

## BENS DE CAPITAL

# Mineira Mecbrun vai fornecer chassi para locomotiva da GE

Votorantim e CBMM também são clientes

NÁDIA DE ASSIS

A mineira Mecbrun, que atua no ramo de caldeiraria, usinagem, fabricação e montagem de estruturas metálicas, peças mecânicas e locação de máquinas e equipamentos, aposta, sobretudo, em três grandes contratos para sustentar o crescimento de 15% previsto para este ano na comparação com 2014. A empresa está sediada em Pedro Leopoldo, município da Região Metropolitana de Belo Horizonte (RMBH).

Recentemente, a Mecbrun foi contratada pela multinacional norte-americana GE para fornecer chassis de locomotiva. Segundo o diretor executivo da

MecBrun, Bruno Santos, a aproximação entre as duas empresas começou quando a Mecbrun foi contratada para fabricar um tanque de combustível para a GE. "Eles gostaram do trabalho e, agora, nos escolheram para um serviço mais complexo", comemora.

Além da GE, a empresa também foi contratada para executar outros dois projetos, na área de indústria e equipamentos, para a Votorantim, e para a Companhia Brasileira de Metalurgia e Mineração (CBMM). Conforme Santos, os três negócios motivaram a admissão de 40 colaboradores. Com isso, a Mecbrun passou a empregar 100 funcionários diretamente.



Ao longo de 51 anos de atuação, a GE já produziu mais de 1.400 locomotivas

Ao contrário de várias outras empresas, a Mecbrun fez uma revisão positiva das metas a serem cumpridas neste exercício. Isso porque, no início do ano a empresa previa estabilidade frente aos resultados de 2014. Agora, a expectativa é concluir o período com aumento de 15% no faturamento. O diretor executivo revela que, recentemente, a planta fez novos investimentos em infraestrutura, mas os valores

são mantidos em sigilo.

A fábrica instalada em Pedro Leopoldo ocupa área construída de 18 mil metros quadrados e tem capacidade para produzir até 250 toneladas/mês. De acordo com Santos, a organização não pretende investir em expansões ou na inauguração de uma nova unidade industrial. "O que queremos é trazer ainda mais inovação e tecnologia", adianta.

Contudo, conforme Santos,

novos aportes não devem ser feitos ainda em 2015. Na visão dele, é necessário aguardar um momento econômico mais favorável. "Essa é uma época de espera. Não podemos ser pessimistas, mas também não podemos escapar muito da realidade", diz. A empresa iniciou as atividades há 18 anos e atende clientes em todo o País, sendo que Minas Gerais é o principal mercado.

## TRANSPORTES

# Transvip abre filial de R\$ 4,5 milhões na Capital

THAÍNE BELISSA

O mercado de transporte de valores e de cargas especiais em Minas Gerais vai ficar mais competitivo com a chegada da Transvip, empresa carioca que acaba de inaugurar uma base em Belo Horizonte. Com investimento de R\$ 4,5 milhões em estrutura física e frota, a nova filial pretende atender clientes de diferentes setores, como mineração, varejo e mercado financeiro. A expectativa é de que, em cinco anos, a base mineira represente 25% do faturamento total da empresa.

O diretor da Transvip Brasil, Marcos Guilherme Cunha, explica que a empresa surgiu há sete anos no Rio de Janeiro com foco em transporte de valores. Mais tarde, expandiu para São Paulo e ampliou sua atuação para segurança patrimonial, vigilância, gestão de caixas eletrônicos e transporte de cargas especiais. Há dois anos, a Transvip chegou a Curitiba e, há pouco mais de uma semana, inaugurou a base mineira no bairro Monsenhor Messias, na



A Transvip, com sete anos de mercado, atua na área de transporte de valores e de cargas especiais

região Noroeste de Belo Horizonte.

De acordo com o diretor, o principal diferencial da empresa está na frota, que é composta por carretas blindadas. Cunha explica que trata-se de carros fortes com a potência e o layout de uma carreta tradicional, que são rastreados via satélite e equipados com cofres que funcionam

por meio de abertura remota. Além disso, a empresa conta com funcionários pré-aprovados pela Polícia Federal e que têm porte de arma.

