

Veículo: Valor Econômico
Localidade: SÃO PAULO - SP
Data de publicação: 21/10/2010
Editoria: Empresas e indústrias - **Página:** 1, B8

NC² planeja ter unidade própria no país

Eduardo Laguna

De São Paulo

A NC2 Global — joint venture da Caterpillar e da Navistar International na fabricação de caminhões — anunciou ontem sua chegada ao Brasil com ambiciosos planos de instalar uma fábrica no país e estar entre as cinco maiores empresas no mercado desse veículo, dentro dos segmentos médio a pesado.

Em apresentação dos planos da empresa a jornalistas, Al Saltiel, presidente da NC², comentou que os estudos relacionados à fábrica estão em estágio avançado e o local da unidade deverá ser definido em um prazo de seis a sete meses.

A fábrica vai montar caminhões tanto da marca International como da marca Cat. “Escolhemos o momento correto para começar (a

operação brasileira)”, disse o executivo, referindo-se ao potencial de crescimento do país.

Para começar, sem incluir a nova fábrica, os investimentos previstos no Brasil são de aproximadamente US\$ 200 milhões. Parte desse montante, US\$ 10 milhões, vai para a expansão da unidade produtiva da Navistar em Caxias do Sul (RS), em um espaço alugado na fábrica da Agrale.

Já no próximo mês, a marca International, após oito anos, volta a ser negociada no mercado brasileiro, com o modelo pesado 9.800. Na sequência, no início de 2011, começam as vendas do modelo semi-pesado Durastar.

Os novos modelos da Caterpillar — menos pesados do que os atualmente negociados pela empresa no Brasil — só devem ser trazidos pela NC² no segundo se-

mestre de 2012. A distribuição será feita por uma rede de revendas que deverá crescer de dez para 30 pontos de venda até o fim do ano que vem. Um dos grupos revendedores, a Marcosa, vai representar tanto a marca Cat, quando a marca International.

O objetivo da NC² é aproveitar o crescimento do mercado brasileiro de caminhões nos segmentos em que atua, que, nas suas contas, podem praticamente dobrar de tamanho até 2015. No prazo de cinco anos, a joint venture acredita atingir US\$ 1 bilhão em vendas no Brasil, um quinto do resultado global previsto para igual período.

“Até 2015, queremos estar entre os cinco maiores players no Brasil”, disse Saltiel. Só em 2011, a meta é vender entre 1,2 mil e 1,3 mil caminhões no país.