

ASCENDUM

MAGAZINE

N.º09

Março 2013



**GRUPO ASCENDUM E VOLVO CE
UMA PARCERIA COM PASSADO,
PRESENTE E FUTURO**

P.03-05

www.ascendum.pt

 **ASCENDUM**
GRUPO

Índice

Editorial

P.02 EDITORIAL

P.03 EBERHARD WEDEKIND, VICE-PRESIDENTE DA VOLVO CE EM ENTREVISTA

P.05 GRUPO ASCENDUM E VOLVO CE, UMA PARCERIA COM PASSADO, PRESENTE E FUTURO

P.07 ASCENDUM PORTUGAL “FOLLOW THE CUSTOMER” ATÉ ONDE ELE VÁ...ATÉ AO OUTRO LADO DO MUNDO.

P.08 VOLMAQUINARIA EM BRAÇO DE FERRO PARA ENFRENTAR A CRISE

P.09 ASC USA COM SANDVIK NO TERMINAL INTERMODAL DE NORFOLK SOUTHERN EM CHARLOTTE, NC

P.10 ASC TURK PROMOVE OS CONTRATOS DE MANUTENÇÃO COM MARCA “VISA”

P.11 ASCENDUM MÉXICO APOSTA NA EXPANSÃO, NA FORMAÇÃO E NO CONCEITO DE PARCERIA PARA LIDERAR SERVIÇO AO CLIENTE

P.12 INDICADORES 2013



RICARDO MIEIRO
Presidente da Comissão Executiva

SAUDADES DO FUTURO

O ano de 2013 não será fácil, pelo menos é isso que os dados macroeconómicos vaticinam e os comentadores adivinham. Mas como dos fracos não reza a história, no Grupo ASCENDUM estamos habituados a arregaçar as mangas e a trabalhar. Trabalhar bem e cada vez melhor. É desta “massa” que somos feitos e não sabemos ser de outra forma. Por isso, olhamos para este ano com otimismo e expectativa. É esta postura que os nossos clientes e parceiros esperam de nós.

Terminámos o ano com a inauguração das nossas instalações no México e com a forte convicção de que a aposta naquele território está ganha. Até 2014, contamos abrir 20 bases operacionais neste imenso território e prevemos atingir um volume de negócios de €100 milhões até 2015. Mas queremos ir mais longe.

A Comissão Executiva do Grupo ASCENDUM estuda agora novas oportunidades de crescimento em geografias que, pelo seu perfil de desenvolvimento e pela expansão da sua indústria, poderão ser para nós mais uma força motriz. Em destinos onde a nossa experiência e aptidões poderão criar valor.

Seja qual for a oportunidade identificada e independentemente da sua distância, continuaremos a percorrer este caminho em conjunto com o nosso parceiro de sempre - a Volvo Construction Equipment - cujos equipamentos e cuja confiança nos servem de estímulo e de guia nesta diáspora.

Esta relação com a Volvo, que remonta há mais de meio século, é aliás lembrada nesta edição do ASCENDUM Magazine, onde se entrevista Eberhard Wedekind, Vice-Presidente da Volvo CE, e se viaja desde as raízes do Grupo pelos grandes marcos que espelham esta história de sucesso. Uma história que se conta de “braço dado” e na qual cada sucesso ASCENDUM representa também um passo em frente para a marca Volvo.

É nesta senda de sucessos partilhados e crescimento sustentado que queremos continuar. Sem ignorar as dificuldades e incertezas - porque elas existem - entramos neste novo ano da mesma força que encerrámos 2012: com espírito positivo, empenhados em chegar mais longe, em ser mais rentáveis e sem nunca perder de vista a excelência e a qualidade de serviço que está, desde sempre, no nosso código genético.

Eberhard Wedekind, vice-presidente da Volvo CE em entrevista

“NÓS CONFIAMOS NO SUCESSO DO GRUPO ASCENDUM EM QUALQUER CULTURA OU LÍNGUA”



EBERHARD WEDEKIND
VICE-PRESIDENTE DA VOLVO CE

EBERHARD WEDEKIND, VICE-PRESIDENTE DA VOLVO CE DESDE JULHO DE 2011, ESTÁ HÁ 17 ANOS NA EMPRESA E FALA NA PRIMEIRA PESSOA DO GRUPO ASCENDUM, DAS CARACTERÍSTICAS QUE OS UNE, DAS EXPECTATIVAS PARA OS NOVOS TERRITÓRIOS E DA ADMIRAÇÃO QUE TEM PELA EMPRESA COM QUEM TRABALHAM DESDE 1959. E REVELA O SEGREDO DESTA PARCERIA TÃO ANTIGA: “O SEGREDO PARA O SUCESSO DESTA PARCERIA É A PARTILHA DOS MESMOS VALORES ENTRE AS DUAS EMPRESAS. TANTO A VOLVO CE COMO O GRUPO ASCENDUM SÃO EMPRESAS PARA QUEM OS CLIENTES SÃO O MAIS IMPORTANTE. A QUALIDADE E A EFICIÊNCIA DE SERVIÇO ESTÃO NO NOSSO “TOP OF MIND”.

COMO DESCREVE A PARCERIA ENTRE A VOLVO CE E O GRUPO ASCENDUM?

