

STIHL investirá R\$ 518 milhões no Brasil até 2014

São Paulo, 15 de dezembro de 2011 – Líder no mercado brasileiro de ferramentas motorizadas portáteis, com um mix completo de produtos de alta qualidade e durabilidade para os mercados agropecuário, florestal, jardinagem e doméstico, a STIHL Ferramentas Motorizadas investirá no Brasil, até 2014, o total de R\$ 518 milhões. O principal foco do investimento será a ampliação da produção da fábrica de cilindros para motores, em 56%, situada no complexo industrial da empresa na cidade de São Leopoldo (RS). Com a expansão, a STIHL Brasil fica entre os principais fornecedores do grupo STIHL no mundo. Para essa expansão a STIHL deverá gerar, no mesmo período, 645 novos empregos. Há 38 anos no país, a STIHL fabrica, entre outros produtos, roçadeiras, lavadoras, podadores, pulverizadores, sopradores, perfuradores, cortadores a disco, motosserras e ferramentas multifuncionais.

A produção de cilindros – componentes de motores utilizados em roçadeiras, motosserras e pulverizadores – é destinada principalmente à exportação para fábricas do grupo no mundo, incluindo Alemanha, Estados Unidos e China. “A escolha pela empresa brasileira – que responde por 10% do faturamento do grupo, estimado em mais de € 2,5 bilhões – está relacionada à excelência e à alta qualificação da mão de obra com que conta no Rio Grande do Sul e principalmente à tecnologia desenvolvida em 16 anos de produção local de cilindros”, diz Cláudio Guenther, presidente da STIHL Brasil. A STIHL exporta atualmente cerca de 50% do total de sua linha de ferramentas motorizadas portáteis.

Em razão da qualidade e da quantidade de empregos que serão criados, o governo gaúcho concederá alguns incentivos à empresa. Protocolo de intenções foi assinado nesse sentido em Porto Alegre (RS), em reunião no gabinete do governador Tarso Genro, no Palácio Piratini, pelo presidente da STIHL.

O protocolo de intenções contempla os seguintes pontos:

- O Estado, pela Secretaria de Estado da Fazenda – SEFAZ, concedeu diferimento do pagamento do ICMS devido nas aquisições de fornecedores localizados no Rio Grande do Sul de máquinas e equipamentos industriais, bem como acessórios e ferramentas que acompanhem estes bens destinados à ampliação da STIHL.
- Foi concedido também diferimento do pagamento do ICMS devido nas importações do exterior de matérias-primas, peças, partes e componentes destinados à produção de ferramentas motorizadas (motosserras, roçadeiras e lavadoras, entre outros produtos) condicionado à inexistência de produto similar gaúcho e a que o desembaraço ocorra no Rio Grande do Sul. Com isso, o porto do Rio Grande também deverá ser estimulado.

Para os 645 novos empregos a serem criados, além dos atuais 1.800, a STIHL comprometeu-se a manter uma média anual não inferior a 1.640 empregos em São Leopoldo durante a vigência do acordo, com preferência de contratação de mão de obra local.

As vendas de produtos STIHL cresceram 37% em 2010, em unidades comercializadas no mercado nacional, e, para 2011, a previsão de crescimento é ainda maior, de 40%. O crescimento previsto para este ano corresponde a 60% de produtos fabricados no país e a 40% de produtos importados de outras fábricas da STIHL. “Nossa meta é reduzir o percentual de importados, que há cinco anos era de apenas 10% mas que hoje é maior em razão da situação desfavorável do câmbio”, afirma Guenther. Para aumentar cada vez mais a participação no mercado interno, a STIHL planeja uma série de ações que incluem a maior participação em feiras, o lançamento de novos produtos e o aumento dos pontos de venda no país. Além do aumento de competitividade da planta da STIHL Brasil, no grupo, com foco na revisão dos custos.

Do total de investimentos previstos, R\$ 150 milhões estão sendo efetivados em 2011 e o restante entre 2012 e 2014. Líder no mercado brasileiro de ferramentas motorizadas portáteis, a STIHL pretende, com o novo investimento – além de ampliar a produção de cilindros e o quadro de funcionários – aprimorar os níveis de produção, reforçar a oferta de um mix completo de produtos de alta qualidade e durabilidade e aumentar de forma expressiva os pontos de venda em todo o país – dos atuais 2.000 para 3.000 mil, até 2015.

Os investimentos previstos também permitirão à STIHL ampliar o seu portfólio no Brasil, hoje de 54 produtos, produzidos na fábrica de São Leopoldo. Com tecnologia inovadora, a meta da STIHL é ampliar cada vez mais o seu mix de produtos, para facilitar a vida e o trabalho de um número cada vez maior de pessoas e profissionais. Os diferenciais da tecnologia STIHL priorizam as pessoas – a sua segurança e conforto – e o meio ambiente, com equipamentos que oferecem o equilíbrio perfeito entre potência e consumo, proporcionando o mais alto desempenho.

