

www.revistatransportemoderno.com.br

# transporte

Todos os modais

MODERNO

**OTM**  
EDITORA LTDA.

ANO 42 - Nº 411 - JANEIRO/FEVEREIRO 2005 - R\$ 12,00

**Entrevista**

Ronaldo Reimer,  
vice-presidente  
da Bosch



## CHEGAM OS ELETRÔNICOS DA FORD

Volkswagen  
amplia produção

As novidades da  
Scania para 2005

Volvo convive  
com recordes

Mercedes dá show  
de exportação

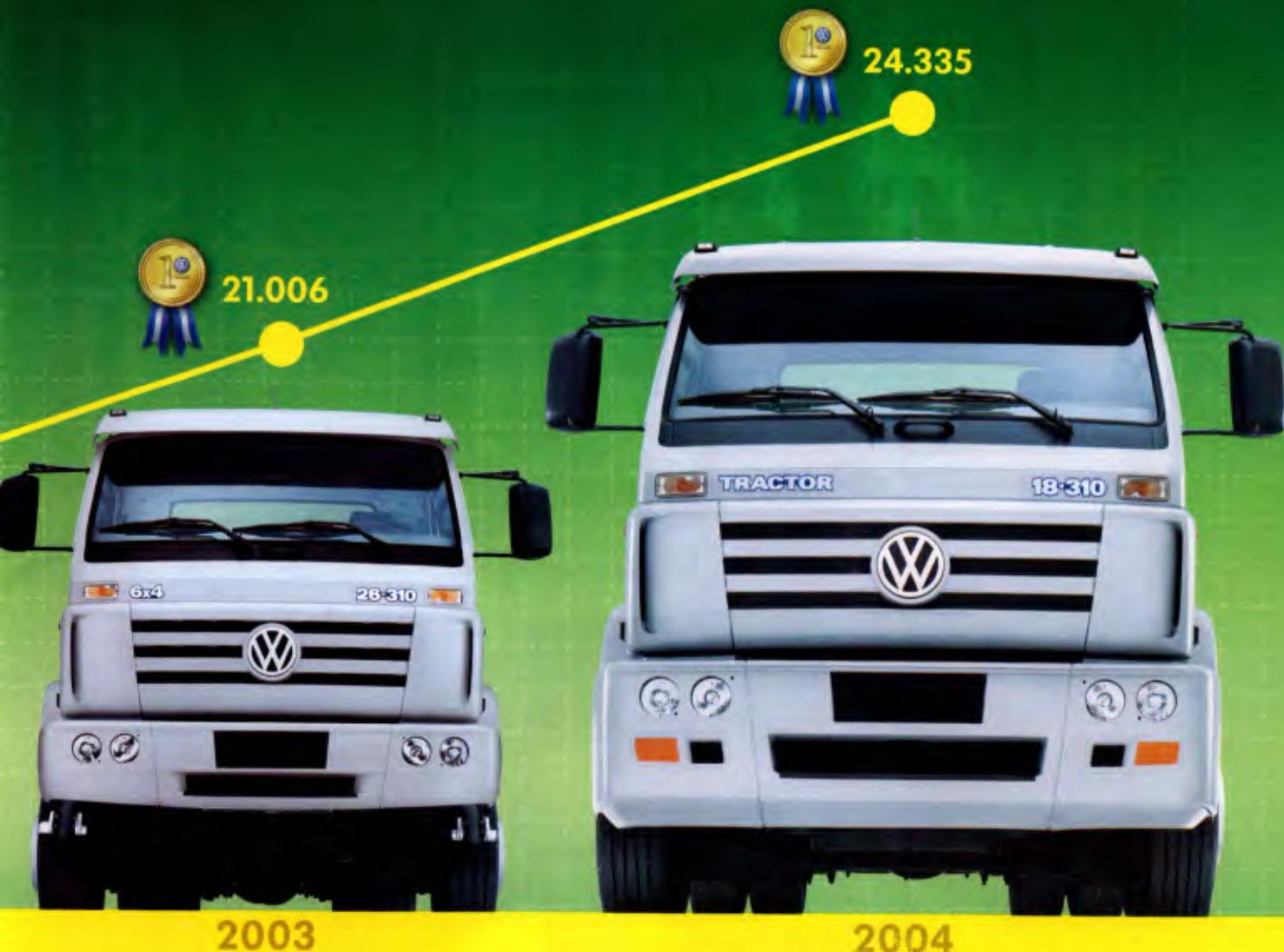
General Motors faz 80 anos de Brasil

Venda no varejo de Caminhões Volkswagen  
(de 7 a 63 ton.)



**Volkswagen. Primeiro lugar em vendas de caminhões leves, médios e pesados pelo segundo ano consecutivo.**

**Agradecemos a preferência dos nossos clientes e a dedicação dos nossos Concessionários.**



## Principais conquistas em 2004

- Recorde de produção na fábrica de Resende com mais de 34.000 unidades.
- Recorde de exportação com 5.727 unidades embarcadas.
- Lançamento das linhas de Caminhões e Ônibus com motorização eletrônica.
- Liderança no segmento de 7/9 toneladas.
- Liderança no segmento de 12/13 toneladas.
- Liderança no segmento de 14/15 toneladas.
- Liderança no segmento de 24 a 31 toneladas (6x4).
- VW 18.310 Titan Tractor - Modelo mais vendido no segmento extrapesado (4x2).
- VW 18.310 Titan Tractor - Campeão da Fórmula Supertruck da Europa.
- VW 18.310 Titan Tractor - Premiada pela ABMN como *case* de marketing de 2004.
- Inauguração da fábrica Volkswagen de Caminhões e Ônibus no México.
- Início do 2º turno de produção na fábrica de Resende.
- Alcançada a marca de 300.000 Caminhões e Ônibus produzidos desde 1981.



ANUÁRIO DO

# TRANSPORTE DE CARGA 2005

Nº 10 - 2005 - R\$ 25,00

www.revistatransportemoderno.com.br  
**OTM** transporte

## ANÁLISES SETORES

- Rodoviário, Ferroviário, Marítimo, Aérea, Fluvial

## GUIAS EXCLUSIVOS

- ### QUEM FAZ O QUÊ
- Rato X de mais de 150 transportadoras
  - Operadores Logísticos
  - Concessionárias de rodovias

### QUEM FORNECE O QUÊ

- Montadoras de caminhões
- Indústrias de implementos
- Fabricantes de componentes e serviços

## ENTIDADES

- Associações e organismos da área de transporte

## INDÚSTRIA CAMINHÕES

- Segmentação aquece a disputa

## IMPLEMENTOS

- Crescimento no embalo da safra

## PNEUS

- Por que o Brasil atrai investimentos

## SERVIÇOS

### RASTRAMENTO

- Um mercado mais concorrido

### ABASTECIMENTO

- Diesel: consumo o consumo
- BR aprimora operação de transporte

### LOGÍSTICA

- O diferencial valorizado

### CASES

- Expresso Mercúrio
- Transportadora Itapemirim



Anuncie no *Anuário do Transporte de Carga 2005*, o melhor veículo para expor seus produtos e serviços.

ANUÁRIO DO

# TRANSPORTE DE CARGA 2005

Fechamento publicidade

15/03/05

Circulação

30/03/05

**OTM**  
EDITORA LTDA.

11-5096-8104

otmeditora@otmeditora.com.br

# A PONTE CAIU

**F**oi a pesada e torrencial chuva, está correto! Mas, vamos atribuir só à mãe natureza o acidente que minou a cabeceira da ponte de tanta água caída dos céus e que fez desabar uma seção da ponte da BR-116, em Campina Grande do Sul, cidade a 40 km de Curitiba? Parte da estrutura rolou para dentro do rio, outra ficou pendurada. O resultado é que, por pelo menos seis meses uma só ponte terá que dar conta de escoar o pesado tráfego que liga os mais importantes eixos rodoviários brasileiros, além disso uma fundamental conexão com o Mercosul.

Mas, tirando de cena fenômenos da natureza, não se deve isentar a responsabilidade do homem, da autoridade pública, dos vários governos omissos que deixaram a situação da infra-estrutura rodoviária brasileira chegar ao estado deplorável em que se encontra.

A BR-116 é uma vergonha nacional. Há décadas é chamada de estrada da morte, devoradora de vidas humanas. Lembramos que vários governos federais que passaram prometeram entregá-la duplicada e em condições decentes de tráfego.

Faz anos que o trecho São Paulo-Paraná está em obras de duplicação. A BR-116, como tantas estradas federais, mostra o descaso nacional com a eficiência, com a vida, com a decência.

A estrada é um abandono só. Sem sinalização, sem balanças, sem fiscalização, a BR-116 e outras estradas promovem diariamente graves acidentes – aleijando, inutilizando, matando pessoas, principalmente motoristas de caminhões.

Se forem contabilizados todos os acidentes com vítimas nas estradas brasileiras, ver-se-á que as baixas humanas são maiores que nas guerras.

A solução será privatizar? A resposta em uníssono é sim. Os argumentos são conhecidos e válidos: o governo é incompetente para cuidar daquilo que é sua tarefa. Por isso, como menino irresponsável, entrega estradas, saúde, segurança, educação, para a iniciativa privada. Privatiza tudo, mas continua cobrando pelos serviços. A taxa da Cide que deveria (mas não é repassada à infra-estrutura) continua sendo cobrada sobre os combustíveis. A alíquota da CPMF que deveria (mas não é repassada à saúde) persiste sobre as movimentações bancárias.

Ou seja, o governo privatiza os serviços, mas continua embolsando as contribuições criadas para a manutenção dessas tarefas.

Conclusão: o brasileiro paga tudo em dobro. Para o governo e, no caso das estradas, para o operador privado na forma de pedágios.

Em síntese, trocam-se governos, partidos, mas o problema persiste, para desespero dos brasileiros que pagam em dobro e recebem como troco serviços ineficientes e de péssima qualidade.

**DIRETOR**

Marcelo Ricardo Fontana  
marcelofontana@otmeditora.com.br

**SECRETÁRIA EXECUTIVA**

Maria Penha da Silva  
mariapenha@otmeditora.com.br

**FINANCEIRO**

Vidal Rodrigues  
vidal@otmeditora.com.br

**REDAÇÃO****Editor**

Eduardo A. Chau Ribeiro  
eduardoribeiro@otmeditora.com.br

**Colaboradores**

Sonia Crespo  
Aline Feltrin

**Editor de Arte**

Alexandre Henrique Batista  
alexandre@otmeditora.com.br

**EXECUTIVOS DE CONTAS**

Carlos A. Criscuolo  
carlos@otmeditora.com.br

Vito Cardaci Neto  
vito@otmeditora.com.br

Gustavo Feltrin  
gustavofeltrin@otmeditora.com.br

**CIRCULAÇÃO**

Tania Nascimento  
tania@otmeditora.com.br

**Representante Paraná e Santa Catarina**

Gilberto A. Paulin  
Tel.: (41) 3027-5565  
spala@spalamkt.com.br

Tiragem  
8.000 exemplares

Assinatura anual: R\$ 120,00 (seis edições e três Anuários). Pagamento à vista: através de boleto bancário, depósito em conta-corrente, cartão de crédito Visa ou cheque nominal à OTM Editora Ltda.

Em estoque apenas as últimas edições.

Circula no mês subsequente ao de capa.

As opiniões expressas nos artigos e pelos entrevistados não são necessariamente as mesmas de Transporte Moderno.



**Redação, Administração, Publicidade e Correspondência**  
Av. Vereador José Diniz, 3.300 - 7º andar - cj. 702 - Campo Belo  
CEP 04604-006 - São Paulo, SP  
Tel./Fax: (11) 5096-8104 (seqüencial)

Atendimento ao assinante: 0800 702 8104

otmeditora@otmeditora.com.br

Filiada à



IMPRESSÃO E ACABAMENTO  
Vox Editora Ltda

**SUMÁRIO****ENTREVISTA**

Vice-presidente da Bosch fala dos novos passos da empresa

8

**MOTOR ELETRÔNICO NA FORD**

A montadora começa a se enquadrar nas novas leis de emissões

12

**SUPERAÇÃO DA VOLVO**

Após seu melhor resultado, empresa sinaliza boas perspectivas para 2005

14

**RITMO FORTE NA SCANIA**

Montadora retoma liderança e adota ações para garantir números positivos

16

**MERCEDES SOBE NO EXTERIOR**

A marca terá este ano seu melhor desempenho em exportações

18

**VOLKSWAGEN DÁ PARTIDA**

Fábrica de Resende entra no segundo turno para suprir demanda

19

**VARIGLOG DOBRA RECEITA**

Empresa investe em aumento de capacidade para dobrar o faturamento

20

**LÍDER CRESCE NO AR**

Firma compra dez helicópteros para operações offshore

22

**MAIS NAVEGAÇÃO**

A empresa Barcas inaugura novos catamarãs na travessia Praça XV-Niterói

24

**TNT CENTRALIZA**

Novos centros em Diadema e Jundiaí aprimoram atendimento

26

**FEDEX À MODA**

Operadora mundial cria embalagem compacta para exportar vestuários

28

**GENERAL MOTORS**

Montadora, que faz 80 anos de Brasil, foi personagem da história de veículos

30

**ACORDO GANHA-GANHA ALL E BUNGE**

Parceria entre ALL Logística e Bunge Alimentos garante transporte de grãos

34

**MADEIRA-MAMORÉ REVISITADA**

A epopéia da construção da Ferrovia do Diabo no início do século 20

36

**MOTORES LIMPOS**

Fabricantes equipam seus comerciais leves com motores eletrônicos

42

**CUMMINS PRODUZ MAIS**

Empresa inicia ano projetando nova expansão da fábrica

44

**TRANSPORTE FRIGORIFICADO**

Atividade que sofreu com concorrência predatória tenta se recompor

46

**DM NA DIREÇÃO SUL**

Transportadora aumenta frota para expandir operação no Cone Sul

49

**CASAMENTO LOGÍSTICO**

Toniato e Rodomodal investem em armazenagem em áreas de clientes

50

**PETROBRAS ORGANIZA TRANSPORTE**

A BR toma medidas para melhorar eficiência do transporte terceirizado

52

**ATEGO TRAZ SOLUÇÕES**

Transportadores adaptam caminhões da Mercedes-Benz às suas necessidades

54

**RASTREAMENTO**

Sistema alia satélite, celular e internet para gerenciar as frotas brasileiras

56

**PODEROSO MERCADO**

Exportações e demanda interna aquecidas produziram recorde em 2004

58

**NOVO PNEU**

Bridgestone lança o pneu R297 com melhor tração no piso molhado

66

**SEÇÕES**

Editorial 5

Atualidades 60

Custos Operacionais 65

# Mais uma vez o mercado mostra que estamos na estrada certa.



*Pela 6ª vez, a Melhor Corretora de Seguros.*

*Pela 2ª vez consecutiva, a Melhor Gerenciadora de Riscos.*

*Pela 2ª vez consecutiva, o Melhor Fornecedor do Ano.*

O VII Prêmio NTC Fornecedor do Transporte 2004 mais uma vez destacou a Pamcary e seus serviços. Além de sua importância, o que nos deixa mais orgulhosos é saber que este prêmio é o resultado da escolha de profissionais que atuam no mercado de transporte de cargas. E que por isso, conhecem muito bem sua realidade. E agora reconhecem, novamente, a trajetória de inovações empreendida pela Pamcary. Agora é nossa vez de reconhecer: a todo este mercado e seus profissionais, o nosso sincero agradecimento por mais esta escolha.

# UM PASSO À FRENTE

**N**o Brasil há 51 anos, a Robert Bosch América Latina é, hoje, uma das líderes mundiais de produção de sistemas diesel para veículos. A área de tecnologia automotiva da planta brasileira representa 70% do faturamento anual da unidade. No segundo semestre de 2005, a empresa iniciará a produção de sistemas common-rail para veículos médios e pesados acima de 6 toneladas, o CRI-N, na fábrica de sistemas diesel, sediada em Curitiba (PR). Desde 2002, a Bosch produziu nessa unidade fabril cerca de 2 milhões de unidades do sistema common rail para veículos de até 6 toneladas – o CRI-P. Mais da metade da produção do CRI-N terá o exterior como destino, prevê Ronaldo Reimer, vice-presidente da Unidade de Sistemas Diesel da Robert Bosch América Latina. Em entrevista exclusiva para Transporte Moderno, o executivo diz que o lançamento contribuirá significativamente para a redução dos custos de produção de motores eletrônicos no País.

**TRANSPORTE MODERNO** – A Bosch do Brasil irá iniciar a produção de sistemas de injeção CRI-N (Common Rail) para veículos médios e pesados em 2005. Qual é a perspectiva de produção ainda para este ano e qual é a projeção para 2006? A previsão de exportar 50% da produção inicial está fixada apenas para 2005 e 2006 ou esse percentual pode aumentar?

**RONALDO REIMER** – Aqui no Brasil são produzidos apenas os injeto-



res (CRI = Common Rail Injector), que normalmente correspondem a 50% ou mais do valor do sistema como um todo. Os demais componentes como bomba, rail, caixa de comando eletrônica e sensores são importados. A previsão é iniciar a produção do CRI-N no início do quarto trimestre de 2005 para em meados de 2006 atingirmos o pico de produção. Mais da metade da produção será destinada ao mercado externo para equipar motores aptos a atenderem às normas de emissão EPA 2007 dos Estados Unidos. O restante será para atender a clientes do mercado interno, como os motores da Cummins, Iveco, MWM, usados em veículos da Volkswagen, Ford, Volvo, Agrale, Iveco e outros.

**TM** – A produção nacional destes sistemas de injeção irá baratear o preço final do motor?

**REIMER** – Sim. Definitivamente deverá dar uma contribuição significativa na redução dos custos dos nossos clientes, que passarão a ter

um risco cambial menor, e a economizar os custos e os impostos de importação dos injetores. Cabe lembrar, porém, que a necessidade de produzir novos motores eletronicamente controlados colocou nossos clientes em forte pressão de custos, dado que estes motores são muito mais sofisticados e caros que seus antecessores mecânicos. Toda a ação de nacionalização é, portanto, bem-vinda por nossos clientes, pois diminui a diferença de custos entre seus motores eletrônicos e mecânicos.

**TM** – Que percentual mundial de veículos pesados – ônibus e caminhões – já está usando o sistema common rail?

**REIMER** – Atualmente cerca de 15% do mercado mundial de ônibus e caminhões acima de 6 toneladas usam o sistema common rail, mas num futuro bem breve ele será o sistema dominante. Mas há uma grande expectativa de crescimento do uso desse sistema no mercado futuro.

**TM** – Metade da produção desses sistemas de injeção para pesados irá ao mercado externo. Para que países esses produtos serão exportados?

**REIMER** – Para os Estados Unidos equipando motores aptos a atenderem às normas de emissão EPA 2007.

**TM** – Da mesma forma, especificamente como serão aplicados os investimentos previstos para 2005, de R\$ 335 milhões, nas unidades brasileiras da Bosch. Alguma unidade terá prioridade? Por quê?

