primas e os preços?

Armaganijan - A questão de falta de materiais está relativamente equacionada, lógico que ainda preocupa um pouco. Agora, um pouco mais em função das enchentes no RS. Temos trabalhado muito próximo aos fornecedores e controlado bem os níveis de estoque para evitar faltas. Os preços foram mantidos, sem recuos significativos. As influências atuais têm relação com inflação e, no caso de importados, com o real desvalorizado. Temos ainda os reajustes dos salários em razão dos dissídios. Tudo isto afeta o preço final ao cliente, a quem é repassado parte destes aumentos. Nos preocupa, sim, as consequências das guerras e as condições climáticas. Isto pode afetar o negócio, mas estamos acompanhando bem de perto para a melhor tomada de decisão e para que os custos não aumentem de forma significativa como no passado.