Segundo Cláudio Guenther, a STIHL tem feito seu papel, buscando sempre a inovação e a competitividade, embora enfrente condições adversas como o custo Brasil e a questão do câmbio. “É preciso que o governo também faça a sua parte, reduzindo os gargalos em infraestrutura, investindo na educação básica, diminuindo a carga tributária e criando condições para baixar a taxa de juros, para com isso reduzir o custo do capital”, afirma o presidente. No que se refere à infraestrutura, acredita Guenther, há ainda grandes déficits e gargalos a serem superados, especialmente no que se refere a portos, aeroportos e energia. “Os investimentos em infraestrutura estão longe do ideal no país”, afirma. Considera também que “é necessário haver o enfrentamento da questão da inflação, que passa pelo controle fiscal”.

As exportações da STIHL seguem para mais de 60 países, com destaque para os países da América Latina, Estados Unidos e Europa. Essencial também ao sucesso da STIHL é a distribuição do faturamento em percentuais praticamente iguais entre as vendas no mercado interno e no mercado externo. “Do faturamento de R\$ 621,1 milhões em 2010, R\$ 311,667 milhões corresponderam a vendas no mercado doméstico e R\$ 309,432 milhões ao mercado externo, o que ajuda a empresa a ter um ponto de equilíbrio e a minimizar impactos de variação cambial”, afirma Guenther.

Expansão das concessionárias

Estreitar ainda mais o relacionamento com os clientes e manter a preferência que o mercado tem demonstrado pela empresa é certamente uma das prioridades da STIHL no mercado brasileiro. “A STIHL é reconhecida entre agricultores e pecuaristas como uma das empresas mais admiradas do Brasil, pelo respeito que tem pelo consumidor, inovação, qualidade de produtos e

serviços, ética e solidez financeira. Esses são atributos que compõem os nossos diferenciais e que serão sempre aprimorados em todas as frentes”, destaca Guenther.

Para colocar os produtos STIHL cada vez mais próximos do consumidor final, a estratégia de Guenther se apoia em uma meta agressiva de aumentar os pontos de venda no país dos atuais 2.000 para 3.000 em 2015. Para isso, a STIHL conta não só com a oferta de produtos de qualidade e durabilidade, tecnologia inovadora e soluções que atendem às mais variadas necessidades do mercado, mas com fortes investimentos na qualificação das concessionárias, baseados na valorização da entrega dos produtos, assistência técnica, muita informação, consultoria e treinamento. “A venda das ferramentas STIHL é realizada com todas as informações sobre uso, segurança, manutenção, operação e garantia, com base no procedimento de entrega técnica”, afirma Guenther.

A estratégia de ampliar a rede de distribuição conta com uma forte retaguarda. Há 38 no Brasil, a STIHL é referência mundial no mercado de ferramentas motorizadas. Com matriz na Alemanha e faturamento anual global superior a 2,5 bilhões de euros e mais de 11 mil empregados, a STIHL fundou a sua fábrica no Brasil em 1973, em São Leopoldo (RS). Cerca de metade dos produtos comercializados pela STIHL no Brasil e na América Latina é fabricada por essa unidade. Além da flexibilidade e criatividade de sua equipe no Brasil, a STIHL conta com a experiência e tecnologia inovadora da matriz: no centro de desenvolvimento de Waiblingen, na Alemanha, mais de 400 engenheiros se dedicam à criação de novas soluções.

Investimentos e novos empregos

Os investimentos de R\$ 150 milhões realizados em 2011 têm o objetivo de garantir a oferta de produtos inovadores e de qualidade. Os investimentos começam pela equipe de colaboradores, em expansão e sempre valorizada pela empresa – 300 novos postos de trabalho foram criados em 2011. Máquinas, automatização, gestão, pessoas e processos estão na mira dos investimentos. Entre os investimentos, está uma nova linha de cromagem para a produção de cilindros, no valor de R\$ 25 milhões; R\$ 8 milhões na instalação de uma subestação de 138 kV; R\$ 6 milhões em equipamentos de alta tecnologia e na usinagem de Cilindros: R\$ 5,5 milhões na ampliação da Expedição; R\$ 2 milhões na reforma e transferência da Fundação de Magnésio; R\$ 1 milhão na unificação da planta; R\$ 3,5 milhões em Sistemas de Informática; R\$ 4 milhões em Qualidade e Logística; R\$ 3 milhões em Segurança/NR; e R\$ 3 milhões em equipamentos e reformas para a Ferramentaria, entre outros.

Os investimentos realizados em 2011 envolveram também campanhas publicitárias, inclusive com presença em TV, além de participação nos principais eventos e feiras do setor, como Expoforest, Agrishow, Expocafé, Expointer e Fiaflora.

