

EVOLUÇÃO PELOS DESAFIOS!

LÍDER NO SETOR DE REVESTIMENTOS ANTICORROSIVOS, KCH - ANCOBRAS UNE ÉTICA E COMPROMETIMENTO PARA RETOMAR CRESCIMENTO NO MERCADO

por: **Caroline Martin** | Especial para Nosso Papel



Leandro D'Oliveira e Michelli Almeida afirmam que o pioneirismo da Ancobras encontra-se não apenas nos produtos, mas nas diferenciadas tecnologias de aplicação

As dificuldades na gestão começaram a surgir após a primeira década de existência da KCH – Ancobras, quando empresas concorrentes passaram a deslanchar no mercado de pisos industriais e revestimentos anticorrosivos.

A falta de atualização e de adaptação às modificações naturais daquele momento foi, segundo Leandro D'Oliveira, novo responsável pelo setor administrativo e financeiro, a maior falha cometida pela empresa.

“Em vez de apostar em aprimoramento

para atender às novas exigências do mercado, algumas gestões anteriores acabaram seguindo em direção oposta aos ideais da Ancobras”, identifica D'Oliveira sobre a má fase vivida nos últimos anos pela empresa de capital estrangeiro. Enquanto para alguns executivos os desafios significam barreiras intransponíveis, para outros são oportunidades de inovação.

“Acredito no potencial da Ancobras, principalmente pela qualidade dos produtos e pela referência que representa ao segmento”, diz D'Oliveira com o

entusiasmo de quem acaba de vestir a camisa e já sua por ela. A filosofia da nova gestão, segundo ele, une ética e comprometimento, conceitos a partir dos quais a KCH – Ancobras pretende atuar daqui em diante.

Pioneira no setor de pisos industriais e revestimentos anticorrosivos, presente no Brasil há 37 anos, a KCH – Ancobras inicia um novo ciclo em sua trajetória.

A empresa apresenta ao mercado uma renovada equipe de administradores que encabeça a retomada de crescimento dos negócios. O alinhamento dos planos atuais com os tradicionais produtos e serviços oferecidos pela companhia já aponta resultados positivos. Na prática – e nas planilhas –, o que se vê é um aumento gradual do faturamento.

Para consolidar o período de crescimento, a empresa também aposta na atuação conjunta de novos investidores. “Formamos um grupo de empresas que já acompanhavam o trabalho da Ancobras e se mostraram dispostas a trilhar este caminho”, revela o executivo.

O foco da nova gestão também se estende aos funcionários. A fim de promover uma interação cada vez melhor entre todos os setores, a sede da companhia ganhou novo endereço, na cidade de Guarulhos (SP). “Há dois meses viemos para um local mais compacto que

o anterior”, conta D'Oliveira.

A mudança tem apresentado efeitos positivos em prol da reestruturação da empresa. “Além das vantagens financeiras, o ambiente atual comporta perfeitamente nosso sistema operacional e a comunicação entre as equipes está mais eficaz”, detalha o executivo sobre o dia a dia dos 46 colaboradores empregados.

CONSOLIDANDO A BOA IMAGEM

Passada a turbulência, os planos de reestruturação da Ancobras incluem o fortalecimento da própria imagem. Para alcançar tal meta, a área comercial ganhou novas divisões: Venda de Projetos e Venda de Produtos – esta última sob a responsabilidade da publicitária Michelli Almeida.

O trabalho pró-ativo para conquistar novos clientes e oferecer atendimento personalizado a cada um responde como carro-chefe de sua atuação. O objetivo é fidelizar clientes antigos e prospectar novos, fortalecendo a marca da Ancobras no mercado e retomando o que foi perdido”, enfatiza Michelli.

Presente no País desde 1974, a Ancobras se destaca pela oferta de variados sistemas de revestimentos em borracha, fiberglass, flakeglass, cerâmicos antiácidos e de carbono. Inúmeros ramos de atividades industriais – a exemplo

A MELHOR SOLUÇÃO EM FACAS PARA A INDÚSTRIA DE PAPEL **TISSUE**



OUTRAS LINHAS DE PRODUTOS:



PICOTES



REBOLOS



PAPEL



MADEIRA



PAPELÃO

de petróleo e gás, fertilizantes, química, alimentícia, mineração e siderurgia – somam os clientes atendidos pela empresa.

O setor de celulose e papel se destaca entre aqueles de grande potencial. “Em 2010, os players desta indústria representaram 22% do nosso faturamento”, registra o responsável pelo setor administrativo e financeiro. “Já prestamos serviços a grandes representantes, como Klabin, Suzano, Cenibra, Celulose Riograndense e Aracruz (atual Fibria)”, completa.

Ainda de acordo com D’Oliveira, o pioneirismo da Ancobras encontra-se não apenas nos produtos, mas nas diferenciadas tecnologias de aplicação.

Nesta nova fase, diz Michelli, “a intenção é mostrar que a marca continua ativa no mercado”. Uma representatividade significativa, vale lembrar, que mostra também uma força da marca intrínseca à imagem que a Ancobras conquistou perante o mercado, devido aos anos de atuação e da excelência na prestação de serviços.

Entre as estratégias colocadas em prática, está o investimento do grupo em comunicação. “Toda semana, disparamos o Ancobras News, informativo que apresenta a todos os nossos clientes um artigo institucional e informações sobre algum produto fornecido pela empresa”, detalha Michelli.

Além disso, a Ancobras passou a adotar o marketing ativo, a partir de visitas periódicas aos clientes para estreitar laços e atendê-los da melhor maneira. “Não há nada melhor do que o contato direto para mostrar que a empresa está disponível a contribuir e oferecer o melhor serviço”, frisa a publicitária. ▽