Estamos a falar de uma relação especial e duradoura entre duas entidades que atuam num setor de forte concorrência, sobretudo nos últimos tempos. Posso afirmar que a ligação entre a Volvo CE e o Grupo ASCENDUM assenta numa parceria estratégica alicerçada numa relação que tem por base uma forte amizade, estruturada numa colaboração permanente sempre marcada por um ambiente amável e por um profundo respeito mútuo.

O segredo para o sucesso desta parceria é a partilha dos mesmos valores entre as duas empresas. Tanto a Volvo CE como o Grupo ASCENDUM são empresas para quem os clientes são o mais importante. A qualidade e a eficiência de serviço estão no nosso “top of mind”. Por isso, nestas circunstâncias é mais fácil ser bem-sucedido.

QUAIS SÃO AS CARACTERÍSTICAS DO GRUPO ASCENDUM QUE MAIS ADMIRA E PORQUÊ?

Admiro fundamentalmente a excelência e o profissionalismo da Comissão Executiva do Grupo português,

que se traduz nos resultados que tem alcançado, a que se alia a habilidade estratégica e o pensamento de abordagem internacional. Estas características são muito difíceis de reunir num só parceiro e tornam-se especialmente críticas num negócio como o nosso.

O Grupo ASCENDUM demonstra uma excepcional qualidade de gestão e padrões de exigência muito altos, razões que o colocam entre os três maiores dealers mundiais da Volvo CE.

Eberhard Wedekind, vice-presidente da Volvo CE em entrevista

“ADMIRO FUNDAMENTALMENTE A EXCELÊNCIA E O PROFISSIONALISMO DA COMISSÃO EXECUTIVA DO GRUPO ASCENDUM QUE SE TRADUZ NOS RESULTADOS QUE O GRUPO TEM ALCANÇADO”

QUAIS SÃO AS EXPECTATIVAS DA VOLVO CE PARA O MAIS RECENTE MERCADO ONDE A ASCENDUM OPERA – O MÉXICO?

O México é um país que tem apresentado um crescimento económico muito interessante. Naturalmente, a Volvo CE quer ter uma posição estratégica nesta geografia. Temos certamente como objetivo aumentar a nossa quota de mercado, o posicionamento da nossa marca é também um ponto importante neste mercado e é expectável que tenha evoluções muito positivas. Mas para nós, o mais importante, acima de tudo, é manter o cliente satisfeito. Por isso, o nosso foco vai certamente para a oferta de um serviço ao cliente de excelência, baseado na confiança e em relações fortes e duradouras. Estamos certos que vamos conseguir. Aliás, o Grupo ASCENDUM tem dado provas de que é capaz de estar à altura destes desafios.

HÁ MERCADOS ONDE A VOLVO CE CONFIA NA ASCENDUM A RESPONSABILIDADE DE A REPRESENTAR. QUAL A RAZÃO DESTA OPÇÃO?

Penso que a atuação nos diferentes países não é um aspeto crítico desde que quem esteja à frente do negócio tenha uma perspetiva e uma abordagem internacional. Contudo, considero que é igualmente importante ter

sensibilidade para as questões culturais. No caso concreto da ASCENDUM, essa questão está à partida ganha. Nós confiamos no sucesso do Grupo ASCENDUM em qualquer cultura ou língua.

QUAL É O IMPACTO QUE O GRUPO ASCENDUM TEM NO NEGÓCIO DA VOLVO CE?

O Grupo ASCENDUM é responsável por uma importante fatia de negócio e tem um grande impacto nas receitas da empresa. É um parceiro de peso que nos dá um grande orgulho ter na nossa “família”.

QUANTOS PARCEIROS SIMILARES AO GRUPO ASCENDUM TEM A VOLVO CE?

Para a Volvo CE, todos os parceiros são importantes. São eles que fazem da Volvo CE uma marca com a grande relevância que tem. Contudo, posso afirmar que com a dimensão e o posicionamento estratégico do Grupo ASCENDUM, temos mais três ou quatro.

GOSTARÍAMOS QUE TERMINASSE A FRASE: “CONTAMOS NO GRUPO ASCENDUM PARA...”

... Continuar a ser um parceiro fantástico com quem é ótimo estar!

“O GRUPO ASCENDUM TEM DADO PROVAS DE QUE É CAPAZ DE ESTAR A ALTURA DESTES DESAFIOS [DESENVOLVER O MERCADO MEXICANO]”

EBERHARD WEDEKIND

PERFIL DE UM LÍDER

EBERHARD WEDEKIND TEM 17 ANOS DE EXPERIÊNCIA EM CARGOS DE TOPO NA VOLVO CE. FOI VICE-PRESIDENTE DE MARKETING & VENDAS NA LINHA COMPACT EQUIPAMENTO DE NEGÓCIOS, VICE-PRESIDENTE SÉNIOR DE MARKETING GLOBAL E VICE-PRESIDENTE SÉNIOR DE SISTEMAS, AMBOS DA VOLVO CE.

ENTRE 2005 E JULHO DE 2011, ASSUMIU A PRESIDÊNCIA DA REGIÃO ASIÁTICA. SEDIADO EM SINGAPURA, CONDUZIU COM SUCESSO ESTA GEOGRAFIA NUM MOMENTO DE GRAN-

DE CRESCIMENTO, COM GANHO DE QUOTA DE MERCADO E AUMENTO DA RENTABILIDADE.