**REIMER** – Por conta da nova linha do CRI-N a unidade Diesel é que receberá a maior parte dos investimen-

tos, totalizando R\$ 225 milhões. Os outros R\$ 110 milhões serão aplicados nas áreas de Sistemas a Gasolina, Sistemas de Chassis, Energia e Eletrônica Embarcada e Ferramentas Elétricas. Todo este investimento é voltado para ampliação de linhas de produção e atender aos mercados externo e interno.

**TM** – *Mesmo sendo tecnologia de ponta, os sistemas de injeção eletrônica esbarram na manutenção, principalmente com o término da garantia de fábrica. Muitos usuários preferem “recauchutar” os componentes a trocá-los, devido ao alto custo de uma peça nova. Esse comportamento pode mudar com a nacionalização da produção?*

**REIMER** – Com certeza a nacionalização destes produtos de alta tecnologia agregada traz a redução de custos que se reflete fortemente nas opções do usuário no momento da manutenção, principalmente em um país onde há altas taxas de importação e grande dependência de flutuações do câmbio, o que encarece muito os produtos importados.

Mas a nacionalização dos produtos não é a única forma que a Bosch do Brasil está buscando para minimizar os custos de manutenção. Além destes grandes investimentos na planta de Curitiba, também estamos trabalhando fortemente junto à nossa matriz na Alemanha para viabilizar projetos de remanufatura destes produtos e até em conceitos de reparação, colocando no mercado os principais componentes destes sistemas; a idéia é poder proporcionar ao mercado ferramentas para a realização da manutenção do veículo com toda a qualidade e segurança dos produtos Bosch.

**TM** – *Já foi comprovado pelos usuários que comprar as peças que formam um veículo representa uma despesa até quatro vezes maior que o*

*valor do veículo pronto. Por que isso acontece?*

**REIMER** – Neste ponto é necessário levar em conta as diferenças que existem na comercialização das peças na reposição e na montagem de um veículo. No processo de fabricação, as peças são fornecidas às montadoras de forma direta e em grandes volumes, com ampla otimização no processo produtivo e logístico havendo, dessa forma, redução e diluição dos custos de transporte e estocagem. Na reposição de peças, além de todos estes custos adicionais que representam a produção em menor escala, transporte de mercadorias de forma mais “pulverizada” e necessidade de estocagem nos vários níveis da cadeia de distribuição, **deve-se acrescentar ainda os custos**

---

### **“O País faz parte da estratégia mundial de produção da empresa, mantendo uma excelente qualidade de produção, centros de competência mundial em desenvolvimentos de produtos e um nível de custos competitivos”**

---

de embalagens especiais, normalmente individualizadas e desenvolvidas de forma a garantir o fornecimento do produto em condições adequadas mesmo após o manuseio nas várias etapas da distribuição. Outro ponto relevante é o fato de normalmente haver na comercialização de peças de reposição alguns níveis a mais na cadeia, pois entre a fábrica e o consumidor final entram agentes intermediários como distribuidores, por exemplo. Atualmente, é questão de competitividade das montadoras e das autopeças otimizar suas cadeias de comercialização e seus custos para oferecer cada vez mais peças de reposição a custos aceitáveis para o consumidor.

**TM** – *O índice de competitividade da Bosch do Brasil está no mesmo patamar das unidades da empresa situadas na Alemanha, Japão e EUA?*

**REIMER** – O Brasil é competitivo nas linhas de produtos mecânicos e eletromecânicos com alto grau de nacionalização e alto padrão de qualidade na produção. Por isso, somos centro de produção de determinadas linhas de produtos para as Américas.

**TM** – *Qual foi o melhor período por que passou a Bosch desde que se instalou no Brasil?*

**REIMER** – A Bosch no Brasil acompanhou todos os altos e baixos da economia brasileira nos últimos 50 anos, procurando se adaptar da melhor maneira. Os últimos anos têm sido muito positivos com base no desenvolvimento da economia brasileira.

**TM** – *Na qualidade de uma das três maiores sistemistas do mundo, o que falta ao mercado brasileiro para popularizar – ou baratear – o mercado de peças?*

**REIMER** – Investimentos em novas tecnologias, e maior nacionalização das peças. Hoje a maioria das peças que compõem o sistema common rail, por exemplo, é importada. Estes componentes futuramente poderão ser alvos de estudo para produção local – caso haja necessidade de criação de capacidade adicional de produção, e caso isto esteja em linha com a estratégia global de manufatura da Divisão de Negócios – dependendo da escala de produção e da nacionalização possível.

**TM** – *Nos últimos anos, o mercado mundial está vivenciando um redirecionamento nas transações comerciais, em decorrência de novos mercados emergentes. Como a Bosch está projetando as novas transações comerciais – quais são os mercados mais promissores para os próximos cinco anos?*

**REIMER** – Exportamos principalmente para os Estados Unidos, Europa, China, Austrália, México e América Latina. Acreditamos que estes países, principalmente os Estados Unidos e China, têm muito potencial de crescimento.

**TM** – *E com relação à Argentina, há alguma perspectiva de realizar novas negociações de vendas, já que o país vive uma crise de credibilidade comercial?*

**REIMER** – Dependerá do acordo de dívidas que o governo argentino irá fechar. Mas a Argentina tem potencial de desenvolvimento econômico e é um importante parceiro do Brasil.

**TM** – *Quanto crescerão as exportações nos próximos cinco anos? Qual é o componente mais exportado e qual é o maior comprador internacional da Bosch do Brasil atualmente?*

**REIMER** – Esperamos manter as exportações no patamar de 50% do faturamento nos próximos anos. Os produtos automotivos são os mais exportados, principalmente os sistemas diesel e os sistemas de freios; mas também estamos ganhando mercado na Europa para os produtos elétricos. Esta exportação segue tanto para os Estados Unidos e a Europa quanto para a América Latina.

**TM** – *Qual é o país com mercado mais promissor para os próximos dez anos na América Latina?*

**REIMER** – Esperamos que a recuperação da economia na Argentina e Venezuela continuem. Nos demais países, devem se manter um crescimento estável como, por exemplo, no Chile e no México.

**TM** – *Qual é a principal diretriz da Bosch na área de Responsabilidade Social (em Tecnologia Automotiva)?*

**REIMER** – Produzir tecnologias, produtos e sistemas, que desde o processo de fabricação até a sua utilização no veículo sejam seguros, limpos e econômicos, além de terem qualidade e durabilidade. Esta é uma das formas que atuamos responsavelmente com relação ao meio ambiente.



**TM** – *Em percentuais, quanto representa a área de Tecnologia Automotiva brasileira para a Bosch mundial? Esse quadro mudará nos próximos anos?*

**REIMER** – Se formos analisar apenas a porcentagem sobre o faturamento do grupo, poderíamos dizer que ela é pequena, girando em torno de 5% do total da Bosch – o que também corresponde à relação da produção automobilística brasileira dentro da produção mundial de veículos. Mas na realidade o Brasil tem um papel estratégico para a Bosch. O País faz parte da estratégia mundial de produção da empresa mantendo uma excelente qualidade de produção, centros de competência mundial em desenvolvimentos de produtos e um nível de custos competitivos.

**TM** – *Qual é a política de relacionamento da Bosch mundial com seus concorrentes?*

**REIMER** – Nós respeitamos nossos concorrentes e nos posicionamos no mercado com o principal objetivo de sermos o melhor em qualidade, inovação e orientação ao nosso cliente de tal forma que nos garanta uma solidez no médio e longo prazos. Para isto precisamos ter um time cada vez mais treinado, dedicado, motivado e principalmente comprometido com os nossos fundamentos e valores.

**TM** – *Em termos de metas produtivas de sistemas e componentes para veículos, quais são as estimativas para 2005 na fábrica brasileira?*

**REIMER** – No segmento automotivo, estamos aumentando o volume de exportações principalmente em sistemas de chassis, sistemas diesel e sistemas a gasolina. Nos segmentos comerciais, os produtos do after market automotivo são os principais exportados.

**TM** – *Qual foi o faturamento da área de Tecnologia Automotiva da Bosch do Brasil em 2004, quanto cresceu em relação a 2003 e qual é a projeção de faturamento para 2005?*

**REIMER** – O faturamento da Bosch no Brasil, incluindo todas as suas unidades de negócio, foi de R\$ 3,6 bilhões em 2004, um aumento de 44% comparado ao faturamento de R\$ 2,5 bilhões em 2003. A área de Tecnologia Automotiva representou cerca de 70 % do faturamento de 2004 e cerca de 67% em 2003.

De forma geral, o crescimento registrado em 2004 ocorreu também com o aumento das exportações que passaram de 42% do faturamento em 2003 para 46% em 2004. Este aumento também se refletiu na área de Tecnologia Automotiva que é a principal exportadora de produtos. Para 2005 prevemos expansão de 5%.

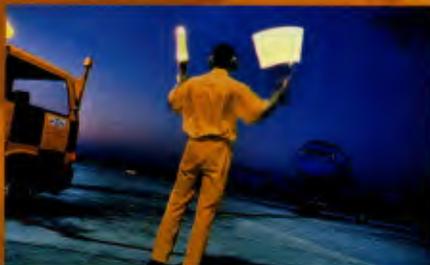
# AERO PRESS

## Rodo-Aéreo

Envios porta à porta  
personalizado



Funcionários treinados



Equipes **AEROPRESS**  
nos aeroportos



- Todas as capitais dos estados **em 24 horas.**
- Onde houver um aeroporto existe uma **AEROPRESS.**



**AEROPRESS**  
**em todo Brasil.**

### **Veja como funciona**

1. Você telefona para **AEROPRESS** e solicita a coleta de sua mercadoria.
2. Minutos após o seu chamado, um veículo **AEROPRESS** retira sua encomenda.
3. Imediatamente após a coleta, a **AEROPRESS** despacha sua mercadoria no 1º voo da linha aérea comercial.
4. No aeroporto de destino, um veículo da **AEROPRESS** providencia a entrega de sua encomenda ao destinatário final.
5. E tudo isso em um prazo recorde.
6. **AEROPRESS** é a divisão aérea do Grupo H.P que controla as empresas (Braspress / Rodex / Digilog Logística / Planex Encomendas e Planex Locações).

**CHAME-NOS (11) 6482.3500**

# LINHA CARGO, AGORA COM MOTOR ELETRÔNICO

A montadora começa a equipar seus caminhões com motor eletrônico para atender à norma Conama Fase 5 que exige a produção de veículos menos poluentes

**C**omeçam a chegar ao mercado os caminhões com motor eletrônico da Ford. Suas concorrentes já vinham incorporando esse tipo de motorização nos seus veículos comerciais para cumprir a legislação destinada a reduzir a agressão ao meio ambiente por veículos a diesel, especialmente nos centros urbanos. Conforme a determinação das autoridades ambientais, a partir deste ano pelo menos 40% da produção de caminhões devem ser de modelos com motores que atendam à norma de emissões

Conama Fase 5. Até o final de 2005, os outros 60% da produção terão de cumprir a mesma diretriz.

Os primeiros caminhões Ford com motor eletrônico são da Linha Cargo: o modelo leve C-815e e os médios C-1317e, C-1517e e C-1717e. A decisão de lançar modelos eletrônicos só neste ano faz parte da estratégia de marketing da Ford, que aproveitou ao máximo a vigorosa demanda de veículos com motor mecânico, isto é, de custo mais baixo, no último ano, para aumentar suas vendas, além de dar mais tempo ao desen-

volvimento do motor eletrônico e à preparação da rede para os novos produtos.

“A estratégia tem se mostrado correta. Os bons resultados da empresa em 2004 comprovam que tomamos a decisão certa de não antecipar o lançamento dos modelos eletrônicos”, afirma Flávio Padovan, diretor de Operações da Ford Caminhões. “Decidimos também que a rede de distribuidores deveria estar muito bem preparada para atender aos veículos com a nova motorização. O que já foi feito agora”.

As vendas internas da montadora no ano passado totalizaram 16.528 caminhões, 24,6% acima dos 13.269 de 2003, segundo os dados da Anfavea, a associação dos fabricantes de veículos. Em produção que engloba todos os modelos das linhas F e Cargo, o total alcançou 24.144 unidades no ano passado, comparados com 17.254 unidades em 2003. A Ford exportou 5.112 veículos em 2004, 83% acima das 2.794 unidades no ano anterior.

No esforço de aprimorar o atendimento aos transportadores, a montadora incorporou 13 novos grupos à rede, que hoje conta com 72 distribuidores exclusivos. Dentro dessa estratégia de rede, outras medidas tomadas foram a criação do posto avançado de serviços e a intensificação do treinamento, que incluiu a realização do primeiro seminário para chefes de oficina.

Os quatro novos modelos Cargo são equipados com motores eletrônicos Cummins Interact, de gerenciamento eletrônico de última geração, em versão projetada e desen-



Com os lançamentos, a Linha Cargo passa a oferecer 19 modelos

volvida especialmente para a Ford. Oferecem 45% mais potência (de 150 cv a 170 cv) e 30% mais torque em relação à motorização convencional, segundo a montadora. Com sua injeção por gerenciamento eletrônico common rail, o aproveitamento do combustível melhora, com uma economia de cerca de 10% em comparação aos motores mecânicos. O motor eletrônico também permite menor índice de emissão de poluentes e funcionamento mais silencioso, com ruído de passagem inferior a 78 decibéis.

Nos novos Ford Cargo, o painel de instrumento tem novo desenho, com 26 indicadores de advertência, e traz piloto automático como equipamento de série. Esses avisos indicam, por exemplo, trava da cabine aberta, freio de estacionamento acionado, levantamento do terceiro-eixo, utilização de freio motor. Seu acelerador eletrônico "drive-by-wire" oferece acelerações e retomadas rápida, com maior controle e economia. Outros itens que melhoram o conforto incluem ar-condicionado como equipamento de série e novos tecidos e padrões de acabamento interno de cor grafite na cabine.

Com o uso do motor eletrônico, os caminhões Cargo contam com um sistema de proteção que emite sinais



#### **O C-1717e destina-se a aplicações mistas, urbanas e rodoviárias**

de alerta e corta a potência em caso de falhas graves, o que evita danos ao veículo por operação indevida ou falta de manutenção. Além disso, há registro automático de todos os da-

dos do motor feito pela central de gerenciamento eletrônico, melhorando o controle de frota e ajudando no planejamento logístico das transportadoras.

O modelo leve Cargo 815e teve seu peso bruto total aumentado de 7.700 kg para 8.250 kg. Seu motor Cummins desenvolve 150 cv de potência e 56 kgfm de torque. Os modelos C-1317 e C-1517 possuem pbt de 13.000 kg e 14.500 kg, respectivamente, e o C-1717, 16.800 kg. Estes três modelos são equipados com motor Cummins Interact de 170 cv de potência e 61,3 kgfm de torque.

Antes de os modelos eletrônicos Cargo chegarem ao mercado, a Ford submeteu a testes 52 protótipos que rodaram mais de um milhão de km em condições normais de operação.



**O modelo C-815e, com pbt de 8.250 kg, tem potência de 150 cv**

# TRAJETÓRIA VENCEDORA

Empresa tem seu melhor desempenho em 25 anos de País e entra acelerada em 2005 para atender ao maior negócio em ônibus já feito pelo conglomerado Volvo



**VM23 da linha de semipesados Volvo, que vendeu 1.266 unidades em 2004**

**S**e no plano interno a Volvo do Brasil perdeu a liderança dos caminhões pesados para a conterrânea Scania, no contexto geral a montadora instalada em Curitiba só tem motivos para comemorar 2004, seu ano recorde desde que instalou no País, no final da década de 1970. Ao vender, ano passado, no mercado doméstico, um total de 6.354 caminhões, 35% mais que no exercício anterior com 4.713 unidades, tornou o Brasil o terceiro maior mercado mundial do grupo Volvo, na frente do rival Reino Unido, com 6.113 unidades. A subsidiária brasileira só ficou atrás do Irã (com 9.979 unidades) e dos Estados Unidos (21.183 unidades), o maior mercado do planeta e onde é dona da Mack.

Um conjunto de situações levou a empresa ao bom resultado. O primeiro foi o próprio mercado interno, aquecido. O segundo fator, não menos importante para seu desempenho, foi a entrada da linha de caminhões semipesados, com os modelos VM17 e VM23, lançados no final de 2003 e que em 2004 tiveram 1.266 unidades comercializadas. A Volvo já tem mais de 5% dos semipesados, segundo maior segmento de caminhões do País. A empresa entende que o VM (de 240 cv, principalmente) alia conforto e potência, indispensáveis para um caminhão que faz distâncias longas.

A Volvo é o segundo maior produtor mundial de caminhões. Em 2004, a empresa entregou 97.274 caminhões pesados, 29% mais que em 2003. Por região, a primeira em volume, a Europa, respondeu por 45% das vendas, a América do Norte absorveu 27% do total, o Oriente Mé-

dio ficou com 13%, a América do Sul pegou 8% e às demais regiões restaram 7% das unidades.

A América do Sul foi a terceira região de maior expansão, com 43%, atrás do Oriente Médio (72%) e América do Norte, com 52%.

Para 2005 a Volvo tem alguns cenários. Um deles, na área de ônibus, é muito animador. A empresa entrou em 2005 fechando um pedido de 1.667 ônibus para o Transantiago – o novo sistema de transporte coletivo urbano da capital do Chile –, o maior negócio do gênero já realizado pela empresa, no valor de US\$ 400 milhões.

O contrato envolve o fornecimento de 1.157 ônibus articulados B9 SALF e 510 modelos convencionais B7R LE para as empresas Subus Chile, Express de Santiago Uno e Inversiones Alsacia. Os articulados serão produzidos na fábrica da Volvo de Curitiba e os convencionais na unidade localizada em Borås, cidade próxima a Gotemburgo, Suécia, sede mundial do grupo.

A enorme exportação – ainda que parte dos veículos e dos componentes venha da matriz sueca – vai exigir uma operação de guerra em Curitiba. Isto porque um lote de 1 mil ônibus precisa estar em Santiago até agosto.

O encarroçamento será todo feito por empresas brasileiras, Marcopolo, Caio e Busscar. Montados, os ônibus seguirão por terra até o país vizinho, num longo percurso que tem de enfrentar a Cordilheira dos Andes. Só de frete, para levar rodando os quase 1,7 mil ônibus, a despesa, custeada pela Volvo, gira ao redor de US\$ 3 milhões.

Está claro que o grande negócio da empresa, no Brasil, é o segmento de caminhões. Neste veículo, as exportações são importantes, mas não são os maiores volumes. Os mercados para os quais o Brasil exporta estão preferencialmente na Améri-



**Tommy Svensson: lucro em 2004 e perspectiva de manter a expansão**

ca do Sul. Em 2004 foram enviados 400 caminhões para a China, mas esse mercado começa a ser suprido pela produção local.

O filão em caminhões da Volvo do Brasil, sem dúvida, é o mercado brasileiro, que no ano passado concentrou 85% de sua produção. O atual gerente nacional de vendas de caminhões pesados (trata também dos mercados da América do Sul) Bernardo Fedalto, funcionário da subsidiária desde sua inauguração, em 1979, calcula em 5% a taxa de crescimento do segmento pesados para 2005. Não se prevê a repetição de crescimento como se viu em 2004, de 40%, principalmente por causa da queda dos preços internacionais dos grãos. Pode-se, em consequência, prever também algum recuo dos preços de caminhões, que em 2004 atingiram

seus maiores picos históricos.