**Estratégia** — Segundo Cunha, a vinda para Belo Horizonte faz parte do plano de expansão da empresa, que tem a meta de inaugurar uma base por ano,

começando pelas capitais do País. "Belo Horizonte é uma consequência natural para nossa empresa, pois fica em uma região com grande potencial no polo de segurança. Queremos atingir clientes de diversos setores como comércio varejista, mineradoras, instituições financeiras e prestadores de serviço", diz.

O diretor afirma que a presença no Estado é importante não só para prospectar mais clientes, mas também para oferecer um serviço mais completo às empresas já atendidas e que têm operação em Minas Gerais. Ele destaca que foram investidos R\$ 4,5 milhões na construção da base e na compra de quatro carretas blindadas. A expectativa é de que, em cinco anos, a unidade represente 25% do faturamento total da Transvip e gere até mil empregos.

Cunha afirma que a empresa está otimista em relação ao mercado e prevê crescimento em 2015, mesmo em período de crise econômica. Segundo ele, a Transvip tem se destacado ao longo dos anos com um atendimento mais personalizado e com a oferta de serviços inovadores, o que deve garantir a evolução do negócio. "No meio da crise estamos em franca expansão, fazendo a nossa parte para girar a economia. Temos mantido um crescimento anual de 30% e em 2015 a expectativa é de que esse número cresça para 40%", comemora.

## A CEGUEIRA DAS ORGANIZAÇÕES

cegueiradasorganizacoes@diariodocomercio.com.br



# Criar e transformar: o ciclo das organizações

BRUNO PFEILSTICKER\*

As organizações podem passar por fases distintas em sua história. Primeiramente, o planejamento, aonde a análise de risco e uma visão do melhor caminho são a tônica principal. Depois de planejadas, devem ser implantadas, de forma a garantir que o roteiro escolhido seja cumprido. Depois de constituídas, precisam se desenvolver e crescer harmonicamente, alinhadas às oportunidades e mudanças de mercado. Por fim, muitas vezes, o último passo é um eventual desinvestimento, sendo esta uma alternativa escolhida ou muitas vezes, necessária.

No entanto, estas diferentes fases não revelam as bases de sustentação das mesmas. Não expõem as diferentes nuances das decisões a serem tomadas ao longo do ciclo de vida das

empresas e não permitem perceber que podem haver trilhos para conduzir o desdobrar destes distintos momentos.

As organizações devem ser criadas para serem diferenciadas. Para entregar soluções de valor para sociedade, de forma competitiva, lucrativa e responsável. Da mesma forma, devem estar conectadas à realidade para que se permita a manutenção deste posicionamento a partir de sua constante transformação. Assim, criar e transformar se tornam a essência do ciclo de vida das empresas e direcionam ao resultado que estas podem chegar, ao



longo de sua trajetória.

No processo de criação, entende-se que quatro grandes etapas precisam ser vencidas. Uma primeira de seleção de ideias, visa identificar qual a melhor oportunidade ou posicionamento deve ser escolhido, frente às diferentes alternativas

propriamente dita.

No processo de transformação as oportunidades e negócios já em operação, são desafiados por quatro novas etapas, buscando a manutenção ou conquista de um novo posicionamento. A investigação de cenário, a primeira delas,

e possibilidades existentes. Uma segunda, de planejamento, ajuda a maximizar as chances de sucesso das oportunidades priorizadas. A terceira é o desenvolvimento do projeto, onde os planos se tornam realidade. Por último, depois de implementadas, as oportunidades partem para a operação

aponta para um diagnóstico atualizado, em diferentes dimensões, permitindo enxergar as reais oportunidades e riscos do momento. Define-se então um portfólio de iniciativas que permitem enxergar o que fazer para mudar a realidade das organizações em questão. Depois disso, é necessário estruturar o ambiente para que as mudanças ocorram. Por fim, deve ser feito o gerenciamento das iniciativas para se chegar à transformação desejada. É cega a organização que não percebe que criar e transformar são parte de um mesmo ciclo, onde em algum momento, a resposta vira uma nova pergunta.

\* Sócio-diretor da empresa DM&P — Uma boutique de inteligência, negócios e inovação; focada na criação e reestruturação de organizações e negócios