EBERHARD É MESTRE EM CIÊNCIAS DA COMPUTAÇÃO E DOUTORADO EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS PELA UNIVERSIDADE DE BONN, MIT.

ANTES DE INGRESSAR NA VOLVO, EBERHARD WEDEKIND FOI, ENTRE 1987 E 1990, CONSULTOR NA ARTHUR D. LITTLE E DO GRUPO LINDE, NA ITÁLIA E NA ALEMANHA, RESPECTIVAMENTE.

“CONFIAMOS NO GRUPO ASCENDUM PARA CONTINUAR A SER UM PARCEIRO FANTÁSTICO COM QUEM É ÓTIMO ESTAR”

Volvo CE e Grupo ASCENDUM

UMA PARCERIA COM PASSADO, PRESENTE E FUTURO



ERNESTO RODRIGUES VIEIRA, FUNDADOR DO GRUPO ASCENDUM COM GUNNAR ENGELLAU, PRESIDENTE DA AB VOLVO, COIMBRA, PORTUGAL - 1968

É UMA RELAÇÃO LONGA MAS NEM POR ISSO MONÓTONA. DURA HÁ 54 ANOS, ESTÁ SÓLIDA E PRONTA PARA DAR NOVOS FRUTOS. O GRUPO ASCENDUM E A VOLVO CONSTRUCTION EQUIPMENT ESTÃO JUNTOS EM CINCO GEOGRAFIAS E A IDEIA É NÃO PARAR POR AÍ.

Tudo começou há 54 anos, quando Ernesto Rodrigues Vieira, empresário ligado ao ramo automóvel, é convidado pela Auto-Sueco a criar uma nova representação de camiões e automóveis Volvo em seis distritos do centro do país. Com este desafio nasce, em 1959, a empresa familiar Auto-Sueco Coimbra, Lda - hoje Grupo ASCENDUM.

A venda de camiões Volvo para transporte de mercadorias e obras públicas, assim como a venda de automóveis ligeiros da mesma marca estiveram no centro do negócio do Grupo ASCENDUM até final da década de 60. É então que surge, em 1970, o convite da Volvo para importar e distribuir Equipamentos de Construção Volvo em Portugal. A oportunidade é agarrada com forte profissionalismo e uma aposta na criação de relações sólidas com os clientes. Em 1981, estes princípios permitem abrir mais três filiais: Viseu, Albergaria-a-Velha e Castelo Branco. Na década de 80 e 90 do século passado, a quali-

dade do serviço prestado, quer na venda quer na assistência pós-venda, continua a dar frutos e o Grupo ASCENDUM merece rasgados elogios do seu parceiro. Na festa dos 20 anos da Volvo BM em Portugal, Hans Carlsson, Presidente da Volvo ME Internacional Sales, refere o sucesso da empresa portuguesa. A "Auto-Sueco Coimbra é um dos distribuidores privados da Volvo ME que tem tido as mais altas taxas de penetração no mercado e estes fatores são certamente resultado da dedicação e profissionalismo da direção de quadros da Auto-Sueco Coimbra, pelos seus esforços, ambos desenvolvendo qualidade e eficiência para a própria empresa como também em favor da representação Volvo ME".

INTERNACIONALIZAÇÃO: UM CAMINHO SEM RETORNO

No fim dos anos 90, surge a necessidade e a oportunidade de pensar mais longe. A Volvo propõe ao

Volvo CE e Grupo ASCENDUM

Grupo ASCENDUM ficar com a importação de máquinas para toda a Espanha, o que inclui também o retalho local e uma rede de 14 concessionários. Em 1999, a Volmaquinaria España passa a integrar os ativos da empresa portuguesa e, em três anos, as vendas duplicaram, com a quota de mercado a subir de 14 para 20%.

Em 2004, é a vez de novo passo além-fronteiras, desta vez nos Estados Unidos da América. A missão é revitalizar o negócio da distribuição em cinco estados norte-americanos, uma missão superada com a dinamização da rede comercial Volvo e uma nova imagem para as concessões, tendo passado a cota de mercado de 9% para 15%.

Seis anos depois, o destino é a Turquia. Em 2010, a ASCENDUM adquire a Volvo Otomotiv Turk e afirma-se num mercado emergente, com resultados comerciais e financeiros acima das expectativas, consubstanciado também no crescimento do volume de emprego que passou de 110 colaboradores para 165 e no negócio que faturava 74 milhões de euros e fatura atualmente 235 milhões de euros.

A mais recente aventura conjunta chama-se México e, ao contrário das restantes internacionalizações, começa da estaca zero. Após três tentativas da Volvo CE para se instalar naquele território, em março de 2012, a ASCENDUM avançou e fê-lo com planos muito concretos: até 2014, abrir 20 bases de operação para conseguir alcançar um volume de negócios de €100 milhões em 2015 e também a colocação do maior número de máquinas possível no mercado com o objetivo de ter um bom parque para após-venda.

Novas aventuras de “braço dado” com a Volvo CE estão a ser estudadas para que esta história com passado e presente se prolongue e reforce no futuro que se concretizará no facto de sermos o maior dealer do Mundo da Volvo CE.