O fato de ter se tornado o terceiro maior mercado individual do mundo da Volvo, responsabilizar-se pela maior exportação de ônibus já feita pela companhia, ter um transporte calcado em cima do setor rodoviário, estar explorando vocações de grande produtor de commodities agrícolas, colocam o Brasil no alvo das atenções quando se trata das potencialidades mundiais em veículos comerciais.

Tommy Svensson, presidente da subsidiária brasileira da Volvo, diz que a operação – que faturou ano passado R\$ 2,6 bilhões – está no azul. E a perspectiva, ainda que com algum desvio de rota ocasional, é manter a expansão. A trajetória até aqui avaliza esse caminho. Em 1985 o mercado brasileiro de caminhões acima de 15 toneladas era de 8 mil unidades. Até 1993 patinou, não passando de 9 mil unidades. Em 1995 aumentou para 20 mil unidades, deu um salto para 27 mil unidades em 1997, recuou para 23 mil em 2000 e, dali em diante, só tem crescido, a ponto de atingir 49 mil unidades em 2004 e se preparar para cruzar a linha de 50 mil veículos em 2005. 🚛

### MAIORES MERCADOS DA VOLVO

(Vendas de caminhões acima de 15 toneladas em 2004)

	Unidades
Estados Unidos	21.183
Irã	9.979
Brasil	6.354
Reino Unido	6.113
Países Nórdicos	5.557

Fonte: empresa

# ARMAS PARA MANTER O TOPO

Com a liderança retomada em 2004, empresa lança novos produtos, amplia portfólio de aplicações e busca nichos no segmento de caminhões pesados

**A** marca Scania entrou em 2005 com boas novidades e muito disposta a não largar mais o bastão de líder histórica dos pesados, título perdido em 2002 e 2003 (quando reajustou os preços em 25%) e retomado em 2004, com a venda de 6.093 caminhões, alta de 48,4% sobre o exercício anterior, acima do segmento, que cresceu 41,1%, segundo dados da Anfavea, a entidade que reúne o setor de montadoras.

Para se manter no topo, uma estratégia da subsidiária da empresa de origem sueca, que teve em 2004, no Brasil, seu maior mercado mundial, é dar ênfase à ocupação de nichos. O lançamento simultâneo em todos os mercados mundiais, em outubro último, do motor de 9 litros, com 5 cilindros, é uma de suas armas de combate. Esse propulsor de injeção eletrônica de combustível se enquadra na norma Euro III (e já está preparado para a futura Euro IV) e também atende à norma de ruídos de 80 dB(A), que passa a ser exigida no Brasil a partir de 2006.

Além de cumprir e se antecipar a legislações brasileiras, a empresa, com o motor de 9 litros, passa a cobrir potências

de 230 cv, 270 cv e 310 cv, substituindo a geração anterior, respectivamente, com 220 cv, 260 cv e 300 cv.

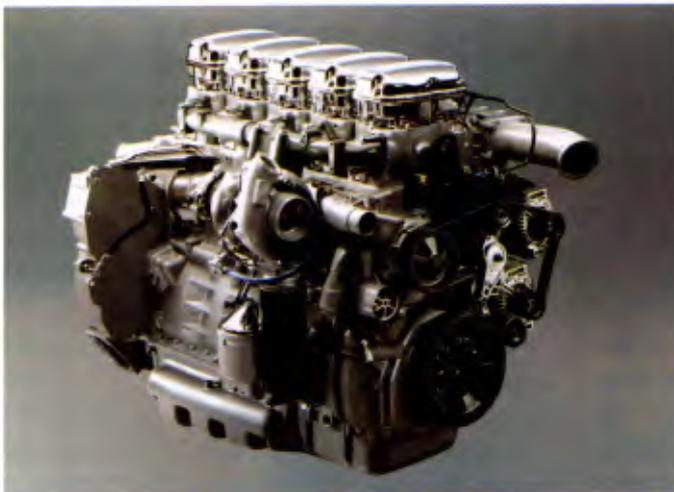
Porém, mais potência, apenas, não se põe na mesa. O novo motor, chamado DC9, permite operação em alto torque e em baixas rotações, condição que traz dois ganhos ao usuário: maior vida útil dos componentes e menor consumo de combustível.

A Scania explica que estruturalmente o DC9 é baseado nos motores de 11 e 12 litros, já lançados. Ou seja: traz cabeçotes individuais, quatro válvulas e a unidade de injeção, posicionada perpendicularmente, no centro do pistão, o que aperfeiçoa a queima do combustível. Interessante, também, é a comunização de 40% dos componentes entre esses motores. A uniformidade dos proje-

tos avançou sobre o bloco do motor, derivado dos motores de 11 e 12 litros. Mas, como no DC9 há um cilindro a menos, esse motor ganhou um conjunto de balanceadores com a função de eliminar indesejadas oscilações de rotação causadas pelo número ímpar de cilindros.

A cabine que veste o motor DC9 é a P (sigla de configuração cara-chata, rebaixada), indicada, entre outras aplicações, para viagens rápidas, sem pernoites, na distribuição logística ou transferência de cargas. A marca, ao oferecer vantagens tecnológicas, não quer entrar em guerra de preços para viabilizar comercialmente seu "pequeno grande Scania", como definiu em título de apresentação sua revista interna Rei da Estrada. A meta é vender 500 unidades em 2005, número modesto, mas que, de acordo com a empresa, é capaz de atender ao cliente da marca que precisa de um produto, por exemplo, para puxar carreta de três eixos. A idéia é que o cliente não tenha mais que buscar na concorrência aquilo que a Scania não oferecia.

Na verdade, a enxurrada de bitrens – a estimativa da Scania é que 75% dos veículos com potência de 360 e 400 cavalos foram aplicados em bitrem durante 2004 – trouxe a necessidade de se criar potência para puxar carretas de três eixos. Volkswagen, com o Titan, e Ford, com o MaxTon, lançaram cavalinhos para essa configuração, com bons resultados de vendas. A Scania, com a linha P e motor DC9,



O motor DC9 cobre potências de 230 cv, 270 cv e 310 cv

posicionou a versão de 310 cv para a configuração de carreta com três eixos num preço cerca de 30% menos que o cavalo de 360 cv, preferencialmente escolhido para bitrens.

Outro nicho de mercado para o Scania P310 é no serviço de terreno difícil, como, por exemplo, no trabalho de puxar materiais para construção de estradas. A empreiteira Conter testou um protótipo, na versão 6x4 equipado com caçamba trucada, durante 28 meses, perfazendo 72,5 mil quilômetros em percurso entre a usina de asfalto e a obra. Outro teste, com P310 4x2 foi feito pela empresa Comércio e Transporte Areia e Pedra Agregado. A experiência durou 20 meses perfazendo 283,5 mil quilômetros. A redução de consumo (em relação à frota normalmente operada, com veículos Scania e concorrentes) foi um aspecto ressaltado pelas empresas que fizeram os testes de campo.

Há pelo menos dois *fronts* na área de caminhões Scania. O mercado externo – que vem tomando 60% da produção da subsidiária brasileira – é importante para ocupar a capacidade instalada e provocou, no ano passado, a decisão de adotar o segundo turno na linha de montagem.

O outro é o mercado doméstico. Se nas vendas externas, o aquecimento da demanda mundial está exigindo saudáveis esforços produtivos no Brasil, no mercado interno a ocupação de nichos é uma forma de enfrentar instabilidades conjunturais. O mercado de grãos, em 2005, embora o Brasil tenha plantado no mesmo nível do ano passado, sofreu baixa de preços. Isso, claramente, mexe com o mercado de caminhões, que não tem mais a fila de seis meses de espera que se via em 2004.

O que se discute é se essa demanda menos aquecida poderá baixar os preços dos caminhões, que, em 2004, atingiram uma de suas maiores cotações históricas. As montadoras ar-



**Scania K 310: novo motor eletrônico de 9 litros e potência de 310 cv**

gumentam que insumos como o aço, principalmente, tiveram acentuada elevação de preços, um dos motivos listados que impediriam descontos promocionais na comercialização de caminhões.

Mesmo com esse quadro, a Scania entende que a safra precisa ser transportada e o máximo que pode ocorrer é a estabilização do mercado de pesados no nível de 2004, quando a comercialização foi a maior de todos os tempos, na casa de 25 mil unidades.

Além do uso convencional, a marca de origem sueca aposta na ampliação de nichos que estão se abrindo para os veículos peso pesados, entre eles a mineração e a cana. A Scania tem para o mercado de mineração, por exemplo, o modelo 8x4 com capacidade de carga de 32 toneladas e peso bruto total de 42 toneladas. Pode ser equipado com motores de 360 cv, 400 cv e 420 cv. Traz como itens de série freios retarder, horímetro, vidro traseiro, tomada de força, ar-condicionado, suspensão de cabine a ar e barra estabilizadora do eixo traseiro. A versão P420 8x4 custa R\$ 380 mil. A Scania vendeu no ano passado para esse mercado um total de 160 unidades, três vezes o volume do ano ante-

rrior. Para 2005 a meta é crescer 20%.

Outro negócio, o mercado canavieiro, que sempre demandou uso de caminhões pesados, agora, está revigorado pelo lançamento de carros flex-fuel e com as exportações crescentes de álcool e açúcar.

**CHASSI DE ÔNIBUS** – A Scania lançou o chassi de ônibus K 310, que incorpora o novo motor eletrônico DC9 21, de 9 litros, já obedecendo à norma de emissões Conama P5 (Euro 3). O chassi é indicado para o transporte de passageiros em curtas e médias distâncias, incluindo fretamento, turismo e receptivo de eventos. Com 1.550 Nm entre 1.100 e 1.300 rotações, tem o maior torque de seu segmento, segundo a Scania. Sua potência de 310 cv é obtida com rotação bem baixa, de 1.900 rpm. A caixa de mudanças do K 310 tem sete marchas à frente e acionamento pneumático Comfort Shift. A capacidade de carga dos eixos do K 310 é de 19.500 quilos. Para divulgar o novo veículo e repetir o sucesso do Projeto K 94 do ano passado, a montadora realizará nova turnê com sete ônibus, encarroçados pela Marcopolo, Busscar, Irizar e Comil, com o objetivo de visitar 500 clientes potenciais em todo o Brasil neste semestre.

# MERCADOS DIVERSIFICADOS

Montadora prepara-se, em 2005, para novo recorde de exportações, resultado de política focada no mercado externo que privilegia a pulverização de importadores

**Q**uem passa por São Bernardo do Campo, na região do ABC paulista, vê uma montadora num ritmo especialmente forte de operação – como poucas vezes se viu em quase 50 anos de sua história no País. Trata-se da fábrica da DaimlerChrysler do Brasil, onde são produzidos caminhões e ônibus da marca Mercedes-Benz.

Essa cadência acelerada tem muito a ver com o aquecimento do mercado doméstico nas vendas de caminhões e ônibus. A Mercedes, líder nos dois segmentos, é um espelho dessa realidade. Mas, também importante para a empresa, é seu ritmo de maior exportador do gênero no País. Em 2004, de cada 100 caminhões exportados pelo Brasil, ela vendeu 33. Em ônibus, a cada 100 unidades, embarcou 68.

E o ritmo está longe de sofrer interrupções. Para 2005, o programa prevê exportações de 20 mil veícu-

los, dos quais 12 mil ônibus e 8 mil caminhões – 20% acima do realizado em 2004. Fora isso, há o papel de grande supridor da subsidiária às congêneres internacionais de motores pesados, câmbios e eixos.

Em caminhões e ônibus, o Brasil fornece regularmente para cerca de 40 países nos cinco continentes. A competência de centro de desenvolvimento mundial de chassis de ônibus que a subsidiária exerce há cerca de uma década pavimentou a trajetória para a escalada nas vendas externas. Outras razões, não menos importantes, claro, são a competitividade e o crescimento de demanda mundial por veículos comerciais.

É evidente que a soma de competências mais o fator conjuntural contribuem para os bons resultados de um histórico com foco bem definido nas exportações como forma de consolidar o negócio e até de aliviar tensões em momentos de baixas no mercado doméstico.

No histórico da Mercedes-Benz brasileira, no período que vai de 1961 a 2004, a marca exportou 117 mil ônibus, cerca de 75% do total embarcado pelo País nes-



Ônibus Mercedes-Benz O 500 M a caminho do Kuwait

## DESEMPENHO EM 2004

(Caminhões e ônibus em unidades)

Produção	49 mil*
Exportação	16,7 mil**; 20 mil***
Empregos gerados	1.800

\* Maior em 24 anos; \*\* maior de todos os tempos; \*\*\* previsão 2005. Fonte: DaimlerChrysler do Brasil

sas mais de quatro décadas. Em caminhões, em tempo menor (entre 1965 e 2004) o volume exportado pela empresa foi maior (146 mil unidades), equivalente a 42% do total de 350 mil caminhões exportados pelo País.

No balanço final de veículos comerciais – caminhões e ônibus – a marca Mercedes exportou em torno de 263 mil unidades em mais de 40 anos, o que corresponde a mais da metade dos 510 mil veículos que o Brasil mandou para o exterior.

**MERCADOS COMPRADORES** – A exportação de ônibus puxa o maior número de veículos exportados. Explica-se: o Brasil é um dos maiores produtores mundiais do gênero e, isso, permite escala, competitividade e – devido ao tipo de pavimento e uso em geral – também uma adequação de aplicabilidade às condições enfrentadas na realidade dos países emergentes que encomendam os veículos.

Em ônibus, o Chile é quase sempre o principal comprador da Mercedes-Benz. Tem comprado em torno de 2 mil ônibus por ano, sendo que em 2004 absorveu 2,7 mil. Junto com o Chile, Argentina, Egito, Equador e Indonésia formaram, no ano passado, os cinco maiores importadores de ônibus da marca.

Em caminhões, o ranking dos cinco maiores compradores foi liderado pela Argentina, seguido por Chile, Venezuela, Egito e Equador.

A diversidade de mercados – que engloba até mesmo China, Índia, Austrália, Nova Caledônia – permite consistência e sustentação aos negócios externos e nível estável de atividade pelos lados de São Bernardo. ■

# PASSOS NOVOS E CONSISTENTES

**Empresa contrata pessoal para segundo turno em Resende, Rio de Janeiro, fábrica criada no Brasil e cujo conceito de consórcio modular está sendo exportado**

**A** fábrica de caminhões e ônibus da Volkswagen em Resende, no Rio de Janeiro, entrou numa nova fase de sua existência. Começou a contratar pessoal para implantar o segundo turno. De 150 unidades diárias, o ritmo vai para 170 caminhões e ônibus. A maior parte da produção é para atender à demanda interna da marca que lidera as vendas de caminhões a partir de 7 toneladas brutas e é vice-líder no segmento de chassis de ônibus.

O crescimento da Volkswagen tem sido forte e consistente e, para garantir o ritmo, a empresa não quer se descuidar. Dois novos caminhões estão programados, um no segmento de semileves, de 5 toneladas brutas, outro na faixa dos pesos pesados, na faixa de 45 toneladas. Com isso, a marca ingressa em dois segmentos em que não atuava.

Está claro que a Volkswagen não tem mais o espaço para crescer no ritmo de 25% ao ano, como vinha fazendo. Sabe e admite que qualquer ponto percentual que ganhar terá alto custo. Por isso, sem se descuidar do mercado doméstico, a empresa vem montando estrutura de exportação. A combinação dos dois mercados é que sustentará a expansão daqui para frente e deverá garantir a continuidade da lucra-

tividade, cultivada desde 2000. Antes disso, o azul não era contabilizado por conta da amortização do investimento feito na fábrica de Resende, concluída no final de 1996 e uma das peças-chave para o sucesso da marca.

Debaixo do mesmo teto convive o consórcio modular – como são chamadas as parceiras da Volkswagen



**Sete consórcios fazem montagem em Resende**

que operam cada qual fazendo sua parte na montagem dos caminhões e ônibus. Além da Volkswagen, há sete consorciadas – separadas por apenas uma linha amarela pintada no chão.

No Brasil os sete consorciados respondem por montagens de grupos componentes específicos. Assim, o chassi é montado pela Maxion; o eixo e suspensão ficam a cargo da americana Arvin Meritor; rodas e pneus são tarefa da Remon, associação que reúne a Bridgestone, Maxion e Borlen; a armação da cabine

é função da Delga, a pintura é assumida pela Carese; o acabamento interior da cabine é competência da Siemens/VDO; a montagem do tremde-força fica com a Powertrain, uma associação entre MWM e Cummins, caso raro de concorrentes que se juntaram em torno de uma missão específica. O consórcio tem mais de 3 mil empregados.

O mesmo modelo de linha de montagem de Resende – só que em tamanho reduzido – está sendo exportado. Ou seja: a expertise brasileira da fábrica enxuta, o chamado consórcio modular, já está sendo implementado no México enquanto se prepara para ganhar dois novos endereços: África do Sul e Abu Dhabi, nos Emirados Árabes Unidos.

O fato de o negócio ter dado certo elevou o status de todos, incluindo a diretoria. Assim, o brasileiro Roberto Cortes passou a acumular a vice-presidência da Volkswagen Veículos Comerciais no Brasil com o cargo de chefe executivo mundial do negócio de veículos comerciais.

Dentro dos negócios da Volkswagen ao redor do mundo, a área de caminhões e ônibus é certamente das poucas sem certidão germânica de nascimento. Os veículos comerciais são concebidos, experimentados, desenvolvidos e exportados a partir do Brasil.

O fato de a Volkswagen alemã não ter a expertise no assunto contribuiu para a autonomia do negócio de veículos comerciais no Brasil. Porém, não se deve subestimar a competência do pessoal brasileiro que criou um negócio feito com posição destacada no portfólio do conglomerado. 🇧🇷

# VARIGLOG: NOVO CICLO DE EXPANSÃO

**Empresa investe em aumento de capacidade para ingressar em novos mercados externos e dobrar o volume dos negócios de carga expressa**

**A** VarigLog não tem do que se queixar. Seu faturamento, em 2004, bateu na casa dos US\$ 500 milhões, um desempenho acima da média obtida pelo mercado e que passa ao largo da crise na qual se arrasta a aviação civil.

“Fechamos o ano com US\$ 497 milhões de receita, 23,5% a mais do que a do exercício anterior”, comemora João Luís Bernes de Sousa, presidente dessa subsidiária da Varig, braço do grupo controlado pela Fundação Rubem Berta responsável pelo transporte de carga no Brasil e no exterior. Daquele total, as operações internacionais respondem por 74%, e o mercado doméstico, os outros 26%. Para 2005, Sousa acredita que poderá faturar US\$ 630 milhões, lembrando que a meta da companhia é chegar a US\$ 1 bilhão, nos próximos cinco anos.

Mas o presidente da VarigLog está cheio de planos para 2005. A empresa, segundo ele, acaba de incorporar à sua frota dois aviões MD11F, equiparando-se assim às grandes operadoras de transporte de carga dos Estados Unidos e da Europa. Ao mesmo tempo, passa a ser a única da América Latina a operar com essas aeronaves, que têm capacidade para transportar 90 toneladas de carga, cada uma delas. Com essas aquisições, a expectativa é que as operações da VarigLog este ano nos



**Bernes de Sousa: meta é faturar US\$ 1 bilhão dentro de cinco anos**

mercados interno e externo cresçam pelo menos 20% em relação a 2004.