Novos produtos

Atender prontamente aos clientes não só com a entrega eficaz, mas com a oferta contínua de novos produtos é uma postura permanente da STIHL. Recentemente, a empresa lançou por exemplo, para o mercado de jardinagem, três equipamentos da linha elétrica voltados aos segmentos profissional e “faça você mesmo”: o soprador elétrico BGE 71, para utilização em áreas residenciais, que tem como característica ser super silencioso; o podador elétrico HSE 61, que oferece desempenho e conforto nas podas das cercas vivas; e o aparador elétrico FSE 41, muito prático e inovador no corte da grama. Outros lançamentos recentes foram as lavadoras de alta pressão, RE 98 e RE 143, para limpeza de carros, terraços, piscinas, fachadas e telhados; o pulverizador costal manual SG 20, que garante mais autonomia a usuários que buscam versatilidade e eficiência na pulverização relacionada à agropecuária, jardinagem e florestas; e

os pulverizadores SR 430 e SR 450, que chegam com inovações, potência e versatilidade para uso na agricultura, fruticultura e pecuária. Outro destaque é a MS 650, motosserra para trabalhos em áreas florestais de médio e grande porte, um equipamento moderno que facilita a colheita da madeira em florestas nativas com base no manejo de impacto ambiental reduzido, dentro dos padrões de sustentabilidade.

Sobre a STIHL Ferramentas Motorizadas Ltda.

Com produtos destinados aos mercados florestal, agropecuário, jardinagem e doméstico, a STIHL Ferramentas Motorizadas Ltda. oferece ao mercado brasileiro uma ampla linha de ferramentas motorizadas portáteis, entre elas roçadeiras, lavadoras, podadores, pulverizadores, sopradores, perfuradores, cortadores a disco, motosserras e ferramentas multifuncionais, que podem ser encontradas em mais de 2.000 pontos de venda distribuídos pelo Brasil. A fábrica da STIHL fica na sede da empresa, em São Leopoldo (RS), onde trabalham cerca de 1.800 colaboradores.

A meta da STIHL é manter a liderança no mercado brasileiro de ferramentas motorizadas portáteis, com rentabilidade e comprometimento com a sustentabilidade. A estratégia de expansão prevê a melhoria contínua e o desenvolvimento de produtos tecnologicamente avançados, tendo como foco principal as pessoas – a sua segurança e conforto – e o meio ambiente, com equipamentos de baixo consumo, baixa emissão de gases e menor nível de ruído. As ações de marketing da companhia buscam valorizar a marca e a qualidade dos produtos, destacando o princípio de qualidade de vida na casa das pessoas, em sintonia com o meio ambiente.

A comercialização da STIHL é feita por meio de pontos de venda em todo o país, que oferecem os produtos com todas as informações sobre uso, segurança, manutenção, operação e garantia, com base no procedimento de entrega técnica. A STIHL investe na parceria com a sua rede – treinamentos regulares são realizados nos Centros de Qualificação STIHL, direcionados, entre outros profissionais, aos técnicos das concessionárias STIHL. Para atender ao crescimento dos Pontos de Vendas novos Centros de Qualificação STIHL também estão em desenvolvimento, para atender as cinco regiões do Brasil. Hoje já está em funcionamento as unidades do Sul – em São Leopoldo na fábrica, do Norte – em Belém na UFRA e no Sudeste – em Lavras na UFLA; ainda serão inaugurados os Centros de Qualificação no Nordeste e no Centro-Oeste.

Na STIHL Ferramentas Motorizadas Ltda., o empenho rumo ao estabelecimento de uma gestão responsável para a sustentabilidade é uma postura permanente e significa uma visão ampla sobre a continuidade do meio ambiente, das relações com colaboradores, fornecedores, consumidores e clientes. A fábrica da STIHL conta com a dupla certificação ISO 14001 e OHSAS 18001, além da ISO 9001. Em 2010, a empresa investiu de R\$ 12 milhões em uma nova estação de tratamento de efluentes (ETE) sanitários e industriais com tecnologia avançada.

A STIHL participa de projetos de entidades e instituições relacionadas à sua área de atuação. Entre eles está a parceria com o Instituto Floresta Tropical, IFT (Belém, Pará), que envolve a realização de projetos de incentivo ao manejo sustentável; e a parceria com a PUC / Rio Grande do Sul para o Projeto Pró-Mata, que, entre outros trabalhos, desenvolve pesquisas de bioprospecção de espécies vegetais para a cura de doenças como a malária e a tuberculose. Além disso, auxilia em projetos ambientais, como a recuperação do Rio dos Sinos, do Projeto Martim Pescador e Projeto Guarapiranga.

Sobre a STIHL

A matriz da STIHL fica na cidade de Waiblingen, na Alemanha. A STIHL foi criada em 1926 em Stuttgart, por Andreas Stihl, que nasceu em Zurique, na Suíça, em 1896. A empresa conta hoje com cerca de 11 mil colaboradores em todo o mundo. No centro de desenvolvimento de produtos da empresa situado na Alemanha, mais de 450 engenheiros se dedicam à criação de novas soluções. Reconhecida pela sua inovação, a STIHL tem presença em mais de 160 países por meio de canais de distribuição formados por revendas autorizadas. Para atender ao mercado global, conta com unidades produtivas na Alemanha, Brasil, EUA, Áustria, Suíça e China.

MAIS INFORMAÇÕES E FOTOS:

Printec Comunicação

www.printeccomunicacao.com.br

Vanessa Giacometti de Godoy vanessa.godoy@printeccomunicacao.com.br

Camila Ribeiro camila.ribeiro@printeccomunicacao.com.br

Tel: (55 11) 5182-1806