

Peugeot quer elevar vendas e reduzir custos no Mercosul

Bruno Villas Boas

Em reorganização, grupo aumenta autonomia de unidades locais

O processo de reestruturação mundial do Grupo PSA Peugeot Citroën, cujo lucro líquido caiu 83% no ano passado, inclui o aumento da autonomia das operações no Mercosul, onde pretende aumentar as vendas e reduzir custo unitário de produção. Em sua primeira visita ao Brasil desde que assumiu, em fevereiro deste ano, a presidência mundial do grupo, Christian Streiff afirmou que a região será estratégica para o crescimento da montadora, ao lado da China e do Leste Europeu.

O executivo disse que as operações do Mercosul passarão a ter maior autonomia no desenvolvimento de veículos, de forma a adequá-los às características da demanda local. Com essa estratégia, que será adotada tanto no Brasil quanto na Argentina, a empresa espera acelerar seu crescimento em vendas e aumentar a participação de mercado nos próximos anos. As metas de crescimento e os possíveis lançamentos ainda são estratégicos e não foram divulgados.

"Temos 10 grupos de trabalho no mundo, um deles voltados para o lançamento de produtos de forma mais rápida. Não existe mais um único plano de produto. Entendemos agora que existe uma concepção de produto local, uma vez que os hábitos de consumo são locais", disse Streiff, acrescentando que a empresa irá investir mais em produto. "Não queremos mais lançar nos mercados produtos franceses que levam apenas ligeiras modificações. Queremos dar autonomia para projetos e decisões locais."

Outro ponto considerado prioritário do Grupo PSA Peugeot Citroën no Mercosul, a exemplo do mercado Europeu, será a redução de custo unitário dos veículos, o que também poderá contribuir para aumento do volume de vendas. A empresa quer equipamentos mais baratos de seus fornecedores, o que não seria obtido com redução de margem das empresas, mas com o desenvolvimento de produtos de menor preço. Essa redução seria aliada, contudo, ao aumento da qualidade dos produtos.

O CAP 2010, como foi batizado o plano de ajuste mundial do grupo Peugeot, tem como base quatro pilares: posicionar rapidamente as marcas Peugeot e Citroën entre as melhores marcas de mercado em termos de qualidade e serviços; reduzir custos radicalmente em seus centros de produção; acelerar o plano de lançamento de produtos, uma vez que o mercado tem interesse crescimento por novidades; e desenvolver-se internacionalmente sua atuação no Mercosul, China e Europa Oriental. A redução de custos de produção no Mercosul não passará, contudo, por corte de funcionários, diferentemente do que está previsto para as unidades européias. Se nos centros de produção em Porto Real (RJ) e El Palomar não haverá cortes, também não serão gerados novos empregos em curto prazo. A fabricante francesa descartou implementar um regime de terceiro turno na unidade brasileira, que era dado quase como certo e que elevaria para cerca de 150 mil veículos anuais a capacidade de produção.

Unidade de negócios. Como parte da nova organização do Grupo PSA Peugeot Citroën, Christian Streiff criou uma unidade de negócios Mercosul. Vincent Rambaud, que substituiu Pierre Michel Fauconnier na direção geral da Peugeot Citroën do Brasil, acumulou a tarefa de comandar essa unidade de negócios, que engloba tanto o Brasil quanto a Argentina. Segundo Rambaud, a operação de um terceiro turno não seria facilmente conciliável com a estratégia de redução de custos da empresa. Por isso, ela quer produzir mais nos atuais dois turnos.

Rambaud afirmou ontem que o desempenho da empresa no Brasil foi positivo nos últimos anos, com um rápido crescimento que permitiu chegar a 5% de market share. A Peugeot foi a empresa que mais cresceu no Brasil entre os novos players de mercado.

"Os últimos anos foram difíceis, apesar disso, para as operações no Brasil. No ano passado, conseguimos colocar a cabeça para fora da água, com resultado equilibrado entre custos e receitas", disse Rambaud. O Grupo PSA Peugeot Citroën registrou forte queda em seu lucro líquido no fechamento do ano passado, período em que foi prejudicada pela redução nas vendas e pelos preços mais altos das matérias primas. O lucro líquido da empresa caiu de 1,03 bilhão de euros para 176 milhões de euros entre 2005 e o ano passado, com o faturamento se mantendo, entretanto, praticamente estável, com ligeira alta de 0,6% no período, para 56,59 bilhões de euros. A margem operacional caiu de 3,4% em 2005 para 2% no ano passado.

Motor flex fuel será exportado no 2º semestre

A Peugeot Citroën do Brasil iniciará no segundo semestre deste ano as exportações de motores flex fuel (a gasolina e a álcool) para a Europa, informou ontem Vincent Rambaud, diretor geral da Peugeot Citroën do Brasil e da unidade de negócios Mercosul. Os motores serão embarcados para a França no segundo semestre, onde serão equipados em veículos Peugeot 307 e Citroën C4.

Os veículos flex fuel serão comercializados tanto na França quanto na Suécia, onde já existe comercialização desse tipo de veículo. Entre janeiro e fevereiro deste ano, cerca de 30 protótipos do motor foram enviados à França para testes.

A Peugeot Citroën do Brasil já embarcava os motores para a Argentina, onde eram montados em veículos Peugeot 307.

O presidente mundial do Grupo PSA Peugeot Citroën, Christian Streiff, lembrou que 80% da comercialização no mercado brasileiro já é de veículos de motores flex fuel. A empresa produz no Brasil motores flex fuel 1,4 litro e 1,6 litro.

Fonte: Jornal do Commercio, Rio de Janeiro, 18 abril 2007. Empresas, p. online