Cada MD11F transporta cerca de 20 toneladas a mais do que os atuais DC10F da empresa, que serão substituídos nas rotas para Los Angeles (Estados Unidos) e Frankfurt (Alemanha), com escalas no Brasil e na América Latina. Ambos foram adquiridos numa operação de arrendamento por cinco anos e custarão cerca de R\$ 900 mil mensais mais uma taxa de utilização de US\$ 930 por hora. Um terceiro aparelho MD11F está previsto para chegar até o final do ano.

“Esse aumento na capacidade está alinhado aos esforços do governo e dos empresários para o desenvolvi-

mento do comércio exterior”, justifica Bernes de Sousa. Segundo ele, o investimento é proporcional ao aumento da participação brasileira no mercado internacional, especialmente na área de produtos de maior valor agregado como computadores, partes, peças e componentes de motores, artigos de couro, vestuário, entre outros. Só para se ter uma idéia, o executivo lembra que, nos últimos oito meses de 2004, chegou a embarcar com destino ao mercado norte-americano cerca de dez toneladas diárias de freios de automóveis.

Inicialmente, a intenção da Varig Log é dobrar a frequência dos vôos para os mercados em que já atua. Passar de quatro para oito o número de frequências semanais com destino aos EUA, e de duas para quatro por semana, com destino à Europa. Além disso, a partir ainda deste primeiro semestre, terá operações regulares para a África do Sul, com pelo menos dois vôos semanais até o final do ano, quando até lá, quem sabe, também já estará operando com destino a Xangai, na China.

Hoje em dia, o grande mercado da empresa de transporte de carga da Varig ainda é a Europa, que responde por 43% do seu tráfego internacional. A América do Norte vem logo depois, com 30%, seguida da Ásia, com 16%, e da América do Sul, com os 11% restantes.

Outro investimento programado para este ano é na automatização dos terminais de carga do aeroporto de Guarulhos, em São Paulo. Estão previstos entre US\$ 2 milhões e US\$ 3 milhões no novo sistema de



**Com frota de onze aviões, incluindo os novos MD11F, a VarigLog vai dobrar frequências para EUA e Europa**

rastreamento de cargas que irá substituir a leitura de código de barra por chips.

**CARGA EXPRESSA** – A VarigLog é especializada no transporte de cargas industriais. Este ano, no entanto, deverá entrar de cabeça no mercado de cargas expressas, segmento considerado “fundamental” pela empresa, mas ainda pouco expressivo no universo dos negócios realizados. No ano passado, o Velog, serviço de entrega de pequenas encomendas, faturou cerca de US\$ 30 milhões, valor que corresponde a apenas 6% do movimento doméstico da VarigLog.

Em 2005, Sousa acredita que a carga expressa deverá quase dobrar de tamanho dentro da companhia, tarefa facilitada pela inesperada batida em retirada da Vasp e do concorrente Vaspex, uma rede de mais de 300 franqueados. A expectativa é que dos 7 mil conhecimentos emitidos

diariamente, o Velog passe a emitir cerca de 13 mil por dia, principalmente devido à migração de clientes da Vaspex. O número de franqueados Velog também deverá crescer dos atuais 147 escritórios para pelo menos 300.

Com isso, a VarigLog vai antecipar não só a expansão da rede terceirizada de aviões de pequeno porte que atua no território brasileiro, como ainda acelerar o processo de parceria com grandes empresas do setor, como UPS e Federal Express, para chegar ao mercado internacional de pequenas encomendas.

O serviço de entregas regionais de cargas expressas cobre 4,4 mil dos 5,5 mil municípios brasileiros. São seis aviões Cessna Gran Caravan, número que, de acordo com o presidente da VarigLog, poderá chegar a 12 até o final deste ano.

A empresa foi criada em agosto de 2000, mas começou a operar no iní-

cio do ano seguinte. Com seus 1,3 mil funcionários, realiza o transporte de todo tipo de carga em uma frota que, sem contar os novos aviões MD11F, é composta de nove aviões cargueiros (três DC10F e seis 727F), mais os porões dos aviões de passageiros da Varig.

Entre outros títulos, é apontada como a maior empresa transportadora de cavalos no País (2 mil animais transportados no ano passado). Além do serviço regular de transporte de cargas industriais, a companhia é atualmente responsável pelo transporte de 70% do dinheiro em circulação no País e tem gravado em seu currículo o transporte do altar principal do mosteiro de Olinda (PE) para um museu de Nova York. No final do ano passado, cercado de todo o sigilo para evitar a ação da pirataria, sua frota foi utilizada para levar 490 mil cópias do último CD de Roberto Carlos a 600 municípios brasileiros. 

# MAIS VÔOS OFFSHORE

A Líder compra dez novos helicópteros para transporte entre continente e plataformas marítimas da Petrobras na Bacia de Campos

*Sonia Crespo*

**P**ara algumas empresas, como a Líder Transportes Aéreos, o conceito de empreendedorismo não tem fronteiras. Vencedora da última licitação da Petrobras

para operar, durante cinco anos, no transporte de operários e equipamentos entre o continente e as plataformas marítimas na Bacia de Campos, no litoral sudeste, a com-

panhia saiu em busca de recursos para comprar novos helicópteros – uma das exigências da empresa petrolífera. A verba necessária para a aquisição de dez novas aeronaves, de US\$ 60 milhões, foi levantada por meio de empréstimo do Ex-Im Bank – um tipo de BNDES do governo americano –, para ser amortizada nos próximos 15 anos.

Direto da fábrica americana de helicópteros Sikorsky – um dos braços da holding United Technologies, que também administra as fábricas de elevadores Otis e de equipamen-



Os helicópteros da Líder trabalham basicamente entre as plataformas marítimas da Petrobras e o continente

tos para refrigeração Carrier – já estão chegando ao Brasil as dez aeronaves modelo S-76C+, com capacidade para 12 passageiros, mais piloto e co-piloto. Em todas elas foi realizada uma pequena customização, dentro da oficina própria de manutenção da Líder, para viabilizar o uso do equipamento em território nacional. Eduardo Vaz, diretor geral da Líder, valoriza o serviço doméstico de adaptação das aeronaves e aponta suas vantagens: “Além da qualidade, aqui temos uma economia de US\$ 700 mil por unidade”, compara.

Agora são 38 helicópteros na frota da Líder, que trabalham basicamente em serviços offshore – transporte de operários e maquinários entre as plataformas de prospecção e extração de petróleo na Bacia de Campos (RJ) e as bases no continente, localizadas no Rio de Janeiro e Espírito Santo – além de outros pontos sediados no Nordeste e no Amazonas. A Bacia de Campos é o principal distrito petrolífero do Brasil e



**Para o transporte executivo, a frota é de 16 aviões, incluindo 14 jatos**

ocupa uma área de 100 mil km<sup>2</sup>, que se estende desde Vitória, no Espírito Santo, até Cabo Frio, no Rio de Janeiro. Nessa área, encontram-se em operação mais de mil poços de petróleo e gás, 40 plataformas fixas e móveis e 4.200 dutos submarinos, que produzem 1 milhão de barris de óleo e 15,7 milhões de m<sup>3</sup> de gás por dia – 80% e 42% da produção nacional, respectivamente.

A frota de helicópteros da Líder tem idade média de 25 anos – sem contar as novas aquisições – e pode

ser considerada jovem, já que a vida útil de um helicóptero é de 50 anos. Nesse segmento desde 1972, a Líder detém hoje praticamente 50% do mercado de movimentação aérea offshore no País. “Calculamos que trabalhem nessas operações aproximadamente 70 helicópteros; mais da metade dessa frota é nossa”, comenta Eduardo Vaz. Por mês, a empresa computa cerca de 100 horas de voo entre as plataformas e o continente. Esta é a principal atividade de transporte da Líder, superando até o transporte executivo de passageiros, para a qual a empresa tem uma frota específica de 16 aeronaves – duas turboélices e 14 jatos.

Eduardo Vaz detalha que 30% do faturamento da empresa provém dos serviços offshore, superando outras duas grandes fontes de faturamento da companhia: os serviços de manutenção, para as aeronaves da empresa e para terceiros, que representam 25% do faturamento total, e o transporte executivo, que corresponde a uma fatia de 20% na receita da empresa. Pequenos serviços como apoio a aeronaves em terra, auxílio-navegação e venda de aeronaves, entre outros, são as demais fontes de rendimento da Líder, que em 2004 registrou faturamento de R\$ 330 milhões. Para 2005, com a frota de helicópteros reforçada, a perspectiva da Líder é aumentar seu faturamento entre 5% e 10%. ■

## UMA EMPRESA COM OS PÉS NO CHÃO

Prestes a completar 47 anos, a Líder deixa no rastro de seu voo de sólidos empreendimentos a determinação nas operações, desde que o fundador, José Afonso Assumpção iniciou as atividades da companhia com três monomotores Cessna 170-A, em 1958. Bastaram apenas quatro anos para que a frota crescesse para 12 aeronaves monomotores e lançasse no mercado brasileiro o primeiro avião bimotor. Foi a partir de 1963 que a Líder decidiu investir em oficina própria, surgindo daí o próspero segmento de serviços de manutenção para terceiros. Em 1968, inova outra vez: traz para o Brasil o primeiro jato executivo, o Learjet 24 (PT-CXJ) – marca que passaria a representar durante 25 anos no País.

As operações offshore tiveram início em 1973, quando a companhia ganhou a primeira concorrência de prestação de serviços para a Petrobras – hoje mantém mais de 30 contratos em operação – ao comprar seus primeiros helicópteros Sikorsky S-58-T. A partir de 1980, fecha negócio com a fabricante de helicópteros Bell Textron para apresentar a marca no País – acordo que se manteve até 2003. A parceria Líder-Bell chegou a conquistar, em meados da década de 1990, 50% da frota civil e militar de helicópteros do Brasil. Em 1995, a Líder construiu seu hangar particular no Aeroporto de Congonhas, em São Paulo, com capacidade para acomodar até 40 jatos e 30 helicópteros.

# PERCURSO DIVINO

A Barcas coloca três novas embarcações na Baía da Guanabara para levar passageiros da Praça XV até o recém-inaugurado terminal Charitas, em Niterói

*Sonia Crespo*



**Um dos três novos catamarãs da empresa Barcas que entraram em operação em novembro de 2004**

**Z**eus, Apolo e Netuno podem ser vistos todos os dias na Baía da Guanabara, Rio de Janeiro, desde novembro último. Deuses do céu, do sol e dos mares, respectivamente, de acordo com a mitologia grega, esses nomes foram escolhidos para batizar os três novos catamarãs da empresa Barcas que fazem o trajeto da Praça XV, na cidade do Rio de Janeiro, até a recém-inaugurada estação Charitas, em Niterói (RJ).

A linha é uma das duas mais movimentadas da empresa, que tem a

concessão estadual para operar o transporte hidroviário de passageiros nesta área desde fevereiro de 1998. A outra linha de grande procura por passageiros é a que liga a Praça XV ao terminal Niterói. A diferença entre as duas linhas, que conduzem ao mesmo município, é que o trajeto para Charitas pode ser feito em catamarã seletivo – a um preço um pouco mais alto, enquanto o transporte para Niterói pode ser feito também em embarcações populares. Além do preço e da comodidade, há também uma pequena

diferença no tempo da viagem: para Charitas o percurso leva 15 minutos; para Niterói, 11 minutos.

O terminal Charitas, projeto de Oscar Niemeyer, chama a atenção pelas linhas arrojadas de sua fachada e passa a ser mais um ponto atrativo de Niterói, juntamente com outras reestruturações que vêm sendo feitas na cidade, como o Museu de Arte Contemporânea, também de autoria de Niemeyer, operação desde novembro último, o local tem 2 mil m<sup>2</sup> de área construída, que é basicamente um enorme salão pano-



**Terminal Charitas, projeto de Oscar Niemeyer, é mais um ponto atrativo de Niterói**

râmico, em formato circular, com vidros fumê. Para apoio foram implantadas lojas de conveniência, a exemplo do que vem acontecendo em terminais aéreos e rodoviários de passageiros de todo o País. Entre as alas de circulação e de apoio, foi instalado um espaçoso restaurante. "É um ambiente muito acolhedor e podemos dizer que tem estrutura de uma das melhores estações hidroviárias do estado", avalia Francisco Vivas, gerente técnico da Barcas.

"Precisávamos desafogar o trânsito que vinha se intensificando no terminal Niterói. Com o terminal Charitas, é possível oferecer mais comodidade e um bom serviço, já que os três catamarãs que estão operando a linha são para transporte seletivo", esclarece Vivas. Ele diz que a linha atende basicamente passageiros que moram na zona sul de Niterói, como Icaraí, São Francisco, Charitas e Santa Rosa, e na região oceânica. O moderno terminal Charitas dispõe de estacionamento para 150 carros, fechado e com segurança. O sistema de integração no transporte barcas-ônibus também já está em funcionamento.

Aldeia fundada em 1573, Niterói foi expandindo gradativamente as comunicações marítimas. Naquela época, ainda raras, as travessias entre as cidades do Rio de Janeiro e Niterói eram feitas em pequenas galeotas. Foi só a partir de 1835, o Rio passou à condição de capital do estado – e realizou diversos desenvolvimentos urbanos – que surgiu a implantação das barcas a vapor. Já na década de 1960, mesmo com as grandes balsas em operação, a travessia marítima para quem estivesse de carro era penosa e, com a espera, durava em média uma hora. A única opção para quem quisesse chegar a Niterói seria contornar a baía, até Magé – percurso de mais de 100 quilômetros. Foi só na década de 70, com a inauguração da Ponte Rio-Niterói, que o trajeto entre os dois municípios melhorou bastante. Atualmente, os passageiros a pé preferem fazer o percurso pelas barcas, já que a travessia pela ponte, em ônibus, pode levar até 40 minutos, se houver congestionamento. "E os preços das passagens praticamente se equiparam", comenta o gerente técnico Vivas.

**ESTALEIRO PRÓPRIO** – Os três catamarãs com nomes de deuses têm capacidade para transportar, cada um, 237 passageiros. Singram pelas águas da baía desde as 7h00 até as 20h30, fazendo, em média, 70 viagens por dia, levando e trazendo, ao todo, aproximadamente 5 mil passageiros. "São embarcações que foram construídas no nosso próprio estaleiro", explica Vivas. Responsável pela manutenção das embarcações da empresa,

o antigo estaleiro Cruzeiro do Sul – atual Barcas-Rodriguez – situa-se em Niterói e foi totalmente reestruturado para construir as novas embarcações. "Além dos três catamarãs, que já estão em atividade, colocaremos na água mais sete novas embarcações até o final deste ano", anuncia. Quatro delas, diz o executivo, entrarão na linha Praça XV-Niterói. Na reforma do estaleiro a empresa empregou cerca de US\$ 73 milhões. Cada catamarã, de acordo com os cálculos de Vivas, custou cerca de US\$ 2 milhões.

Três dos novos catamarãs em construção atenderão a linha Praça XV – Charitas e as linhas secundárias Praça XV-Ribeira, Praça XV-Paquetá, Mangaratiba-Ilha Grande e Ilha Grande-Angra dos Reis, também administradas pela concessionária. Além de quatro catamarãs, a frota da Barcas possui 24 embarcações (dez delas com capacidade para 2 mil passageiros, duas para mil passageiros, duas para 500 passageiros, uma para 370 passageiros), e quatro unidades auxiliares. A empresa transporta diariamente, em todos os trajetos, 80 mil passageiros. ■

# TNT CENTRALIZA AS OPERAÇÕES

A TNT cria dois centros operacionais, nas cidades paulistas de Diadema e Jundiaí, para aprimorar o atendimento aos clientes e manter seu ritmo de crescimento

**A** TNT Logistics inicia 2005 com novo programa de distribuição. Para melhorar o atendimento aos seus clientes e acelerar as entregas, a empresa inaugura neste mês de fevereiro novas unidades com o objetivo de centralizar suas operações. Uma está instalada em Diadema, no ABC Paulista,

e a outra em Jundiaí, no interior de São Paulo.

A instalação dos dois centros definidos pela empresa de excelência, inovação e logística exigiu investimentos de R\$ 1 milhão. "Nas duas unidades vai trabalhar uma equipe de 50 engenheiros", disse Giuseppe Chiellinlo, diretor geral da TNT Amé-

rica do Sul. "A estratégia é centralizar as operações e organizar os serviços determinando um grupo de profissionais para atender aos fornecedores até a fábrica do cliente e outro para cuidar especificamente da distribuição dos produtos", completou.

No ano passado, além de investir em novos sistemas de tecnologia e informática para tornar mais eficientes as operações logísticas, a TNT também destinou no primeiro quadrimestre R\$ 12 milhões à instalação de um novo armazém, de 15 mil m<sup>2</sup>, com alto padrão de segurança, em Jundiaí. "Oitenta por cento



**Componentes destinados a uma hidrelétrica na aldeia de Taracúá, na Amazônia, transportados pela TNT**

deste local são dedicados à armazenagem de produtos de alto valor agregado”, destacou Chiellinlo.

Em razão do bom desempenho do setor de logística no Brasil, a empresa aumentou em 600 o número de empregados, de 3.900 pessoas em 2003 para 4.500 no ano passado, e passou a trabalhar em três turnos. Em 2005 há planos de mais contratações – para a área comercial, de projetos e de qualidade – se for mantido o ritmo de

crescimento do País. “Prometi para a matriz em Amsterdã obter um crescimento de 15% em 2005”, disse o diretor da empresa.



**Trecho fluvial no transporte de equipamentos destinados a comunidade indígena**

**RESULTADOS FINANCEIROS** – Em 2004 a TNT Logistics fechou com um faturamento líquido 15% superior aos R\$ 314 milhões registrados em

2003 e com aumento de 17,6% no número de cargas movimentadas. De 170 mil toneladas o volume subiu para quase 200 mil toneladas por mês. O diretor geral da empresa atribui o resultado positivo a novas atividades junto aos seus clientes, dos quais 70% são do setor automotivo. O restante divide-se entre o setor industrial, de eletroeletrônico e agrícola.

Com 25 clientes em todo o Brasil, a TNT opera com uma frota de 1.300 veículos – 70% carretas e 30% caminhões trucks – e 90% de todo o serviço de logística é feito pelo sistema rodoviário. O marítimo e o aéreo representam 5% cada. Já o setor ferroviário é utilizado somente em Vitória.

**PERFIL DA EMPRESA** – A TNT Logistics é uma divisão do Grupo TPG, um provedor mundial de serviços de correio, encomendas expressas e logística sediado na Holanda. Emprega mais de 163 mil pessoas em 64 países e atua em mais de 200.

