

Veículos Desde o início de 2016 a fábrica não operava às sextas-feiras

Aumento de vendas reduz folgas na fábrica da MAN

Marli Olmos
De São Paulo

Na segunda-feira, o presidente da MAN na América Latina, Roberto Cortes, participou de um momento que há muito tempo ele não presenciava. O executivo foi pessoalmente entregar as chaves dos primeiros caminhões de um lote de 100 veículos adquiridos por uma grande transportadora do país, a Braspress.

Não é que Cortes não quisesse ter feito isso antes. Mas a crise deixou o transportador acuado. Outra boa notícia anunciada ontem pelo executivo foi o aumento no ritmo de trabalho na fábrica da companhia, produtora das linhas de caminhões e ônibus Volkswagen em Resende (RJ). Durante um ano e três meses a linha de montagem não funcionou em nenhuma sexta-feira. A partir de abril serão duas sextas de folga por mês.

Em março, a venda diária de caminhões ficou quase 40% maior do que o de janeiro e o de ônibus cresceu quase 70%. Os volumes de produção e vendas ainda estão baixos. Mas têm seguido uma linha de crescimento. "Estamos tentando ver o outro lado da moeda", destaca Cortes. Para ele, levar as chaves dos caminhões recém-encomendados para Urubatan Helou, presidente da Braspress, representou "uma venda emblemática".

Nesses tempos de crise, aliás, o executivo mudou de hábitos para adequar-se ao cenário que ainda é de crise. Diminuiu as jornadas no escritório e cancelou par-



Cortes, presidente da MAN, foi pessoalmente entregar as chaves dos caminhões ao cliente: "foi uma venda emblemática"

te das viagens rotineiras que fazia até Munique, sede da companhia. Agora ele gasta mais tempo em visitas aos clientes para falar das ofertas da marca.

O mercado total de caminhões no Brasil fechou março com 4,1 mil unidades, um aumento de 57% em relação a fevereiro, mas queda de 15,3% se comparado com março do ano passado. No trimestre foram comercializadas 9,7 mil unidades, uma queda de 26,3% contra as 13,1 mil de 2016.

Apesar dos primeiros sinais de recuperação, a MAN reviu expectativa de crescimento do mercado total este ano. A montadora se programava para um mercado que fecharia 2017 em torno de 6%

maior do que o de 2016. Mas agora, diz Cortes, a expectativa é não esperar muito além de 2% a 3%.

Cortes afirma, que, apesar da revisão do percentual de crescimento e de o resultado ainda estar longe de acabar com a ociosidade na indústria, ele mantém expectativa otimista em relação a medidas governamentais para reativação da economia e para uma política industrial para o setor.

Mas se as notícias no mercado interno ainda são de um crescimento tímido, na área externa os resultados do início do ano surpreenderam. De janeiro a março, as exportações da MAN avançaram 40% na comparação com igual período de 2016, num total de 1,7 mil

unidades. Cortes aponta o aumento de vendas principalmente para a Argentina, puxado pela safra.

O volume de embarques da fábrica de Resende para o mercado argentino avançou 70% no primeiro trimestre ante o mesmo período de 2016. No México, onde a montadora também conta com uma fábrica, as vendas cresceram 38% no período. Segundo a MAN, para esses resultados, contribuíram negócios fechados recentemente, como um acordo com a cervejaria Heineken, com a entrega das 60 primeiras unidades de um lote total de 150 veículos. A montadora também acertou a venda de ônibus para duas grandes empresas de transporte urbano do México.

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal Valor Econômico - São Paulo/SP

Seção: Empresas - Indústria **Caderno:** B **Página:** 5