CRONOLOGIA

1959

Constituição da Auto-Sueco Coimbra, como concessionária de automóveis e camiões em seis distritos da zona centro



1970

Convite da Volvo para importar e distribuir Equipamentos de Construção Volvo em Portugal



1999

Entrada em Espanha
Aquisição à Volvo da Volmaquinaria de Construcción España, SA - importação e distribuição de produtos Volvo Construction Equipment (VCE)



2004

Entrada nos EUA
Aquisição das operações da VCE em cinco regiões dos EUA -Carolina do Norte, Georgia, Carolina do Sul, Alabama e Tennessee



2010

Entrada na Turquia
Aquisição da Volvo Otomotiv Turk - importação e distribuição de produtos VCE



2012

Entrada no México

ASCENDUM Portugal

AS GRANDES EMPRESAS PORTUGUESAS DE OBRAS PÚBLICAS INICIARAM, HÁ JÁ VÁRIOS ANOS, UM PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO QUE AS TEM LEVADO A CONSTRUIR INFRAESTRUTURAS FORA DO PAÍS, EM ESPECIAL EM ÁFRICA. PARA APOIÁ-LAS NESTES DESTINOS, ONDE NÃO É FÁCIL ENCONTRAR RECURSOS HUMANOS ESPECIALIZADOS COM FORMAÇÃO PARA REPARAR UMA MÁQUINA NEM AS PEÇAS NECESSÁRIAS PARA A REPARAÇÃO, A ASCENDUM PORTUGAL CRIOU O FOLLOW THE COSTUMER.

JOSÉ LUÍS MENDES
DIRETOR-GERAL DA ASC MÁQUINAS



“FOLLOW THE COSTUMER” ATÉ ONDE ELE FOR... ATÉ AO OUTRO LADO DO MUNDO!

Seguir o cliente onde quer que vá para lhe proporcionar, no seu destino, os equipamentos e serviços que teria em Portugal, com tempos de resposta e padrões de qualidade equiparáveis. É este o conceito do Follow the Costumer, um serviço direcionado às grandes empresas mas também a subempreiteiros de média dimensão que há muito confiam à ASCENDUM a gestão dos seus equipamentos.

Segundo José Luís Mendes, Director Geral da ASC Máquinas e dinamizador do Follow the Costumer, “São normalmente clientes com quem existe uma sólida relação de parceria. A nossa equipa mantém com os responsáveis de obra uma relação próxima e tem um conhecimento profundo das suas necessidades. Estes clientes reconhecem a importância do nosso trabalho e sabem que podem delegar em nós uma

vertente que, sendo essencial ao desenvolvimento do seu projeto, não faz parte do seu core business”.

Atualmente, existem cerca de uma dezena de contratos Follow the Costumer, todos eles com empresas portuguesas ou brasileiras com plataformas logísticas em Portugal, e que estão a desenvolver grandes projetos – autoestradas, portos, aeroportos, etc. - em diversos países africanos, da Argélia ao Gana passando por Moçambique. Projetos esses, que contam com a presença dos nossos técnicos.

Nestes países, há poucos representantes de equipamentos de construção e os que existem têm normalmente uma oferta bastante incompleta. Nem sempre se conseguem as máquinas necessárias e, se uma delas avaria, uma peça de substituição pode demorar meses a chegar. Este género de situações cria derapagens de tempo e custos que evidenciam os be-

nefícios do Follow the Costumer. E são exatamente estes benefícios que tornam o Follow the Costumer muito representativo no total dos serviços portugueses pós-venda: cerca de 70% em peças e 80 a 90% em máquinas.

“A nossa equipa está preparada e tem os recursos para prestar assistência em qualquer local do mundo”, refere José Luís Mendes. Neste momento está, aliás, a analisar a possibilidade de seguir para outro continente, existindo já uma hipótese concreta, uma vez que há um cliente em fase avançada de um concurso na Índia, obra que, a ser adjudicada, necessitará certamente do apoio da ASCENDUM. “O êxito do programa Follow the Customer deve-se à total disponibilidade e espírito de missão dos nossos técnicos. Sem eles, tal não seria possível.”

ACOMPANHAMENTO PRÓXIMO E PERSONALIZADO

“O trabalho começa habitualmente com uma visita local de prospeção, para levantamento das necessidades e prossegue com uma proposta que, quando adjudicada, nos põe imediatamente em campo, para fazer chegar os equipamentos necessários ao estaleiro de obra e formar o pessoal que vai operar as máquinas”, explica José Luís Mendes.

As máquinas e peças podem vir de Portugal ou de qualquer outra parte do mundo, sendo sempre selecionada a opção que permita dar resposta ao cliente com a melhor relação custo-benefício.

Durante o tempo em que decorre a obra, os técnicos ASCENDUM permanecem no estaleiro para prestar o apoio diário aos equipamentos e operadores e, em todo o processo, é ainda assegurado um acompanhamento muito próximo e personalizado por parte da equipa de gestão.

“OS GRANDES CLIENTES QUE, EM PORTUGAL, CONFIAM EM NÓS PARA FORNECER, GERIR E MANTER EQUIPAMENTOS DE CONSTRUÇÃO ESTÃO CONSCIENTES DE QUE OS NOSSOS SERVIÇOS SÃO AINDA MAIS RELEVANTES EM TERRITÓRIOS ONDE A OFERTA É LIMITADA”.