O Grupo TPG decidirá, em reunião geral dos acionistas, no dia 8 de abril, a mudança de nome das empresas da companhia. Se a medida for aprovada, em 2006 todas as empresas do grupo irão operar em todo o mundo sob a marca TNT, o que aumentará o reconhecimento do grupo e deixará a comunicação mais eficiente nos vários serviços. ■

## USINA PARA ALDEIA AMAZÔNICA EXIGIU OPERAÇÃO COMPLEXA

No ano passado a TNT Logistics participou voluntariamente de uma grande operação logística nacional e internacional, num projeto social que envolveu o transporte de equipamentos de uma usina hidrelétrica que foi doada por empresas europeias para a comunidade indígena de Taracua, que fica a mais de 1.000 quilômetros de Manaus. O trabalho envolveu duas unidades de negócios da companhia, do Brasil e da Itália.

Os equipamentos, avaliados em 160 mil euros, partiram do porto de Gênova, na Itália, em novembro de 2003 e chegaram ao Brasil pelo porto de Santos em três contêineres. Após liberação aduaneira, parte dos equipamentos seguiu de avião para São Gabriel da Cachoeira (AM), cidade mais próxima à comunidade de Taracua. Outra parte ficou armazenada no depósito da TNT em Diadema (SP).

Segundo Ricardo Melchiori, diretor de operações internacionais e

transportes da TNT Logistics Brasil, a etapa mais complexa de todo o processo foi a aprovação burocrática da documentação no Brasil. É que, além da aprovação da Secretaria de Comércio Exterior (Secex), foi preciso consultar também o Ministério das Minas e Energia, Ibama, Funai e outros órgãos. “Após desenharmos vários cenários de transporte, que iam da opção rodofluvial, cabotagem-fluvial e aéreo-fluvial, foi fundamental o suporte da Força Aérea Brasileira, tanto em São Paulo como em São Gabriel da Cachoeira”, disse Melchiori.

Com o apoio logístico da FAB, o material foi embarcado num avião Hercules C-130, que partiu da base aérea de São Paulo rumo a São Gabriel da Cachoeira. De lá, via fluvial pelos rios Negro e Uapés, a carga seguiu para a Taracua. A instalação da usina vai permitir a ampliação do uso da energia elétrica na região onde vivem 650 índios de cerca de 15 tribos de diferentes etnias.

# EMBALAGEM FASHION



Exportação de confecções desperta atenção da FedEx, que se anima com o crescimento do setor

## Em parceria com o estilista brasileiro Amir Slama, a FedEx cria embalagem especial para exportar confecções em pequenos volumes

*Sonia Crespo*

O crescimento de 12% nas pequenas encomendas de biquínis e maiôs da grife Rosa Chá para o exterior fez com que a FedEx, transportadora oficial desses produtos – em parceria com o dono da marca, Amir Slama – criasse uma embalagem compacta e apropriada para acomodar pequenos lotes de peças, de maneira a ganhar espaço na armazenagem, tempo na recepção e qualidade na apresentação. O produto, inédito em toda a rede mundial FedEx, foi lançado durante a última versão da São Paulo Fashion Week, que aconteceu em janeiro e é o evento comercial brasileiro de maior importância no cenário internacional de moda.

As embalagens personalizadas para a Rosa Chá garantem que as peças cheguem aos clientes em perfeito estado. “Quando enviávamos remessas pequenas ou amostras para futuros clientes as peças se misturavam durante o transporte, o que comprometia a boa apresentação do produto”, conta Amir Slama. As peças seguem pelo sistema porta-a-porta para pequenos comerciantes, donos de boutiques no exterior, principalmente Estados Unidos e França. A nova embalagem tem também outras funções: “Ela agrega valor ao produto, já que o custo se mantém o mesmo, mas a qualidade na forma como é transportada melhora muito”, diz Guilherme Gatti, diretor

de Marketing, Automação e Atendimento aos Clientes da FedEx Divisão para a América do Sul, Porto Rico e Caribe. O executivo destaca o lançamento como forma de competir com o mercado de produtos chineses, que sempre acabam ganhando no custo.

Batizadas de “fashion boxes”, as novas caixas para confecções são lançamento inédito no mundo, segundo Gatti. “Além das caixas convencionais, com abertura lateral, a FedEx global só dispõe de caixas especiais para produtos frágeis e para garrafas”, comenta. As novas embalagens têm abertura superior e divisórias para quatro, seis ou doze peças. O estilista Amir Slama, que trabalha com a FedEx há cinco anos, desenvolveu este produto para atender pequenos clientes no Brasil que compram entre 40 e 160 peças – hoje são cerca de 380 – e no exterior, que já ultrapassam os 250 e geralmente compram lotes de 120 a 1.200 unidades.

Slama calcula que 40% das expor-

tações de seus produtos têm os EUA como destino e os 60% restantes ficam pulverizadas por países da Europa. "Estamos entrando em duas lojas de departamentos na Rússia, semelhantes à Barney's americana", comemora. O diretor de Marketing da FedEx diz que, por enquanto, as "fashion boxes" estão sendo usadas apenas pela grife Rosa Chá, mas que futuramente poderão atender outras confecções.

Não é à toa que a FedEx está de olhos bem abertos para os eventos da moda brasileira, que sacodem o comércio interno e externo. As vendas de grifes crescem a cada ano impulsionadas pelos desfiles das Fashion Weeks, tanto a paulistana como a carioca. No Rio, a semana de desfiles de janeiro de 2005 teve 20% a mais de patrocínios em relação ao evento do ano anterior. Na sequência, a São Paulo Fashion Week registrou investimentos de R\$ 6 milhões

— cerca de 30% a mais do que a versão de julho do ano passado. O retorno disso é considerável: Amir Slama garante que a produção de seus famosos biquínis cresceu 15% em relação ao ano passado. Guilherme Gatti diz, sem especificar números, que estes eventos de moda vêm abrindo novas portas para o exterior e representam um retorno bastante significativo para a empresa.

Ainda durante o evento de São Paulo, a FedEx divulgou que receberá o primeiro Airbus A-380-800F já em agosto de 2008, para grandes operações internacionais. O avião gigante tem capacidade para transportar 150 toneladas, em 1.100 m<sup>3</sup>, a custos estimados entre 15% e 20% inferiores aos praticados com



**Embalagem especial melhora a qualidade na apresentação dos produtos transportados**

o MD-11, atualmente a maior aeronave da FedEx. A empresa está adquirindo ao todo, da Airbus, dez aviões A-380, que serão entregues periodicamente até 2011.



## VALE - PEDÁGIO REPOM

O PRIMEIRO VALE - PEDÁGIO DO MERCADO A GERAR TOTAL CONTROLE DO PROCESSO DE EMISSÃO PARA O TRANSPORTADOR OU EMBARCADOR

O Vale-Pedágio Repom é a primeira solução homologada do mercado a gerar total controle de emissão para o transportador ou embarcador. O sistema é 100% operado via internet, o que garante agilidade e segurança nos carregamentos. Os cartões são carregados AUTOMATICAMENTE no valor exato da viagem, sem a interferência do usuário nos valores. Além disso, só o Vale-Pedágio Repom vincula um documento fiscal (NF, CTCR, etc...) a cada vale-pedágio emitido.

Aceito em todo o Brasil, o sistema gera ainda relatórios completos de gestão, controlando as emissões por usuário, filiais, roteiros, período, etc...

Adquira já o Vale-Pedágio Repom e conheça as vantagens de operar em conformidade com a legislação somadas às soluções de gerenciamento logístico que só a Repom oferece.



Saiba mais em [www.repom.com.br](http://www.repom.com.br) ou ligue (11) 4166.7530



Encaixando as peças da sua logística

# OS 80 ANOS DA GM

A maior montadora mundial e líder, em 2004, do mercado brasileiro, comemora oito décadas de Brasil, numa trajetória que incluiu produção de caminhões e ônibus



**Comemoração do 50.000º veículo Chevrolet produzido, em 1928**

**A** empresa é ainda mais antiga que a Petrobras, que fez 52 anos. Tem mais janela de Brasil que a própria indústria automobilística brasileira, criada há 48 anos. Isso mesmo. A 26 de janeiro de 1925, há 80 anos, era criada a Companhia Geral de Motores S.A., ainda com sede na avenida Presidente Wilson, no bairro do Ipiranga da capital paulista. Seu nome mudou depois para General Motors of Brazil S.A. (GMB). Pois o primeiro Chevrolet, a marca da GM, montado no País foi um furgão de entregas urbanas. Claro, movido a gasolina.

A história da GM no Brasil tem traços indelévelis em caminhões e ônibus, embora desde 2002 a subsidiária da maior montadora mundial, com matriz em Detroit, nos Estados Unidos, tenha deixado de produzir

veículos comerciais por aqui.

A GM já produziu no Brasil até geladeira, da marca Frigidaire, a partir de 1930, com a General Motors Acceptance Corporation South America, criada para financiar os refrigeradores e outros produtos montados pela General Motors do Brasil.

A fábrica mais antiga da empresa em operação é a de São Caetano do Sul, na Grande São Paulo, inaugurada em 1930 e, que já em 1932 montaria o primeiro ônibus com carroceria fabricada no País. A GM tinha

uma divisão de carpintaria para fazer as estruturas, em madeira.

Durante a Segunda Guerra Mundial, no período que vai de 1942 até 1945, a General Motors do Brasil é convocada, com o racionamento da gasolina, a fazer veículos movidos a gasogênio para uso civil. Fez duas mil unidades.

A GM fabricou de tudo, até molas semi-elípticas, em 1943. E, cinco anos depois, já implantada a siderurgia no Brasil, a empresa produziu sua primeira carroceria inteiramente metálica para ônibus, com 100% de matéria-prima nacional. Em 1951, a GM já contabilizava a marca da milésima carroceria de ônibus de aço.

Até 1956, a GM tinha montagem nacional de carrocerias, mas o veículo era importado. Em 12 de dezembro do mesmo ano, o Grupo Executivo da Indústria Automobilística (GEIA) aprova o plano de nacionalização para a fabricação de caminhões com a marca Chevrolet. Um dos passos importantes para isso foi o início, em dezembro, da fábrica de motores, na cidade de São José dos Campos, no Vale do Paraíba, caminho entre São Paulo e Rio.



**Fábrica de São Caetano do Sul, inaugurada em 1930**

No mês de junho de 1957 é fabricado o primeiro caminhão Chevrolet nacional, o Chevrolet Brasil, movido a gasolina e na configuração toco, de dois eixos.

Só em 1966, nove anos depois de ter iniciado a produção de caminhões, a marca Chevrolet anuncia a expansão de suas duas fábricas para a fabricação de um automóvel, lançado em 19 de novembro de 1968 com o nome de Opala.

No período de 1963 a 2002, no Brasil, foram produzidos, de todas as marcas, mais de 2,3 milhões de caminhões – 2 milhões para o mercado interno, 300 mil para exportação. Algumas marcas se firmaram, outras desapareceram, enquanto algumas saíram e retornaram. Outras casaram e divorciaram, caso da Ford e da Volkswagen, em torno da Autolatina, criada na segunda metade da década de 1980 e extinta nos anos 90. Outras ainda foram embora e retornaram, caso da Fiat/Iveco, por exemplo, que assumiu a FNM nos anos 70, deixou o Brasil em meados dos anos 80, para voltar na segunda metade da década de 90. A General Motors também desistiu. Já a International saiu, retornou, e, depois, vol-



**Em 1940 a GM atingia a marca de 10.000 automóveis montados no País**

tou a desativar as vendas no País.

Entre 1963 e 1972, houve uma disputa renhida: nesse período a marca Mercedes teve 30,8% das vendas internas, a GM, colada, ficou com 29,8%, e a Ford, também no páreo, teve 29,7% do negócio de caminhões no Brasil.

Daí em diante a Mercedes disparou na dianteira. No período de 1973-82 ficou com 45,1% da comercialização; de 1983-92 absorveu 41,2% e de 1993-2002 teve 37,4% do mercado.

Mas, recuando para 1974, a GM estava muito bem no mercado de

caminhões, disputando palmo a palmo a liderança com a Mercedes. Naquele ano, a empresa tomou importante decisão, aparentemente, destinada a aproveitar o bom negócio dos veículos de cargas. Em novembro de 1974 foram erguidas em São José dos Campos (SP) as primeiras colunas de aço da nova fábrica de motores Detroit Diesel Allison, marca própria do grupo. O primeiro caminhão Chevrolet que ganhou esse motor foi produzido em junho de 1976. Era época de boas vendas. Tanto assim que a marca Chevrolet, líder em caminhões nos anos 1958 e 1959, e segunda colocada até 1968, atrás da Ford, em 1977 reconquistou a segunda posição no mercado de caminhões, deslocando a Ford para o terceiro lugar. O responsável pela virada naquele ano foi a introdução do motor Detroit Diesel. Nos anos seguintes, no entanto, a montadora voltou a perder a posição para a conterrânea.

Definitivamente, o mercado não se adaptou ao motor. E foi um baque para as pretensões da empresa e certamente o começo de seu fim, decretado no início de 2002, quando a empresa, depois de 44 anos de produção, decidiu desativar a montagem do GMC, sua marca de veículos comerciais fabricada em São José dos Campos (SP). Acabaram também as importações, feitas do Japão e dos



**Da linha de montagem da GM saiu o primeiro ônibus fabricado no Brasil**



**Perua Chevrolet 3100 do começo da década de 1960**

EUA. A montadora na ocasião alegou que sua decisão se deveu a baixos volumes de produção, o que fazia elevar os custos unitários e provocar baixa participação no mercado.

Parte do problema é atribuída à dependência de componentes importados. "A linha de caminhões foi duramente afetada pela mudança cambial, que elevou de forma insus-

tentável os custos de produção", dizia comunicado da empresa à época.

O fato é que a montadora não conseguiu decolar o negócio de caminhões, responsável por 2% de seu faturamento. Com o fechamento da fábrica de caminhões, a GM decidiu concentrar seus investimentos nos carros de passeio e comerciais leves da marca Chevrolet.

O coroamento desses investimentos foi a conquista da liderança nacional de vendas em 2004, consequência de uma gama e moderna linha de veículos, em engenharia nacional, e, entre outras virtudes, uma fábrica que serve de referência mundial pela operação enxuta e alta produtividade, em Gravataí (RS).

## TRAJETÓRIA DA GENERAL MOTORS NO BRASIL

**1925** – Em 26 de janeiro, é fundada na cidade de São Paulo, a Companhia Geral de Motores S.A., com sede na avenida Presidente Wilson, 2.935, no bairro do Ipiranga. Pouco depois, a razão social passa a ser General Motors of Brazil S.A. (GMB). Em fevereiro é instalada no local a linha de montagem. Em setembro, o Brasil conhece o primeiro Chevrolet montado no país, um furgão de entregas urbanas.

**1927** – A linha de montagem produz o veículo de nº 25.000. Começa a construção da fábrica de São Caetano do Sul (SP).

**1928** – Inicia-se a produção de veículos em São Caetano do Sul.

**1932** – Lançado o primeiro ônibus com carroceria fabricada no País, um Chevrolet.

**1936** – É produzido o veículo GM nº 100.000 no Brasil.

**1942** – Inauguração da fábrica de baterias Etna, depois Delco.

**1942-1945** – A GM produz mais de 2.000 veículos a gasogênio para uso civil.

**1948** – É conhecida a primeira carroceria inteiramente metálica, 100% nacional.

**1951** – É produzida a 1.000ª carroceria de ônibus, inteiramente de aço. Inicia-se a produção de geladeiras Frigidaire.

**1956** – O Grupo Executivo da Indústria Automobilística (GEIA) aprova o plano de nacionalização para a fabricação de caminhões Chevrolet. Começa a produção da Fundação e da Fábrica de Motores, em São José dos Campos.

**1957** – Lançado o primeiro caminhão

Chevrolet nacional.

**1958** – Um milhão de baterias produzidas. Estréia a primeira picape Chevrolet 3.100, mais tarde chamada C14 ou C15.

**1959** – Inaugurada a segunda fábrica da GM no Brasil, em São José dos Campos. Produzia apenas motores e peças.

**1964** – A GM lança a perua C-1416, depois chamada Veraneio.

**1968** – Lançado o primeiro carro de passageiros Chevrolet produzido no Brasil, o Opala com quatro portas.

**1969** – Lançado o caminhão Chevrolet D-70 com motor Perkins diesel de 6 cilindros.

**1973** – A empresa apresenta oficialmente o Chevette duas portas, o primeiro carro pequeno da GM.

**1974** – Entram em operação as instalações do Campo de Provas da Cruz Alta, em Indaiatuba, São Paulo.

**1975** – Estréia a primeira unidade-piloto do caminhão D-60 com motor diesel 4-53.

**1976** – É produzido o 1.000.000º Chevrolet brasileiro. E a primeira picape Chevrolet 4 cilindros, Chevy-4. São José dos Campos produz o milionésimo motor Chevrolet.

**1981** – A GM lança o caminhão a álcool Chevrolet A-60. Inaugura a Fundação de Alumínio em São José dos Campos.

**1992** – O modelo Omega chega ao mercado para ser o automóvel mais moderno e sofisticado do País.

**1993** – A fábrica de caminhões e comer-

ciais alcança 300.000 unidades produzidas. O Vectra é oficialmente lançado. A GM comemora a produção do Chevrolet número 5.000.000, um Vectra GSí. O Chevette sai de linha, com 1.600.000 unidades do modelo produzidas desde 1973.

**1994** – A GM lança no mercado brasileiro, o Corsa Wind 1.0, em fevereiro, e o Corsa GL 1.4, em junho.

**1995** – A GM lança a S10, a primeira picape do segmento compacto produzida no Brasil. Apresenta o utilitário esportivo Blazer e a picape S10 com cabine estendida.

**1997** – É apresentada à imprensa a picape Silverado.

**1999** – A empresa e o governo gaúcho concluem acordo para construção da fábrica de Gravataí (RS). Inaugurado oficialmente o Complexo Industrial e Comercial Automotivo de Mogi das Cruzes (SP).

**2000** – Produção acumulada de 1 milhão de transmissões no Complexo Industrial de São José dos Campos. Lançados os modelos Chevrolet S10, Blazer ano 2001 e Celta, carro montado em Gravataí, que introduziu a sistemática de venda por meio da Internet.

**2001** – A GMB lança o monovolume Zafira. Alcança a marca histórica de 1 milhão de unidades exportadas desde 1974.

**2003** – Em junho, a GMB lança o Corsa 1.8 Flexpower, seu primeiro veículo com a tecnologia bicombustível, e em seguida a picape Montana 1.8 Flexpower.

**2004** – Apresentado o novo Astra Multipower, que permite o uso de três combustíveis: álcool, gasolina e gás natural veicular. A GM encerra 2004, pela primeira vez em sua história no Brasil, como líder de vendas do mercado automobilístico total.

# PNEUS, O SEGUNDO MAIOR CUSTO DE UMA FROTA.

## SUA CORRETA ADMINISTRAÇÃO FAZ A DIFERENÇA.

Em parceria com a Bandag, a editora OTM estará realizando o curso **GERENCIAMENTO DE PNEUS PARA FROTA**, abordando a importância da administração de um produto que hoje representa o segundo maior custo de uma frota. O objetivo deste curso é preparar as pessoas envolvidas direta ou indiretamente em todos os processos de manutenção e operações de uma frota para que obtenham procedimentos corretos na sua administração.

