

Veículo: Transpo Magazine
Localidade: SÃO PAULO - SP
Data de publicação: 31/12/2010
Editoria: Indústria - Página: 32 a 34

• Indústria •

A águia está pousando

Por: Roberto Queiroz

NC² reforça mensagem e compromissos com o mercado brasileiro, enquanto já confirma as primeiras vendas

Como nem poderia deixar de ser, Al Satiel, presidente mundial da NC² deixou no ar algumas questões após a recente apresentação formal do início das atividades da companhia no Brasil. Mesmo sem esperar que todas as questões fossem respondidas em um único encontro, pela importância do empreendimento e das marcas envolvidas, a continuidade do questionamento é absolutamente natural. Particularmente, a aposta em se tornar um top five no mercado de caminhões dentro de cinco anos provocou certo alvoroço. De qualquer modo, o dirigente adianta alguns esclarecimentos a mais, que colocamos à disposição do leitor, com destaque para o detalhe de que essa meta é válida para o segmento competitivo da companhia, e não para o mercado como um todo.

Transpo - Que cenário a NC² projeta para atingir essa posição de top five em cinco anos?

O mercado brasileiro de caminhões procura soluções de padrão internacional que atendam as necessidades específicas dos consumidores brasileiros. Acreditamos que nossos produtos aten-



Veículo: Transpo Magazine
Localidade: SÃO PAULO - SP
Data de publicação: 31/12/2010
Editoria: Indústria - **Página:** 32 a 34

dam essas necessidades. Nosso conhecimento norte-americano de caminhões nos faz compreender os padrões de durabilidade, qualidade e eficiência que traduzem bem o mercado brasileiro. Nossa organização conhece o Brasil: tanto a Navistar, através da MWM INTERNATIONAL, quanto a Caterpil-

lar, são empresas com forte presença no país. Além disso, nós fizemos um investimento inicial de 200 milhões de dólares para desenvolver, produzir e distribuir produtos que são especificamente adequados para o mercado brasileiro.

Transpo – *Qual a estratégia da Companhia para atingir essa posição?*

Nossa estratégia inicial é alavancar duas grandes marcas para as quais nós acreditamos haver uma demanda significativa no Brasil: International e Caterpillar Caminhões. As marcas são bem conhecidas no Brasil e possuem um



Veículo: Transpo Magazine
Localidade: SÃO PAULO - SP
Data de publicação: 31/12/2010
Editoria: Indústria - **Página:** 32 a 34

• Indústria •

público fiel. Na linha de produtos de curto prazo, estamos estreando com o International 9800i e o International Durastar, para os quais nós acreditamos haver um mercado significativo no Brasil. Quanto ao longo prazo, nós iremos investir no desenvolvimento de novos e modernos produtos de cabine avançada projetados especificamente para o Brasil. Em 2012 nós vamos lançar uma plataforma de cabine totalmente nova - de última geração - que vai suportar as duas marcas, International e Cat, e será projetada especificamente para atender às necessidades do mercado brasileiro. Com base nesta nova plataforma, nós vamos introduzir vários modelos que irão cobrir amplamente as gamas de aplicações nos segmentos de caminhões de mais de 10 toneladas. Outro ponto da nossa estratégia para ter sucesso no Brasil é contar com a distribuição e apoio de uma rede de concessionárias de nível mundial. Ao montarmos essa rede, procuramos distribuidores que possuem um histórico nos requisitos de satisfação ao cliente, penetração de mercado, envolvimento com a comu-

nidade e recursos financeiros. Nossa rede inicial de concessionárias atende a esses requisitos.

Transpo - Qual o tamanho do mercado que a NC² projeta para 2015?

Até 2015, nós esperamos que o mercado brasileiro de caminhões acima de 10 toneladas continue crescendo até aproximadamente 160 mil unidades, quase o dobro dos níveis industriais de hoje.

Transpo - Que base de dados a NC² está utilizando para essas estimativas? Sindipeças, 2010.

Transpo - Como a NC² pensa que o mercado estará dividido até esse período de cinco anos?

Por enquanto, é muito prematuro especular como estarão posicionados nossos concorrentes no mercado. Pretendemos nos concentrar nos segmentos de semipesados e pesados com, o objetivo de estar entre os cinco primeiros nesses segmentos.



▶ Saltiel: explicando melhor o objetivo de ser top five no Brasil em 2015

NC² confirma datas

Em seu primeiro mês no mercado brasileiro, a NC² negociou 120 caminhões do modelo International 9800i 6x4. Do total, somente a Rodolatina Logística e Transportes Ltda, de Curitiba (PR), comprou 71 unidades, negociadas por intermédio da Caterpillar Financeira.

A nova montadora revelou que dará início às vendas da versão 6x2 do pesado 9800i e da linha DuraStar nos meses de fevereiro e março, respectivamente, de 2011.

Bruno Zibetti, diretor financeiro da Rodolatina, informa que os caminhões serão aplicados no transporte de cimento a granel na região Sul do país, em virtude das concessionárias que povoam a região. "Como já tivemos veículos da marca International no passado, e obtivemos na época um bom desempenho operacional com o produto, resolvemos concretizar essa compra", lembra o executivo.

"A aquisição dos 71 novos caminhões é sem dúvida influenciada pelo crescimento recente de nossa empresa, que vem possibilitando um acelerado processo de expansão. No período 2010-2011 está em andamento uma considerável ampliação de frota, voltada para o atendimento da demanda por transporte e logística de nossos clientes, em todas as regiões do país", afirma Zibetti.

Do total, o primeiro lote com 21 caminhões foi entregue em 17 de novembro, e está integrado a um treinamento de dois dias para 30 motoristas.