VOLMAQUINARIA EM BRAÇO DE FERRO PARA ENFRENTAR A CRISE



AS CRISES SÃO CÍCLICAS E É CERTO QUE VÃO ACONTECER. O IMPONDERÁVEL É QUANDO VÃO CHEGAR E QUANTO VÃO DURAR. ENFRENTÁ-LAS IMPLICA QUE, DURANTE A BONANÇA, AS EMPRESAS SAIBAM PREPARAR-SE PARA RESISTIR À TEMPESTADE. ESTA É A CONVICÇÃO DE JUAN ANTÓNIO ZURERA, DIRETOR-GERAL DA VOLMAQUINARIA, QUE CONTINUA EM BRAÇO DE FERRO COM A RECESSÃO E QUE, COM UMA EQUIPA BEM COESA E ENTROSADA, ADAPTA A OPERAÇÃO A UM MERCADO EM QUE A VENDA DE MÁQUINAS CAIU 95%.

JUAN ANTÓNIO ZURERA
DIRETOR-GERAL DA VOLMAQUINARIA

Nestes últimos cinco anos, o perfil do mercado espanhol mudou radicalmente. Metade dos clientes encerraram operações, a venda de máquinas reduziu-se a 5% e os equipamentos em operação estão muito aquém da capacidade instalada, com consequências dramáticas na procura de serviços pós-venda.

“Espanha tornou-se num mercado de preço, em que muitos já não estão dispostos a pagar pelos serviços ou já não conseguem fazê-lo”, revela Juan António Zurera, explicando que há excesso de oferta de equipamentos e que há também muita mão-de-obra disponível e disposta a prestar serviços a preços impensáveis, engrossando um mercado paralelo com o qual não é possível competir.

Perante esta realidade, a Volmaquinaria redimensionou-se e, sem descurar os padrões de qualidade a que habituou os seus clientes, prossegue diariamente um complexo trabalho de reengenharia com vista a eliminar mesmo os mais pequenos gastos e a concentrar-se apenas naquilo que gera valor.

A sua atividade centra-se agora em dois aspetos essenciais: por um lado, determinar os clientes chave para poder acompanhá-los direta, personalizada e sem falhas - apoiando os concessionários

a seguir estas mesmas diretrizes; por outro lado, aumentar a competitividade da operação, envolvendo os fornecedores e cada um dos elementos da equipa, para conseguir uma flexibilidade de preço sem a qual é impossível conquistar novos projetos.

“Os fornecedores, que também estão a sentir a crise, têm de trabalhar connosco nesta agilização de preços e o mesmo acontece com cada um de nós na Volmaquinaria. Só com este empenho e envolvimento conseguimos analisar o mercado, avaliar a oferta da concorrência e adaptar preços em todas as áreas, proposta a proposta”, reforça Juan António Zurera, que alerta ainda para a necessidade de um controlo financeiro e de tesouraria muito apertados, que não descure os prazos de pagamento por parte dos clientes e limite os gastos e investimentos ao mínimo indispensável.

E porque a crise encerra em si uma janela de oportunidade, a Volmaquinaria está a aproveitar para diversificar a sua oferta, alargando a sua carteira de marcas e fazendo-o num contexto de preço mais competitivo. Lannen, Solmec e Taurus são exemplos desta diversificação, que tem por objetivo dispersar o risco e alargar a capacidade de resposta num mercado que continua sob pressão.

A IMPLEMENTAR EM TEMPOS DE BONANÇA

CONSELHOS DE JUAN ANTÓNIO ZURERA PARA RESISTIR À TEMPESTADE

- Analisar e acautelar tudo o que pode comprometer o nosso futuro: “quando a operação corre a velocidade cruzeiro, tendemos a deixar passar pormenores que, em crise, se revelam críticos. É preciso limitá-los antes que se tornem riscos e esta máxima deve estar presente logo nas condições dos contratos que celebramos”.

- Ser conservador na avaliação dos ativos da empresa: “os ativos da empresa não mantêm o seu valor em tempo de crise, nem mesmo os ativos teoricamente tangíveis, como as nossas instalações ou equipamentos”.

- Ter atenção às métricas de gestão pelas quais habitualmente nos regemos: por exemplo, não basta ter um rácio de absorção de 100% (em que a receita do pós-venda cobre os custos da empresa) porque quando o mercado cai não é possível reduzir os custos operacionais ao mesmo ritmo a que a receita decresce. Para assegurar uma posição de relativo conforto, este rácio terá de rondar os 170%.

- Fidelizar os clientes é a nossa base da sustentabilidade: só um cliente satisfeito e fidelizado, que valoriza e depende dos serviços Volmaquinaria, poderá manter-se no barco quando a tempestade se agudiza. É preciso fazer este trabalho permanente e proativamente, de forma personalizada, em campo... sem esperar que seja o cliente a vir ter connosco porque, em tempo de crise, dificilmente virá.

- Não pôr todos os ovos no mesmo cesto: a diversificação é uma palavra-chave porque nenhuma empresa pode depender de um só fornecedor nem de um só cliente. Temos de dispersar o risco de operação por vários segmentos, preferencialmente com produtos em diferentes ciclos de atividade, para que uns possam criar valor quando outros o perdem.