### OS TÓPICOS ABORDADOS

- 1 - Tipos de Pneu
- 2 - Nomenclaturas
- 3 - Pressão
- 4 - Carga
- 5 - Velocidade
- 6 - Montagem
- 7 - Identificação do Pneu na Frota
- 8 - Armazenagem
- 9 - Controle dos Pneus
- 10 - Legislação e Normas
- 11 - Reforma de Pneu
- 12 - Sistema de Gerenciamento

### A AGENDA

8h00 - 8h30 Credenciamento  
10h00 - 10h15 Coffee Break  
12h00 - 13h00 Almoço  
15h00 - 15h15 Coffee Break  
17h30 Encerramento

### PREÇO DE INSCRIÇÃO

R\$ 500,00  
Consulte-nos. Preços especiais para participantes de outros temas, e para empresas com mais de 1 (um) participante.

### O LOCAL

Hotel Transamérica Flat Congonhas  
Rua Vieira de Moraes, 1.960.  
Próx. ao Aeroporto de Congonhas  
São Paulo - SP  
(11) 5094.3377

### A DATA

17 e 18 de março de 2005

### O INSTRUTOR



**Antônio Carlos Pereira** - Administrador de Empresas pelo IPEP - Instituto Paulista de Ensino e Pesquisa, atua como Gerente de Treinamento na Bandag do Brasil, com amplo conhecimento em treinamento voltado para o Gerenciamento de Pneus para Frotas.

### INFORMAÇÕES GERAIS

#### Inclusos:

Material Didático, coffee break, almoço, estacionamento e certificação ao término do curso.

#### Formas de Pagamento:

Depósito Bancário:  
Banco Sudameris - Agência 682  
Conta Corrente 017163000-6.  
Cartão de Crédito: Visa (Através

do número do seu cartão).  
Cheque Nominal, no Local do evento.  
Boleto Bancário  
Emissão de Recibo mediante a apresentação do pagamento, através do fax - (11) 5096.8104.

#### Substituição:

O Titular da inscrição poderá

indicar outro profissional de sua empresa para substituí-lo, devendo Informar por escrito. O não comparecimento do inscrito incorre na não devolução da taxa de inscrição.

#### Dados do Realizador:

OTM Editora Ltda. - Responsável pelas revistas Transporte Moderno

e Technibus.

Av. Vereador José Diniz, 3.300  
Cj. 702 - Campo Belo  
CEP 04604-006  
São Paulo - SP  
CNPJ. 02.671.890/0001-99  
PABX (11) 5096.8104  
0800.7028104  
e-mail:  
otmeditora@otmeditora.com.br

#### ORGANIZAÇÃO:



Marcelo Fontana  
promoções e eventos

#### REALIZAÇÃO:



#### INFORMAÇÕES:

11-5096.8104 / 08007028104  
otmeditora@otmeditora.com.br  
Departamento de Eventos

# LOGÍSTICA BILATERAL

Acordo entre ALL e Bunge prevê o fornecimento de novos vagões de propriedade do fabricante para explorar ao máximo a capacidade da malha

*Sonia Crespo*



**ALL prevê transportar 8 milhões de t de grãos para a Bunge em 2005**

**G**randes exportadores nacionais de grãos esperam, com o aumento gradativo da produção agrícola, por grandes soluções nas vias de acesso aos portos brasileiros – sejam elas rodoviárias ou ferroviárias – para garantir o fluxo logístico do transporte. No caso das ferrovias, opção mais barata para empresas que transportam grandes volumes, nem a renovação que surgiu com a implementação de concessionárias vem sendo suficiente para atender à demanda crescente da carga que precisa chegar aos portos.

A solução encontrada por essas empresas que priorizam o transporte ferroviário está sendo colocar na malha cada vez mais vagões próprios. Além de garantirem o fluxo crescente de suas mercadorias, formalizam, com isso, uma redução no valor final do frete. É o caso da Bunge Alimentos, que fechou acordo de longo prazo com a ALL Logística, no final do ano passado, para transportar 50 milhões de toneladas de grãos agrícolas nos próximos cinco anos, entre 2005 e 2010, e de 220 milhões de toneladas do

produto, entre 2010 e 2027. Para começar, só em 2005, a ALL prevê transportar para a Bunge algo em torno de 8 milhões de toneladas, anuncia Eduardo Pelleissone, diretor de Commodities Agrícolas da concessão. As operações previstas para esse período estarão garantidas com a entrada de 4 mil vagões adicionais, da própria Bunge. Já neste ano chegam aos trilhos 850 novos vagões. Bom para o fabricante, melhor ainda para a ferrovia, já que o volume de carga que a malha transportará nos próximos dez anos representa um crescimento significativo para a ALL: mais de dez vezes do volume atual. Durante todo o ano de 2003 a ferrovia movimentou um total de 22,2 milhões de toneladas em sua malha.

“O agronegócio, hoje, faz parte de um crescimento sustentável e, com a Bunge, iremos dobrar a produção alcançada no ano passado”, diz Pelleissone. Atualmente, 52% da receita da ALL são provenientes do transporte de carga de grãos, enquanto 48% representam os negócios com carga industrializada. Só no primeiro trimestre do ano passado, a Bunge Alimentos, que está no Brasil desde 1905 e é uma das líderes nas exportações brasileiras de commodities, registrou crescimento de 111% no conjunto de exportações de grãos – incluindo soja, milho, sorgo e trigo, e de 29% nas vendas para o exterior de farelo de soja e óleo de soja. “O aumento das operações com a Bunge só vem ao encontro de nosso objetivo operacional, que é planejar a expansão da ferrovia em parceria com nossos clientes e ampliar o nosso share no segmento”, acres-

centa Pelleissone. Para as operações de movimentação e transporte de grãos, a Bunge utiliza toda a malha ferroviária da ALL, além de armazéns em Ponta Grossa (PR) e nos portos de São Francisco do Sul (SC) e Paranaguá (PR).

Nos mesmos padrões do acordo acertado com a Bunge, a concessão ferroviária firmou recentemente contrato com a Inlogs, empresa pertencente ao grupo Agrenco, para transportar 23 milhões de toneladas de granéis agrícolas no período entre 2005 e 2027. Só no ano passado, a Inlogs transportou pelos trilhos da ALL 400 mil toneladas de carga em commodities. A previsão para este ano é de que esse volume cresça cerca de 150%, chegando a 1 milhão de toneladas. Para a operação, a Inlogs colocará na malha da ALL 240 vagões, que estão sendo construídos pela Maxion, já a partir deste ano. A empresa transporta grãos de Mato Grosso com destino ao Porto de São Francisco do Sul.

Uma das transações que irá facilitar as operações logísticas no transporte dessas mercadorias foi a venda de um terreno no porto de São Francisco do Sul (SC), de propriedade da ALL, para o Grupo Agrenco. Ali será construído brevemente um terminal de cargas. A venda, além de trazer R\$ 52 milhões para os cofres da ALL, ampliará a infra-estrutura da concessão, no processo desenvolvido em parceria com seus clientes, e expandirá o market share da ferrovia na área portuária. A fatia de participação da ALL nas operações de transporte realizadas nos portos de Rio Grande (RS), São



**ALL: 584 locomotivas e 17.579 vagões operam em 16 mil km de ferrovia**

Francisco do Sul e Paranaguá, passou de 36,2% no primeiro semestre de 2003 para 45,5% em igual período de 2004. O total de cargas movimentadas nos terminais portuários saltou de 4,6 milhões de toneladas nos seis primeiros meses de 2003 para 6,2 milhões em 2004, um aumento de 33,4% (ver quadro abaixo).

Pelleissone diz que a ALL já tem planos para realizar obras de melhorias na malha. "Para suportar o volume de carga que pretendemos movimentar, a prioridade é aumentar significativamente a segurança e a disponibilidade das vias", anuncia, sem apresentar ainda a definição orçamentária para essas obras. No último trimestre do ano passado, a ALL investiu R\$ 60 milhões na renovação de trilhos e dormentes – uma das principais preocupações atuais da maioria das concessões e de seus usuários. Pelleissone estima que, ainda no primeiro semestre deste ano, cerca de 60 quilômetros

da malha terá trilhos novos: "A medida melhorará consideravelmente a operacionalidade dos trechos reformados", deduz. A maior parte dos novos trilhos, diz o executivo, virá do exterior.

A ALL também está investindo na compra de 30 novas locomotivas da fábrica americana GE. As novas máquinas deverão chegar ao Brasil ainda no primeiro trimestre de 2005 e serão utilizadas, de acordo com Pelleissone, em rotas mais densas e trechos mais longos, como a linha central do Paraná, entre Apucarana e Curitiba, e corredores entre Cascavel e Guarapuava e Maringá e Apucarana. Atualmente a ferrovia tem 16 mil quilômetros de extensão, mantém em movimento 584 locomotivas, 17.579 vagões e 1.986 veículos rodoviários, de acordo com o balanço divulgado no terceiro trimestre de 2004. O lucro líquido da concessão nesse período foi de R\$ 47,6 milhões, o que representou crescimento de 102,7% em relação ao lucro de R\$ 23,5 milhões registrado no mesmo período de 2003. No acumulado dos nove primeiros meses do ano passado, a empresa comemorou o valor do lucro líquido 20 vezes superior ao do ano anterior: o salto foi de R\$ 5,1 milhões para R\$ 99,3 milhões.

### ALL NOS PORTOS

(em milhões de toneladas)

Portos	Volume do Porto			Volume da ALL			Market Share	
	1S03	1S04	Δ%	1S03	1S04	Δ%	2003	2004
Paranaguá e São Francisco do Sul	9.940	10.196	2,6%	3.891	4.727	21,5%	39,1%	46,4%
Rio Grande	2.983	3.494	17,1%	781	1.507	93,0%	26,2%	43,1%
<b>Total</b>	<b>12.923</b>	<b>13.690</b>	<b>5,9%</b>	<b>4.672</b>	<b>6.234</b>	<b>33,4%</b>	<b>36,2%</b>	<b>45,5%</b>

Fonte: ALL

# FERROVIA DO DIABO, A VERDADEIRA HISTÓRIA

Da ferrovia com 366 km, inaugurada em 1912 entre Porto Velho e Guajará-Mirim, sobram 8 km de vias permanentes e duas locomotivas em condições de operação

**N**oventa e três anos depois de sua inauguração, a Estrada de Ferro Madeira-Mamoré volta a ser notícia. A impulsionadora do renovado interesse público pela ferrovia construída no atual estado de Rondônia é a minissérie que a Rede Globo exibe desde janeiro deste ano. A maioria das pessoas desconhece ou já tinha esquecido a epopéia que foi a construção da chamada Ferrovia do Diabo no começo do século passado. Uma história de dramas e tragédias desde que se aventou a sua construção em 1861, para substituir a navegação no trecho encachoeirado do rio Madeira e ligar os Andes às saídas do Atlântico e também servir de comunicação entre o Mato Grosso e o litoral brasi-

leiro. Dessa maneira, todo o comércio da Bolívia e suas exportações seriam feitos pelo rio Amazonas e não ao redor do extremo sul do continente, com destino à Europa e a costa leste dos Estados Unidos.

Magnatas, políticos, especuladores, intermediários inescrupulosos, engenheiros, médicos, capatazes, até o simples trabalhador braçal nativo ou imigrante, todos têm seu lugar na história da construção dessa estrada de ferro, que ficaria conhecida internacionalmente e cujo sucesso ou fracasso criaria ou derrubaria fortunas.

Com a Guerra do Paraguai, tornou-se imperativa uma ligação entre o Mato Grosso e o resto do território brasileiro por um rio pertencente ao

País, ao contrário da alternativa do rio Paraguai, dividido com o país vizinho. Uma estrada de ferro no Amazonas para escoar os produtos extrativos do interior do continente para os portos do norte do Brasil já fazia sentido em meados do século 18, com a grande disponibilidade de produtos naturais tanto do território brasileiro como da vizinha Bolívia, principalmente minerais e a borracha. Várias tentativas foram feitas para a construção da estrada na década de 1870, por diversas empresas estrangeiras, sob concessão do governo brasileiro. Todas fracassaram. Desse ciclo de construção na localidade denominada Santo Antônio, junto a uma das cachoeiras do rio Madeira, que durou quase dez anos nas margens do rio, restaram 7 km de estrada de ferro, uma pequena locomotiva, máquinas e materiais empilhados. A principal causa do fracasso foi atribuída à insalubridade do lugar, causando cerca de 500 mortes entre os trabalhadores, que viria a se repetir na história subsequentemente da ferrovia.

A idéia da ferrovia ganhou novo impulso após a guerra entre a Bolívia e o Chile, em 1882, que resultou na perda da faixa costeira boliviana para os vencedores chilenos. Privada de seus portos marítimos, a Bolívia passou a considerar a rota do Amazonas para seu comércio exterior e procurou o Brasil, que se mostrou disposto a ajudá-la. Com o crescimento a cada ano da extração da borracha na bacia do Amazonas, que produzia enormes lucros aos produtores devido à grande procura nos mercados internacionais e ao grande volume de transporte proporcio-



Uma das duas locomotivas restauradas para operação eventual



**A construção da ferrovia cobrou alto preço: 20 mil trabalhadores mortos em quatro décadas**



**Inauguração da ferrovia Madeira-Mamoré em 1912, registrada pelo fotógrafo Dana Merrill**



**Locomotiva operou durante 60 anos até desativação**



**Trabalhadores eram de cerca de 40 nacionalidades**



**Insalubridade era a principal causa de mortes**

nado pelo comércio boliviano, o Brasil considerou uma ferrovia pelos rios Madeira e Amazonas um negócio compensador em fins da década de 1880. Uma parte da produção descia pelo rio Madeira, depois o Amazonas, até sair no Atlântico. Para as cidades bolivianas as mercadorias procedentes do estrangeiro faziam o sentido inverso.

Mas um fato que iria mudar o destino da Estrada de Ferro Madeira-Mamoré, já tinha acontecido. Um cidadão britânico, Henry Wickam, coletara no Amazonas 70 mil sementes de Hevea Brasiliensis, a seringueira, levadas para o jardim botânico de Kew, na Inglaterra. Plantadas e tratadas, 2 mil sementes germinadas e as mudas foram levadas para Ceilão, hoje Sri Lanka, onde se espalharam pela região asiática e iriam derrubar os preços internacionais da borracha. Mas o fato era desconhecido na época no Brasil.

Como resultado de incidentes entre cidadãos brasileiros e bolivianos no Acre, no começo do século 20, o Brasil e a Bolívia assinaram o Tratado de Petrópolis em 17 de novembro de 1903 para pôr termo à disputa fronteira. Pelo pacto, na sua cláusula 7, "Os Estados Unidos do Brasil obrigam-se a construir em território brasileiro, por si ou por empresa particular, uma ferrovia desde o porto de Santo Antônio, no rio Madeira, até Guajará-Mirim, no Mamoré... Dessa ferrovia, que o Brasil se esforçará para concluir no prazo de quatro anos, usarão ambos os países com direito às mesmas franquias e tarifas".

A linha foi calculada em 364 km, depois acrescida em 2 km, entre Porto Velho e Guajará-Mirim, na fronteira com a Bolívia, conforme decisão do governo brasileiro.

Assim, o Brasil assumia a obrigação pela construção da ferrovia. Em

1905, o governo publicou a licitação. Dois concorrentes se apresentaram, e o vencedor, por apresentar preços unitários mais baixos (que depois viriam a ser constatados como irreais) foi o jovem investidor Joaquim Catrambi. Mas se sabe que ele foi um testa-de-ferro, mas a verdade que a concessão da construção foi repassada pouco depois para um magnata e grande investidor internacional, o norte-americano Percival Farquhar que contratou a firma May & Jekyll para as obras.

O primeiro grupo de dirigentes e trabalhadores, vindos dos Estados Unidos e contratados em Manaus, era formado por 140 pessoas. Só 28 iniciaram às obras em 1 de julho de 1907. O restante abandonou a expedição no trajeto.

No seu livro "A Ferrovia do Diabo", publicado inicialmente em 1960, o escritor, historiador, professor, sertanista, pesquisador e jorna-

# CURSOS TÉCNICOS, FERRAMENTAS PARA GESTÃO DE NEGÓCIOS.

A Editora TM oferece três grandes oportunidades para todos profissionais da área de transporte. Os cursos, **Cálculo de Custos Operacionais de Veículos**, **Logística na Manutenção de Frotas** e **Planejamento na Formação de Frotas** são ferramentas indispensáveis para empresários, gerentes e outros profissionais envolvidos na gestão, operação e manutenção de frotas que buscam aumentar sua competitividade e lucros de suas empresas.

**11 de Maio de 2005**

## CÁLCULO DE CUSTOS OPERACIONAIS DE VEÍCULOS

Este curso irá preparar e capacitar os participantes para que possam calcular e administrar de forma eficaz os custos operacionais, buscando aumentar a competitividade e os lucros da empresa.

### Programa

1. Custos operacionais de veículos
- 1.1 - Classificação dos custos
- 1.2 - Método de cálculo para custos fixos
- 1.3 - Método de cálculo para custos variáveis
- 1.4 - Administração dos custos operacionais
- 1.5 - Fatores que influenciam na variação dos custos
- 1.6 - Planilhas de cálculo de custos operacionais de veículos
- 1.7 - Sistemas de controle, relatórios gerenciais
2. - Apresentação de software para cálculo de custos operacionais.

Nota: os participantes deverão trazer calculadora para execução de exercícios.

Carga Horária: 8 Horas

Valor da inscrição: R\$ 300,00

Agenda:	Início	8h30
	Coffee Break	10h00 - 11h15
	Almoço	12h00 - 13h00
	Coffee break	15h00 - 15h15
	Término	17h30

**12 de Maio de 2005**

## LOGÍSTICA NA MANUTENÇÃO DE FROTA DE VEÍCULOS

### Programa:

1. - **Manutenção de frota de veículos**
- 1.1 - Definição de manutenção e objetivos de um plano de manutenção
- 1.2 - Sistema de manutenção
- 1.2.1 - Manutenção de operação
- 1.2.2 - Manutenção preventiva, corretiva, reforma geral
- 1.3 - Diretrizes de um plano de manutenção
2. - **Oficinas de manutenção**
- 2.1 - Manutenção terceirizada
- 2.2 - Manutenção própria - aspectos relevantes
- 2.3 - Análise comparativa entre alternativas
3. - **Balanceamento econômico do sistema de manutenção**
4. - **Custos de oficinas de manutenção**
5. - **Dimensionamento de pessoal operacional de oficina.**

Carga Horária: 8 Horas

Valor da inscrição: R\$ 300,00

Agenda:	Início	8h30
	Coffee Break	10h00 - 11h15
	Almoço	12h00 - 13h00
	Coffee break	15h00 - 15h15
	Término	17h30

**13 de Maio de 2005**

## PLANEJAMENTO NA FORMAÇÃO DE FROTA DE VEÍCULOS

### Programa:

1. - **Planejamento de frota**
- 1.1 - Política de renovação de frota
- 1.1.1 - Aspectos teóricos/conceituais de modelo
- 1.1.2 - Aspectos metodológicos
- 1.1.3 - Aspectos operacionais
- 1.1.4 - Aplicação prática de modelo
2. - **Dimensionamento de frota**
3. - **Adequação de frota**
4. - **Frota própria x frota contratada**

Valor da inscrição: R\$ 300,00

Agenda:	Início	8h30
	Coffee Break	10h00 - 11h15
	Almoço	12h00 - 13h00
	Coffee break	15h00 - 15h15
	Término	17h30

### O Instrutor:



**Eng. Piero Di Sora** - Técnico em máquinas e motores pela Escola Técnica Federal de São Paulo; engenheiro industrial mecânico pela Pontifícia Universidade Católica; especialista em treinamento gerencial na área de Administração de Transporte; coordenador do Sub-Comitê de Transportes (por 5 anos) e do Comitê de Gestão Empresarial da Eletrobras, ex-superintendente de Transporte e Serviços da Eletropaulo. Experiência de mais de 25 anos na área de transporte; instrutor e consultor em nível nacional de empresas públicas, privadas de pequeno, médio e grande portes e multinacionais.

### Público:

Empresários, gerentes, supervisores, encarregados e demais profissionais envolvidos com a gestão, operação e manutenção de frotas de veículos.

### Local:

Travel Inn Ibirapuera - Av. Borges Lagoa, 1209 - São Paulo - SP - Tel:11-5080.8600

ORGANIZAÇÃO:



Marcelo Fontana  
promoções e eventos

REALIZAÇÃO:



INFORMAÇÕES:

11-5096.8104 / 08007028104  
otmeditora@otmeditora.com.br  
Departamento de Eventos

lista Manoel Rodrigues Ferreira (que reside hoje na cidade de São Paulo), após intensa pesquisa documental, fez um relato minucioso da aventura de construção da ferrovia, ilustrado com fotografias recuperadas do americano Dana Merrill, que foi contratado por Percival Farquhar para fotografar a construção, das quais restaram 200 das cerca de 2.000 imagens originais. Merrill registrou todos os aspectos da difícil empreitada: a selva amazônica, as obras, os detalhes técnicos, os trabalhadores, o ambiente de trabalho, a enfermaria, os alojamentos, os detalhes técnicos da construção. Sua documentação fotográfica permitiu uma reconstituição do cotidiano na época das obras. A segunda edição do livro saiu em 1982 e uma nova edição está nas livrarias, com o interesse pelo assunto despertado pela televisão. Segundo o autor, a denominação da "ferrovia do diabo" foi dada pelos trabalhadores da construção entre 1878 e 1912, e adotada



**Membros da Associação de Amigos da Madeira-Mamoré em Porto Velho**

depois em matérias de jornais, revistas, rádios e televisões. Afirma o autor Manoel Ferreira que "o livro não teria existido se não fossem as fotografias de Dana B. Merrill, que despertaram o meu interesse pela história da ferrovia".

des tropicais, índios, mas os maiores inimigos eram os insetos, principalmente os mosquitos transmissores de malária e febre amarela.

A primeira tentativa de construir a Madeira-Mamoré ocorreu em 1872. O coronel americano George Church calculou que executaria a obra, com uma companhia inglesa, mas desistiu mesmo antes de colocar os primeiros dormentes.

Em 1879 foi a vez do empresário americano Thomas Collins, que após enfrentar todo tipo de problemas abandonou a floresta e voltou para os Estados Unidos falido e ainda com malária.

Quando a empresa desistiu da construção, finalizando 7 km de via, as condições insalubres tinham cobrado o preço de 450 a 500 mortes.

Só em 1907, com o surgimento do interesse do investidor americano Percival Farquhar, que via na finalização da Mamoré-Madeira uma oportunidade obter vultosos lucros, é que o homem começou a vencer a selva.

De comum acordo entre o governo brasileiro e a empresa Madeira Mamoré Railway criada pelo empresário americano decidiu-se que a fer-



**Técnicos americanos dirigiram as obras**



**Cidade de Porto Velho na época da construção**

Sobre o assunto existem ainda as obras "Mad Maria", de Márcio Souza, e "Trem Fantasma", de Francisco Foot Hardman, além de outros livros de autores estrangeiros e artigos de jornais contemporâneos.

A construção propriamente dita da Estrada de Ferro Madeira-Mamoré, embora não tenha registrado aquelas passagens românticas e de intrigas de novela, não foi menos dramática durante toda a trajetória.

Abrir a selva era preciso enfrentar cachoeiras, tempestades

rovia teria como ponto inicial o local denominado Porto Velho, a 7 km abaixo de Santo Antônio, para construir a estação inicial, um cais, as oficinas da ferrovia, casas do pessoal graduado.

Nos primeiros meses da retomada da construção, a equipe de trabalhadores foi reduzida pelas doenças, o que levou a empresa a adotar a política de importar todos os meses novas levas de pessoal para substituir os afetados pelas doenças.

Durante os seis anos das obras, de 1907 a 1912, a construtora "importou" o total de 21.783 trabalhadores, de cerca de 40 nacionalidades – americanos, espanhóis, italianos, ingleses, cubanos, chineses e outros – uma média de 300 por mês, para repor as baixas sofridas em decorrência de doenças, acidentes e brigas. Quando a ferrovia foi inaugurada, as vítimas fatais até a data, causadas principalmente por malá-

ria, disenteria e febre amarela, excederam o total de 1.500.

Farquhar não foi a pessoa que alguns setores tentam satanizar, na opinião de muitos moradores de Porto Velho. "Tentam pintar uma imagem irreal dele. Farquhar foi um injustiçado. Ele conseguiu a façanha de concluir a ferrovia, o que muitos outros tentaram e fracassaram", afirma o arquiteto Luiz Leite de Oliveira, fundador da Associação dos Amigos da Madeira Mamoré, sediada na capital da Rondônia, entidade que defende a reativação da ferrovia.

Foi como resultado da construção da ferrovia que se escolheu o local onde se ergueria a atual capital da Rondônia, salientou o arquiteto.

A associação conseguiu preservar alguma coisa na antiga estação situada às margens do rio Madeira. Com a cobrança de estacionamento na praça em frente, voluntários con-

seguiram recuperar a locomotiva 18.

Luiz Oliveira ressalta ainda que a ferrovia construída por Farquhar é sempre lembrada por seus contemporâneos americanos, que freqüentemente chegam em Porto Velho para admirar *in loco* o que restou da saga da Madeira-Mamoré. O arquiteto é autor de um projeto de restauração da ferrovia que venceu concurso promovido pelo estado de Rondônia e aguarda a obtenção de recursos para o início das obras. Já existem empresas que prometeram doar parte do dinheiro necessário para a reativação. Estima-se em R\$ 20 milhões o valor exigido para que as locomotivas voltem a circular em oito dos 366 km da ferrovia.

*N.E. As fotos preto e branco publicadas neste artigo são de autoria de Dana Merrill e foram fornecidas pelo arquiteto Luiz Leite de Oliveira.*



## AGORA NO BRASIL

# TRIANGLE TYRE

**DE UMA DAS CULTURAS MAIS ANTIGAS DO MUNDO COM A TECNOLOGIA MAIS MODERNA DO MUNDO PARA SUA FROTA. PNEUS RADIAIS E CONVENCIONAIS DE CARGA, CAMIONETA E OTR.**



**ORIENTE**

**Para maiores informações:**

**Emerson Roveda Astolfi**

**Fone (51)3343 0304 - Porto Alegre - RS**

**info@orientetriangle.com**

**www.orientetriangle.com**

**\*INMETRO #051\*ISO 9001\* ISO 14001\* QS 9000\* E4\* D.O.T\***

**Representante exclusivo: Grupo Oriente**

# MOTORES MAIS LIMPOS

Fabricantes começam a adequar seus comerciais leves, equipando-os com motores eletrônicos, para cumprir exigências da nova regra de emissões

**E**m sua segunda fase o Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores (Proconve P5), criado pelo Conselho Nacional de Meio Ambiente (Conama) passa a valer este ano também para veículos comerciais leves. A primeira fase, que entrou em vigor no ano passado, foi aplicada aos ônibus urbanos, que foram obrigados a sair da fábrica equipados com motores eletrônicos.

Para adaptar os veículos comerciais leves à nova legislação de emissões e de ruídos, equivalente a Euro III, as montadoras já estão substituindo a motorização por eletrônicos. A Renault do Brasil já está introduzindo os novos motores na sua linha Master, nas carrocerias furgão e chassi cabine. Com novo motor die-

sel 2.5 dCi de 16 válvulas (common rail), com gerenciamento eletrônico e injeção direta de combustível, a montadora conclui neste ano a adequação da sua linha de veículos utilitários à nova norma. A versão minibus de 16 lugares da empresa já roda com o novo propulsor desde novembro de 2004.

Além do baixo índice de emissão de poluentes e diminuição do nível de ruídos, o novo motor diesel, que substitui os propulsores 2.8D (aspirado) e 2.8 dTi (turbo), garante redução no consumo de combustível, maior torque e diminuição do nível de ruído.

Com a unificação do novo motor 2.5 dCi de 16 válvulas, todas as versões da linha de utilitários Master vão desenvolver 115 cv de potência

a 3.500 rpm e torque de 29,6 mkgf (290 Nm) a 1.600 rpm, o que significa um ganho de 16% em relação ao propulsor antigo 2.8 dTi (26,5 mkgf) a 1.800 rpm.

A estimativa da Renault é vender 2.800 unidades da linha Master, o que representa um crescimento de cerca de 15% em relação aos 2.430 veículos comercializados no ano passado. Do total, 1.600 unidades são da versão minibus, 1.070 na configuração furgão e 130 na configuração chassi cabine.

A General Motors do Brasil informou que está preparando as adaptações dos seus dois veículos, a picape S10 e a Blazer, para cumprir a nova legislação. Hoje os seus dois modelos são equipados com motor diesel MWM de 2.8 litros e 132 cv de potência. No mercado total de picapes a GM é líder de vendas no Brasil. De 1995 a 2004 a montadora vendeu 90 mil unidades da Blazer e 220 mil da S10. Em 2004 as vendas da picape S10 atingiram 14 mil unidades, volume igual ao de 2003. As da Blazer aumentaram 30,43%, de 2,3 mil para 3 mil unidades.

O novo veículo da Fiat Ducato que obedece à norma Euro III será lançado no mercado brasileiro no primeiro semestre deste ano. A montadora informou que seguirá a legislação que permite comercializar até 60% dos veículos de carga com motorização mecânica. Os outros 40%, assim como todos os de passageiros, serão dotados de motor eletrônico.

**NOVA RANGER** – A Ford lança neste mês a nova Ranger com motor eletrônico diesel, o Power Stroke Electronic de 3,0 litros e 163 cv de potência. Para desenvolver esse motor, que atende às novas normas de



**Linha Master da Renault, com motorização eletrônica, ganha potência**

emissões de poluentes a International Engines investiu US\$ 30 milhões.

"A picape média de maior tradição do mercado brasileiro recebeu recentemente um novo estilo, que agregou formas harmônicas à funcionalidade exigida por um veículo de sua utilidade e porte. Agora, antecipando-se à legislação, a nova Ranger evolui ainda mais, trazendo o que há de mais moderno em termos de motorização eletrônica a diesel", diz Tom Brewer, diretor de Marketing e Vendas da Ford.

Além de ter melhores índices de consumo de combustível, a nova Ranger eletrônica é ainda 6% mais econômica que o modelo 2,8 litros mecânico. Outra grande vantagem é a baixa emissão de poluentes, antecipando-se aos novos limites da legislação brasileira.

O motor Power Stroke Electronic 3.0 L é totalmente novo. Incorpora tecnologias de última geração e, se-



**Picape GM S10: 14 mil unidades comercializadas em 2004**

gundo a Ford, seu torque de 38,7 kgfm é não só o maior da categoria como também está disponível em uma ampla faixa de rotações, conferindo à nova Ranger um desempenho flexível.

O motor Power Stroke Eletronic 3.0 litros tem cabeçote de alumínio, quatro cilindros em linha, 16 válvulas e aspiração turbo intercooler. É o primeiro no Brasil a contar com o sistema de injeção direta common rail eletrônica com atuador piezoelétrico de alta precisão e repetição,

de nova geração, afirma a empresa.

O novo motor traz eixo de comando de válvulas no cabeçote (OHC), com balanceiros roletados e tuchos hidráulicos que ajustam automaticamente a folga das válvulas. Isso proporciona um conjunto de alta resistência, com baixo atrito e isento de manutenção. A tampa de válvulas, em material plástico, tem sistema de respiro integrado. Além de baixo nível de ruído, ela permite melhor separação e controle do óleo lubrificante e facilita o acesso aos injetores. ■

## ANUNCIE AQUI.

O retorno está mais próximo do que você imagina.

**LIGUE JÁ!**

**(11) 5096-8104**

## ESCOVÃO (FERRAMENTA DE LIMPEZA)

380.2



- \* Cabo alumínio até 3m.
- \* Cepas plásticas anti-mofa.
- \* Dispensa escada.
- \* Fios florados de PET, com espuma.
- \* Parabrisas, lonas e baús.
- \* Tamanho de 30X9 cm.

**51.6351555**

**ODJM** e-mail: [oderichv@terra.com.br](mailto:oderichv@terra.com.br) site: [www.odim.com.br](http://www.odim.com.br)

Desde 1933

São Sebastião do Cai/RS-BRASIL

## FLEETCOM

Sistema de Gerenciamento de Frota

**Software para Gestão de Transportes, módulos:**

### Administrativo

- ✓ CTCR, Faturamento, Contas a Pagar/Receber, Fluxo de Caixa, Bancos.

### Operacional

- ✓ Veículos, Motoristas, Combustíveis, Lubrificantes, Manutenção, Pneus, e Almojarifado.

**Reduza seus CUSTOS OPERACIONAIS!**

**PARA OTIMIZAR OS RECURSOS DE SUA EMPRESA CONTE COM A GENTE!**

**A mais completa Consultoria em Transportes**

- ✓ Auditoria nos Sistemas de Gestão, Manutenção e Operação da Frota de Veículos.
- ✓ Manutenção própria ou terceirizada?
- ✓ Dimensionamento, Adequação e Renovação de Frota.
- ✓ Normas de Utilização da Frota.

**Treinamento especializado**

- Técnicas para Direção Segura e Econômica de Veículos.
- Movimentação de Materiais (Empilhadeiras, Guindautos, Tratores)

**VISITE NOSSO SITE: [www.fleetcom.com.br](http://www.fleetcom.com.br)**

**FLEETCOM Serviços e Tecnologia S/C Ltda.**

Rua Mazel, 107 Sala 04/B - 06708-235 - Cotia - São Paulo - Fone (012) 9723-9777.  
Rua Espírito Santo, 219 (altos) - 01526-020 - São Paulo - Fone (011) 3207-9191.

# RITMO ACELERADO

**Cummins Latin America inicia 2005 com força total, projetando nova expansão da fábrica e crescimento de 15% na produção de motores**

*Sonia Crespo*

**A** Cummins Latin America não pára nunca. Em 2003, a montadora produziu 31 mil motores. Em 2004, esse volume praticamente dobrou, saltando para 61 mil unidades – um crescimento de 45%. Para este ano, a montadora anunciou, durante entrevista coletiva, que fará nova ampliação da linha de produção de sua fábrica de Guarulhos (SP), com investimentos para o biênio 2005-2006 que somam a quantia de R\$ 160 milhões. O objetivo da montadora, afirmou o diretor-presidente, Ricardo Chuahy, é expandir a capacidade atual de produção de 80 mil motores/ano para 85 mil unidades. Só para 2005, a montadora espera crescer 15%, e alcançar a produção de 70 mil motores. Um dos fatores que contribuirão para esse crescimento é o início



**A Cummins Latin America planeja lançar novos motores, de 8,3 e 9,0 litros, em 2005**

da fabricação maciça do motor mecânico Euromec III: a meta é que saiam da linha de montagem 2 mil unidades desse modelo ainda este ano, e chegue a 10 mil unidades em 2006.

As projeções otimistas da montadora estão lastreadas pelos resultados bastante satisfatórios alcançados em 2004. Ricardo Chuahy diz que o

mercado doméstico de caminhões e ônibus deverá crescer, respectivamente, 5% e 10% este ano. "Nós queremos alcançar participação de 36% no segmento de caminhões e de 7% no de ônibus", anunciou.

O projeto de crescimento também inclui expandir as vendas externas, que registraram volume recorde em 2004, totalizando receita de R\$ 1,3

bilhões. Em relação a 2003, o aumento foi de 63%. "Nosso principal mercado externo ainda são os Estados Unidos, destino de 40% das exportações. Mas queremos intensificar ainda mais os negócios com países da América Latina, especificamente a Colômbia, o Chi-

le, a Argentina e a Venezuela, que atualmente são os compradores de 25% de nossos produtos exportados. Também queremos expandir nossos negócios com a Rússia", acrescentou, divulgando a previsão de receita nesse segmento de R\$ 1,6 bilhões para 2005, o que representa a venda de 13 mil motores, – volume 30% superior ao de 2004. Chuahy disse ainda, sem especificar datas, que a montadora planeja lançar novos propulsores em 2005, de 8,3 e 9,0 litros: "Esses motores substituirão os modelos da linha C".

Nos outros dois segmentos da Cummins Latin America – Industrial e Energia – os resultados de 2004 também foram interessantes: as vendas de propulsores para equipamentos agrícolas e de construção cresceram 48% e a comercialização de geradores aumentou 28%. ■

## CHUAHY DEIXA A MONTADORA



Com a mesma simpatia e elegância com que sempre se apresentou nas coletivas de imprensa, Ricardo Chuahy anunciou, no último encontro, que está deixando o cargo de diretor-presidente da Cummins Latin America. A determinação partiu da matriz. De agora em diante, as sete diretorias da unidade brasileira se reportarão

diretamente às respectivas vice-presidências nos Estados Unidos, seguindo modelo já adotado na unidade da Inglaterra.

Engenheiro de 51 anos, Chuahy sai no melhor momento de toda a história da planta brasileira: "É melhor assim: sair enquanto os índices estão excelentes", comentou, sorridente, avisando que continuará no mercado.



# nova opção com tradição



# INSTABILIDADE AFETA O SETOR

**A persistente etapa de oferta acima da demanda no setor de transporte frigorificado inibiu ganhos e investimentos em modernização dos equipamentos**

**A**o longo das várias crises econômicas vividas pelo País, o setor de transporte tem sido castigado basicamente porque na atividade o excesso de oferta em relação à demanda é uma característica normalmente presente. Em ambientes recessivos, a situação geralmente se torna menos sustentável e sobrevêm com mais intensidade as dilapidações de ativos.

Se a carga geral, que opera em regime *spot*, está mais exposta a es-

ses problemas, de outro lado seu grau de imunidade é maior à medida que pode recorrer a eventuais nichos onde eventualmente haja menor grau de riscos.

No transporte especializado – com raras exceções – os efeitos das crises costumam ser mais fortes até porque é menor o universo de embarcadores e, por extensão, maior o grau de dependência do transportador. É o caso do transporte frigorificado – produtos congelados e re-

frigerados – que registrou aguda degeneração de ativos.

A causa principal, num primeiro instante, foi a persistente etapa de convivência de regime de oferta acima da demanda, inibindo ganhos e conseqüentes investimentos em equipamentos mais modernos e produtivos. A produção de semi-reboques frigoríficos a contar de 1993 espelha essa instabilidade. Depois de uma curva ascendente de produção entre 1994 e 1997, persistiu forte declínio nas encomendas.