ASC USA

ASC USA COM SANDVIK NO TERMINAL INTERMODAL DE NORFOLK SOUTHERN EM CHARLOTTE, NC



JACK EVANS
DIRETOR-GERAL DA ASC EM BUFORD - ATLANTA

Junto ao Aeroporto Internacional de Charlotte, e às linhas ferroviárias que cruzam esta região da Carolina do Norte, está a nascer o novo Terminal Intermodal Norfolk Southern. A ASC USA está lá, através da sua Unidade de Negócio em Atlanta, Geórgia, que presta assistência à construtora responsável pela obra, a Plateau Excavation, e forneceu as três Sandvik DX800 que continuam, dia após dia, a moldar a formação granítica que dará lugar à gigantesca plataforma.

O projeto, que representa um investimento de 92 milhões de dólares, desenvolve-se em mais de 80 hectares e permitirá movimentar cerca de 200 mil contentores de carga por ano.

No estaleiro de obra estão agora mais de 50 peças de maquinaria pesada, entre as quais as três perfuradoras hidráulicas de superfície. As Sandvik DX800 – uma Ranger 800 de 2007 e duas DX800s de 2012 - estão a ser operadas no local pela LK Gregory Construction Inc., empresa subcontratada pela Plateau Excavation.

Refira-se que até janeiro de 2012, a Sandvik Mining and Construction distribuía diretamente as suas máquinas nesta região dos EUA. Nesse mesmo mês, a ASC USA assumiu a distribuição local da Sandvik. Quando se soube que esta grande infraestrutura em Charlotte necessitava de equipamento de perfuração, a ASC USA em Atlanta não quis perder a oportunidade, até porque as suas instalações, localizadas a cerca de 15 minutos da obra, lhe permitiam prestar um serviço de apoio

e manutenção que outro concorrente teria dificuldade em igualar.

“Embora a Sandvik fosse relativamente nova para nós, na ASC USA tivemos logo a noção de esta seria uma excelente oportunidade de nos tornarmos parceiros de uma empresa de referência como a Plateau Excavation”, refere Jack Evans, diretor-geral da ASC em Buford - Atlanta.

229.366 METROS CÚBICOS DE ROCHA PARA REMOVER

A extensa área de intervenção e o tipo de formação rochosa que enquadra todo o planalto tornam prioritário o trabalho das Sandvik DX800 e só um equipamento com esta versatilidade poderia responder ao desafio de remover nada menos que 229.366 metros cúbicos de rocha.

Segundo explica Camp, vice-presidente da LK Gregory Construction Inc, a empresa que trabalha no terreno, as DX800s rodam 180 graus, o que lhes permite perfurar mais superfície em menos tempo sem ter de se deslocar, e conseguem perfurar em qualquer ângulo, desde a posição horizontal à vertical, além de serem máquinas com uma grande estabilidade, capazes de trabalhar em qualquer terreno, independentemente das suas irregularidades. Os novos modelos de 2012 são igualmente mais amigos do ambiente, com níveis de emissões mais baixos.

“Estes são equipamentos muito especializados, que nunca terão as mesmas funções nem a representa-

tividade das escavadoras e dumpers articulados da Volvo, mas que servem as necessidades de perfuração de obras muito específicas como as pedreiras e as minas, por exemplo, e o que pretendemos é cobrir todos os mercados”, conclui Jack Evans.

“UMA VEZ TERMINADO ESTE PROJETO, ONDE QUER QUE VÁ A PLATEAU EXCAVATION, NÓS IREMOS TAMBÉM, PARA OS AJUDAR DA MELHOR FORMA QUE PUDERMOS”.

CAMP
VICE-PRESIDENTE DA LK GREGORY CONSTRUCTION

ASC TURK

ASC TURK PROMOVE OS CONTRATOS DE MANUTENÇÃO COM MARCA “VISA”



Em todas as geografias onde atua, o Grupo ASCENDUM disponibiliza contratos de manutenção que permitem delegar a monitorização de equipamentos às equipas técnicas da empresa, com claros benefícios para o cliente em termos de produtividade das máquinas e de custo final. Na Turquia, este conceito ganhou estatuto de marca e chama-se VISA.

“O nosso principal objetivo é proporcionar ao cliente os ganhos que decorrem das diferentes valências integradas no VISA, designadamente MATRIS, Caretrack, Oil Analysis e More Care Inspection, demonstrando-lhes o valor acrescido, face a um serviço de manutenção regular”, explica Serhan Özkan, Soft Product Manager da ASCENDUM na Turquia. Esta diferenciação, baseada num acréscimo de eficácia, tem sido reconhecida pelos clientes, o que aumentou notoriedade do VISA e o tornou mais relevante para o negócio.

Segundo Serhan Özkan, “estes contratos de manutenção são centrais no nosso negócio e a nossa estrutura está moldada para os suportar. Todas as nossas bases operacionais e concessionários têm um técnico especializado cuja responsabilidade exclusiva é este acompanhamento e a apresentação de relatórios aos clientes”.

No final de 2012, a Turquia tinha nada menos do que 1560 contratos VISA ativos, um número que aumenta todos os dias e permitiu um retorno de 8 milhões

de euros no passado exercício, o equivalente a cerca de 25% das receitas totais geradas pelos serviços pós-venda.

VISA REFORÇA A CONFIANÇA NA ASCENDUM

A experiência demonstra que, quando as intervenções são feitas por terceiros, o resultado nem sempre é o melhor e chegam a verificar-se avarias que comprometem a integridade da máquina. “Este reconhecimento por parte dos clientes é fundamental”, sublinha Serhan Özkan e ajuda a valorizar quer o know-how das equipas, quer a utilização das peças e lubrificantes originais Volvo.

O facto de o cliente ter uma noção completa das intervenções realizadas, dos reduzidos tempos de paragem e das horas de operação acumuladas, assim como de receber um conjunto de recomendações com vista a aumentar o desempenho dos equipamentos permite clarificar os benefícios de um VISA, evidenciando a redução direta dos custos totais com a manutenção e os ganhos que resultam do aumento da eficácia da maquinaria.

“Esta evidência faz com que os clientes continuem a confiar em nós para gerir as suas máquinas e que tenham mais tempo para se dedicar ao seu negócio central, que são as obras ou empreitadas que têm em curso”, conclui Serhan Özkan.

NA ASC TURK, O VISA SIGNIFICA VOLVO IMPROVED SERVICE AGREEMENT E É A MARCA CRIADA PARA DESIGNAR OS CONTRATOS DE MANUTENÇÃO QUE PRESTAM AO CLIENTE TODO O CONTROLO E ACOMPANHAMENTO TÉCNICOS DE QUE NECESSITAM PARA AUMENTAR A EFICIÊNCIA E RENTABILIDADE DOS SEUS EQUIPAMENTOS. O OBJETIVO É QUE TODA A MANUTENÇÃO FIQUE DO LADO DA ASCENDUM DEIXANDO AO CLIENTE MAIS TEMPO PARA SE DEDICAR AO QUE LHE É REALMENTE IMPORTANTE: AS SUAS OBRAS.

DA ESQUERDA PARA A DIREITA

HURŞİT YILMAZ, İLKER UMUR, AHMET ÇETİN, SERHAN ÖZKAN.

O VISA À LUPA

O VISA BASEIA-SE EM QUATRO VALÊNCIAS QUE DÃO A CONHECER A TODO O MOMENTO O ESTADO DO EQUIPAMENTO E PERMITEM UMA COMPLETA ABORDAGEM DE MANUTENÇÃO PREVENTIVA:

- **Matris – Machine Tracking Information System:** sistema de informação que dá a conhecer como tem sido utilizado um equipamento Volvo e o seu estado geral de manutenção.

- **Caretrack:** sistema telemático que, além de localizar o equipamento, interage com o sistema de diagnóstico das máquinas Volvo.

- **Oil Analysis:** monitoriza proativamente a qualidade do óleo, verifica a existência de contaminantes que possam acelerar o desgaste de componentes e diagnostica a falha destes componentes, permitindo a substituição ou reparação preventiva, no mais curto espaço de tempo, evitando o agravar de um problema e os custos de uma paragem mais prolongada.

- **More Care Inspection:** uma inspeção que inclui uma completa listagem de verificações e medições, que indicam as necessidades de intervenção e estão pensadas para garantir a segurança e a preservação do equipamento na sua produtividade máxima.

O VISA DISPONIBILIZA DOIS NÍVEIS DE SERVIÇO, O BLUE E O GOLD. AMBOS INTEGRAM AS VALÊNCIAS ACIMA REFERIDAS, SENDO O CONTRATO GOLD COMPLEMENTADO COM UMA EXTENSÃO DE GARANTIA.

ASCENDUM México



DA ESQUERDA PARA A DIREITA
IVETTE OSORIO, EUGENIO OSORIO, DULCE ORDUÑA,
MANUEL CARVALHO, ISAAC VILCHIS, JUAN CARLOS GALICIA,
DANIEL CAMACHO, ELVIRA LAURIA

ASCENDUM MÉXICO APOSTA NA EXPANSÃO, NA FORMAÇÃO E NO CONCEITO DE PARCERIA PARA LIDERAR SERVIÇO AO CLIENTE

A ASCENDUM México tem pelo menos 300 boas razões para celebrar o seu primeiro aniversário, tantas quantos os clientes que conquistou durante este ano inaugural, mas os desafios prosseguem e Eugenio Osorio, Diretor de Serviço Pós-Venda da mais recente operação do Grupo, tem uma noção clara do caminho a percorrer para ser o líder de mercado no Serviço ao Cliente.

São três os grandes pilares da estratégia que traçou para atingir este objetivo: a expansão territorial para novas regiões Mexicanas, sem a qual não é possível estar próximo dos clientes; a formação de profissionais que reforcem e posicionem a equipa como especialista em equipamentos Volvo; e a noção clara de que a ASCENDUM tem de ser vista pelos clientes como um parceiro de negócio.

Num mercado com quase 2 milhões de quilómetros quadrados, onde uma assistência pode significar horas ou até dias de viagem, a abertura de novos centros operacionais ou concessões é uma obrigatoriedade. “Estamos a estudar o mercado e as suas dinâmicas para perceber quais as regiões onde a nossa presença é prioritária para garantir uma melhor cobertura do mercado e uma mais rápida resposta às solicitações dos clientes”, refere Eugenio Osorio, reforçando que estão também a apostar na ampliação do inventário de peças, aumentando-o para um nível que permita prestar um serviço mais rápido e eficiente.

Paralelamente, tem sido feita uma aposta forte na formação dos mecânicos que asseguram os serviços, para que conheçam profundamente toda a maquina-

ria Volvo, pois só assim é possível criar equipas especializadas e que sejam reconhecidas como tal. A contratação acompanha estas primeiras apostas estratégicas, de modo a que a mão-de-obra possa apoiar a expansão territorial. “Com os atuais efetivos, cobrimos 25% a 30% do território. Se queremos cobrir todo o território Mexicano, temos de multiplicar por quatro os nossos recursos humanos e prevemos fazê-lo dentro de dois a três anos”, acrescenta o responsável, clarificando que estas contratações não visam apenas novos mecânicos mas também gestores de clientes e vendedores de peças.

A terceira vertente assenta na convicção de que o serviço é primordial e que só por ele a ASCENDUM pode afirmar-se como um parceiro reconhecido e valorizado pelos clientes como alguém com quem se conta para desenvolver o negócio e que acrescenta valor à sua atividade. “O nosso principal concorrente assume uma postura mais altiva, o que reforça a nossa oportunidade de mostrar aos clientes que estamos cá para os apoiar, disponíveis para os acompanhar e com condições para assumir não só a entrega de máquinas e peças, mas toda a gestão e manutenção das máquinas que têm em operação”, explica Eugenio Osorio.

DAR A CONHECER A ASCENDUM E PROMOVER RELAÇÕES DE CONFIANÇA

Toda a equipa de gestão do México tem desenvolvido um importante trabalho de aproximação a antigos clientes da Volvo, dando-lhes a conhecer estas novas apostas e o esforço para melhorar a qualidade

e a cobertura dos serviços. “A Volvo nunca conseguiu ter uma cobertura do território e durante o interregno entre a saída do anterior representante da marca e o arranque da nossa operação, alguns clientes ficaram um pouco perdidos, pelo que este trabalho de relações públicas é essencial para recuperar a sua confiança”, conclui Eugenio Osorio.

Este trabalho de divulgação sobre a ASCENDUM está a ser feito igualmente junto de novos potenciais clientes e, no seu conjunto, está já a dar frutos, como demonstram alguns contratos celebrados com grandes empresas, como a Matérias Primas ou Peñoles, e algumas obras de referência em que a companhia está presente, como a radial da cidade de Guadalajara ou a extração de carvão no estado de Coahuila.

MÉXICO 2013: INSEGURANÇA E CRESCIMENTO

Depois de uma ligeira queda no ano passado, que esteve essencialmente relacionada com o período eleitoral e de transição política no México, perspetiva-se que o mercado mexicano continue a crescer. Para o setor da construção espera um crescimento de 3 a 4% este ano.

A insegurança diz-nos Eugenio Osorio, continua a ser um dos principais problemas do país, com reflexos na vida das pessoas e das empresas: “num país tão grande, que nos exige viagens profissionais muito longas, temos de saber escolher as rotas e evitar circular durante a noite”.

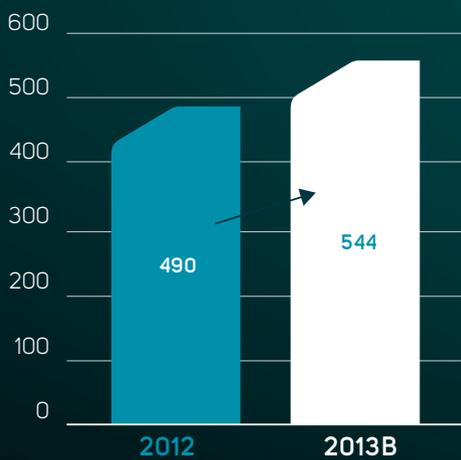
Visão Grupo ASCENDUM

SER UM DOS MAIORES FORNECEDORES MUNDIAIS DE SOLUÇÕES GLOBAIS DE EQUIPAMENTOS PARA INFRAESTRUTURAS E CONSTRUÇÃO.

INDICADORES 2013 GRUPO ASCENDUM

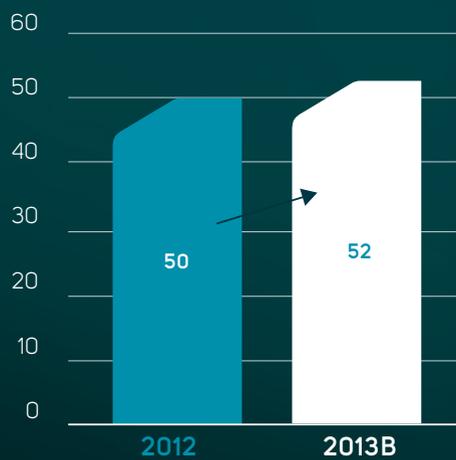
VOLUME DE NEGÓCIOS

MILHÕES DE EUROS



EBITDA

MILHÕES DE EUROS



UNIDADES VENDIDAS

UNIDADES