O setor reclama que a baixa remuneração dos fretes tem como agente desencadeador a situação macroeconômica do País. A recessão por alguns anos levou à prática de “famigeradas licitações de fretes”. Enquanto durou o excesso de oferta de transporte frigorificado, os embarcadores teriam se aproveitado para formar uma espécie de ranking de eleitos, selecionados “não apenas pela qualidade, mas também pelo melhor preço.”

Nesse ranking, os desclassificados saíam de cena e, no seu lugar, entravam novos ocupantes do ranking, sistema comparável a um torneio de futebol. “Isso aconteceu e continua acontecendo”, diz Olavo Braidó, vice-presidente da ABTF, associação que congrega transportadores de produtos frigorificados. “E tudo com convivência, claro, do próprio transportador”, acrescenta, para enfatizar: “Será preciso que o transportador mude a sua mentalidade e que comece a gerir o seu negócio de maneira consciente e profissional. Isso será muito salutar para própria empresa e para o setor”.

Segundo Braidó, e com base “nu-



Foto: Paulo Igarashi

**Transporte frigorificado: contratação pela qualidade e pelo melhor preço**

ma projeção otimista”, a produção de equipamentos rodoviários frigoríficos, ainda que volte a alcançar os mesmos níveis de dez anos atrás (cerca de 800 unidades, como em 1994) seria insuficiente para reparar os estragos causados ao setor.

“Para agravar este quadro, houve redução drástica de transportadoras do segmento do frio. Sem dúvida, mais de dez transportadoras de porte sumiram do mercado e outras buscaram novos nichos. Essa é a lastimável e pura realidade”, acentua Braido, que analisa com uma pergunta e uma resposta. “Será que houve ineficiência gerencial e administrativa? Em parte, talvez, sim. Todavia, com toda a certeza, colaborou para este cenário triste a remuneração deficitária e predatória efetuada pelo mercado”. Ainda segundo ele, “todas essas variáveis somadas resultou numa quebradeira generalizada. E para a recuperação

### SEMI-REBOQUES FRIGORIFICADOS (produção - em unidades)

Ano	Total
1993	232
1994	827
1995	924
1996	1.018
1997	860
1998	725
1999	517
2000	615
2001	780
2002	493
2003	330

Fonte: Anfir

do setor, provavelmente será preciso uma década de ganhos reais e de escala”.

Ainda de acordo com o vice-presidente da ABTF, números relativos a compras de equipamentos de refrigeração no primeiro semestre de 2004 para instalação em semi-rebo-

ques frigoríficos revelam que 91% foram adquiridos por grandes embarcadores com frota própria para atender contratos de exportação e somente 9% foram destinados aos transportadores de carga frigorificada.

Tal situação convive com “esforços” para aprimorar a movimentação de produtos frigoríficos dentro de normas de qualidade, amparadas pelas regras para o setor alimentício da NR 14701 via ABNT que regem as condições de transporte sob temperatura controlada. “O estímulo para o cumprimento das normas são aferidas por termo-registrador e através da sofisticação eletrônica via satélite de controle em tempo real da temperatura do produto”, diz Braido, que também é coordenador da especialidade do transporte do frio no Setcesp, sindicato que reúne as empresas de transportes do estado paulista.



## Flash e NeoBand

# Transforme veículos de transporte em veículos de comunicação

A **Flash** é uma empresa especializada na produção de kits para montagem de baús de caminhões, com lonas laterais, teto retrátil e lonas térmicas.

A **NeoBand** imprime lonas e adesivos que reproduzem imagens com altíssima resolução e consistência de cores.

Transforme sua frota em outdoors ambulantes. É a mídia que todo mundo vê, com custos baixos, de rápida produção, de fácil instalação e de resultados impressionantes.

**FLASH**  
TEL: (11) 5641-0501  
E-mail: flashnet@flashnet.com.br  
www.flashnet.com.br

**neoband**

Tel: 11 2199 1200  
www.neoband.com.br

Na Intermodal South America, sua empresa, além de ficar lado a lado com os maiores e melhores do comércio exterior e da logística internacional, torna seus serviços e produtos muito mais acessíveis a mais de 39 mil profissionais do setor - todos em busca das mais novas tendências mundiais e, principalmente, da realização de grandes negócios, concentrados no maior evento do mercado.

**ESTEJA ENTRE AS MELHORES EMPRESAS DE COMÉRCIO EXTERIOR E LOGÍSTICA INTERNACIONAL.**

**1 A 3 DE JUNHO DE 2005**

**Centro de Exposições Imigrantes**  
Rodovia dos Imigrantes, km 1,5 • São Paulo • SP

**Estandes a partir de 16m<sup>2</sup>, com toda a infra-estrutura e suporte da dmw world media**

Opção de montagem básica - Pontos de hidráulica, elétrica, telefonia e internet disponíveis em todos os locais do pavilhão - Instalações através de calhas subterrâneas - Estacionamento para 7.500 veículos - Fácil acesso - Praça de alimentação. E mais: materiais promocionais de divulgação, assessoria de imprensa a partir da assinatura do contrato e toda a apoio necessário para qualquer ação diferenciada durante os dias do evento.

# A INTERMODAL É **MAIS** RESULTADOS



**INTERMODAL**  
SOUTH AMERICA 2005  
MAIS QUE UMA FEIRA, BONS NEGÓCIOS



Realização

dmw world media

Revista Oficial

**Global**

Apoio

**gulaMARÍTIMO**

Patrocínio

**TANKPOOL**

**CEOL**

Local  
**IMIGRANTES**  
EXPO 2005

# CRESCIMENTO RUMO AO SUL

Com 20 novos caminhões Volvo na frota, Transportadora DM quer expandir as operações entre Brasil e Uruguai e consolidar sua atuação no Cone Sul

Sonia Crespo

A partir de março serão mais 20 novos caminhões na frota da DM Transporte e Logística Internacional, para que a empresa possa atender ao crescimento da demanda de carga seca, carga geral e de matérias-primas, entre o Brasil e os países do Cone Sul: Argentina, Uruguai e Chile. Nos últimos tempos, Ricardo Mincarone, diretor geral da transportadora, vem comprovando na prática o crescimento da movimentação de produtos acabados entre o Brasil e esses países. "O vai-e-vem de caminhões, nos últimos dois anos, aumentou cerca de 20%. Só o mercado argentino, durante esse período, cresceu

no nosso negócio algo em torno de 8%", estima. Além disso, a compra faz parte da política de expansão da empresa, adotada há 12 anos: "A cada cinco anos dobramos o volume total da frota", explica o executivo.

A empresa, que tem 37 anos de existência e desde seu início atua no segmento de transporte rodoviário internacional para o Cone Sul, registra maior volume de cargas nas exportações. "Mas, mesmo assim, trabalhamos para que nossas carretas voltem plenamente carregadas", diz Mincarone. A maior parte da carga sai da região Sudeste, em direção ao Cone Sul, especificamente de São Paulo: Mincarone contabiliza que

60% da frota, que hoje tem 230 caminhões próprios, faz esse percurso. Dos demais carregamentos, 30% saem do *hub* do Rio Grande do Sul e os 10% restantes têm origem em Santa Catarina, Paraná, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Para atender com segurança às 300 empresas que integram a carteira de clientes ativos – 100 dos quais concentram 80% do faturamento total – a DM instalou rastreamento Autotrac em todos os veículos.

**FILIAL URUGUAIA** – O crescimento previsto para 2006 já tem mais uma base sólida. A DM acaba de implantar a mais nova filial da empresa em Montevidéu, Uruguai. A unidade, conta Mincarone, será responsável pelo aumento do fluxo de negociações e contratações entre o país e o Brasil. A Argentina, segundo Mincarone, ainda é o carro-chefe dos negócios: 55% do faturamento da empresa, que em 2004 somou US\$ 19,3 milhões, resultaram das transações com aquele país. Na sequência estão o Chile, responsável por 35% do faturamento, e o Uruguai, que completa os 10% restantes.

Em relação a 2003, o volume de negócios cresceu 13%. Já para 2005, a previsão é ousada: Mincarone projeta crescimento nas transações com o Chile e o Uruguai, que poderão expandir em 40% o faturamento. "Na realidade, nosso crescimento é também reflexo do reajuste de fretes internacionais em 2004, que foi algo em torno de 25%", acrescenta.

Os 20 novos caminhões começam a operar em março e têm cavalo-mecânico Volvo, modelo FH12 380, 28,5 toneladas brutas ou 30 paletes padrão. A compra absorveu R\$ 8 milhões, conforme o executivo. ■



Frota da Transportadora DM dobra a cada cinco anos

# TRANSPORTADOR AVANÇA NA OPERAÇÃO LOGÍSTICA

**Toniato e Rodomodal investem em armazenagem em áreas dos clientes e passam a enxergar seu negócio com perspectivas redobradas**



**Assinatura do contrato de dez anos: a partir da esq., o presidente da Bayer CropScience, Marc Reichardt, o executivo da Ebamag, Gilberto Miranda, o diretor de supply chain da Bayer, Rafael Villarroel e o diretor comercial da Ebamag, José Marciano de Oliveira**

**E**mpresas brasileiras com origem no transporte rodoviário de cargas vêm expandindo seu portfólio de serviços para novas tarefas que incluem a operação logística dentro das fábricas de grandes corporações multinacionais.

Duas transportadoras nascidas nas décadas de 1970 e 1980 e consideradas hoje de médio porte em faturamento, estão se destacando em serviços *in house* (dentro da área do cliente). Uma delas é a Transportes Toniato, fundada em 1974 em Barra Mansa (RJ). Seu braço de logística, a Ebamag, formalizou no início de 2005 um contrato de dez anos com a alemã Bayer CropScience, num

acordo que inclui a construção, pela Ebamag, de um centro de distribuição no terreno da Bayer, em Belford Roxo (RJ). A partir desse armazém, que será concluído em 2006 a um custo de R\$ 17 milhões, a Ebamag vai se responsabilizar por um pacote de serviços, incluindo a recepção da matéria-prima, alimentação da linha de produção, retirada do produto acabado, sua armazenagem e a gestão do embarque para o comprador.

Outra empresa que inclui em seu portfólio atividades *in house* é a paranaense Rodomodal Locações e Logística, fundada em 1985. Nos serviços que presta a alguns de seus clientes pesos pesados, há um cardápio completo que abrange as etapas de recebimento, armazenagem, administração de estoques e disponibilização de insumos básicos até a embalagem, expedição e distribuição de produtos acabados. Em alguns clientes da Braskem, a Rodomodal providenciou a instalação de silos estacionários. Estes silos são supridos 24 horas por carretas graneleiras que levam polietileno, por exemplo.

Abrir o leque de soluções tem sido determinante para a Rodomodal manter seu crescimento constante nos 20 anos de vida que serão completados em 2005. Trata-se da solução à la carte, personalizada e desenvolvida para atender exatamente as necessidades de seus clientes.

O interessante é que as soluções *in house* não são tão fáceis de serem terceirizadas. Mesmo a Bayer tinha dúvidas – tanto assim que nos 18 meses que durou o projeto de estudos e análises considerou três possibilidades: investimento próprio, terceirização total ou parcial da logística industrial. Acabou prevalecendo a terceirização total pela junção de interesses. A Ebamag, na disputa que travou com quatro concorrentes, ofereceu condições especiais: uma delas será mudar sua sede no Rio de Janeiro, em Vigário Geral, para Belford Roxo, nas instalações da Bayer. Com isso, concentra toda sua operação no estado num só ponto, diluindo custos tanto para si como para o cliente.

O armazém dentro da Bayer, em terreno de 20 mil m<sup>2</sup>, será construído pela Construsul, empresa coligada à Ebamag e Toniato. É o segundo centro de distribuição do Grupo Toniato. O primeiro, já com módulos construídos e alugados à indústria alimentícia Bauducco, integra um futuro condomínio logístico pertencente ao grupo e situado na região da Grande São Paulo, na Rodovia Ayrton Senna, perto do Aeroporto de Guarulhos. As chamadas operações customizadas, projetadas segundo as necessidades específicas do embarcador, agregam valor ao transporte e à operação logística. ■

# SEMINÁRIO

# "Mudanças na Legislação Tributária e Oportunidades Fiscais para 2005"

**A data:** 23/03/2005

**Agenda:** 08h00 - 08h30 - Welcome Coffee / Credenciamento  
10h00 - 10h15 - Coffee Break  
12h00 - Encerramento

**Preço da Inscrição:** R\$ 250,00 - Consulte-nos. Preços especiais para participantes de outros temas e para empresas com mais de 1(um) participante.

**O local:** Blue Tree Convention Ibirapuera  
Av. Ibirapuera, 2927/2907 - Moema  
Tel. do Hotel 11-2161.9402

**Objetivo:** Proporcionar um debate para expor e esclarecer dúvidas sobre as recentes alterações promovidas na legislação tributária e seu impacto no setor de Transporte, bem como apresentar possíveis oportunidades fiscais visando a redução e a administração da carga tributária das empresas.

**Público alvo:** Empresários, diretores e profissionais ligados ao Setor de Transporte nas áreas administrativa, financeira, contábil e jurídica das empresas.

**Temas a serem abordados:**

**I - Alterações na Legislação Tributária introduzidas pela MP nº 232/04, Lei nº 11.051/04, MP nº 237/04, Lei nº 11.033/04 e IN - SRF nº 482/04, no que diz respeito a:**

1. Majoração do lucro presumido;
2. Retenção na fonte - CSLL, PIS, COFINS e IRF;
3. Transportes - sub contratação;
4. Compensação;
5. Processo Administrativo Fiscal;
6. Certidão Negativa de Débitos;
7. SIMPLES;
8. Distribuição de lucros por empresas com débitos previdenciários;
9. Parcelamento de débitos em dívida ativa;
10. Multa - DACON;

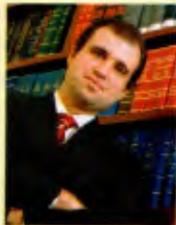
11. 3º e 4º Trimestre de 2.004 - alteração para o lucro real;
12. PIS/COFINS alíquota zero, isenção, suspensão e não incidência;
13. Precatório Judicial;
14. Reparcimento de débitos em dívida ativa;
15. DCTF

#### II - Oportunidades fiscais

1. Verbas Indenizatórias;
2. ICMS - Transferência de créditos;
3. PIS/COFINS combustíveis;
4. Planejamento Tributário - regime de apuração do imposto de renda.

#### III - Gerenciamento do Passivo Fiscal

**Palestrantes:**



**Halley Henares Neto -**  
Advogado em São Paulo, sócio diretor do escritório Henares Advogados Associados, especialista em Direito Tributário, mestrando em Direito Administrativo pela PUC/SP.



**Rodrigo Camperlingo -**  
Advogado em São Paulo, Associado e Coordenador Tributário do escritório Henares Advogados Associados e Especialista em Direito Tributário pela PUC-COGAE/SP.

COMERCIALIZAÇÃO/ORGANIZAÇÃO



**Marcelo Fontana**  
promoções e eventos

APOIO



INFORMAÇÕES: 11-5096.8104 / 08007028104 - otmeditora@otmeditora.com.br - Departamento de Eventos

"Será considerado quórum mínimo para a realização desse evento"

# TUDO EM PROL DA EFICIÊNCIA

**Petrobras Distribuidora quer esticar contratos com transportadores rodoviários e ferroviários para, com mais volume, exigir maiores graus de racionalidade**

**A** Petrobras Distribuidora (BR) está empenhada em reformular sua política de contratação de transportes com o objetivo de racionalizar custos e, ao mesmo tempo, aperfeiçoar a qualidade. A companhia, que lidera o mercado de combustíveis, opera com números gigantescos. Para atender a 18,5 mil clientes entre postos e mercado consumidor, a bandeira recorre a uma infra-estrutura formada de 68 terminais – 36 bases primárias e 32 bases secundárias. O combustível da Petrobras atende mensalmente 100 mil pedidos de entregas, realizadas por 120 transportadoras com frota total de 10 mil caminhões. Além de caminhões, a

empresa utiliza ferrovias e balsas fluviais.

Ter à mão o controle da logística é estratégico, sobretudo, para controlar gastos, assegurar prazos e reforçar a fidelidade do cliente. A Petrobras Distribuidora pagou no ano passado o total de R\$ 700 milhões em frete CIF. Desse montante, 71% foram destinados ao transporte rodoviário de carga, 15% à ferrovia e 14% ao transporte fluvial. A maioria dos clientes ainda prefere pagar o frete na modalidade FOB. A Petrobras quer mudar esse hábito, mas, para isso, precisa comprovar sua eficiência na logística.

Se os objetivos convergem para a eficiência, cortes de custos, o con-

senso de aprimoramento logístico passa por uma mudança na matriz de transporte da distribuição da companhia. A ferrovia, em 2004, foi responsável por 44,5% do volume das cargas da empresa. No ano anterior tinha 37% de participação. Um forte salto, sem dúvida, mas que pode ocultar um problema. O trem atingiu o limite de seu atendimento, adverte Sérgio Bottino, gerente de Inteligência Logística da Petrobras Distribuidora. O sistema ferroviário está com sua infra-estrutura comprometida para permitir novos saltos de atendimento. Bottino diz que não há falta de vagões específicos para o transporte de combustíveis. Põe o dedo na ferida. A linha permanente precisa de reformulação, de investimentos, para que as composições tenham maior velocidade média operacional.

Da mesma forma que identifica o problema, aponta soluções. A companhia, segundo ele, negocia contratos mais longos, com a duração de dez anos, para substituir os atuais, de três a quatro anos. Com isso, seria possível às companhias ferroviárias, por exemplo, negociarem antecipação de receitas e, com esses recursos, fazer investimentos necessários na infra-estrutura.

O mesmo remédio deverá ser ministrado às transportadoras, ou seja, elas contariam com contratos mais longos, de cinco anos, substituindo os atuais, que duram até um ano. Com esse respaldo, as exigências de aprimoramento do embarcador poderiam ser atendidas. Nesse processo, haveria uma seleção natural dos fornecedores de transportes. Redu-



Fotos: Paulo Igarashi

**Seleção natural reduzirá quadro de transportadores da BR para 120**

zindo-se o quadro de 120 transportadores, os selecionados ficariam com maiores volumes para diluir seus investimentos em renovação da frota, por exemplo, atualmente de dez anos de vida. O objetivo da Petrobras é recuar para seis anos a idade dos veículos.

No bojo das exigências, a bandeira pretende, também, promover o rastreamento da frota que a serve. A meta é rastrear 80% da frota, mas sem promover sofisticação de sistemas – o que se pretende é uma tecnologia simplificada, mas eficaz, e que atenda ao monitoramento das cargas com objetivo de ganhos logísticos.

Na reformulação da logística da companhia há foco acentuado no aprimoramento da gestão. Para se tenha clareza dos processos, a companhia usa um método que divide a cadeia de suprimentos estruturada num conjunto módulos: estimativa de venda; análise diária das necessi-



**Motoristas passam por cursos sobre segurança, meio ambiente e saúde**

dades das bases; programação de entregas e reposição automática de produtos.

Junto com controles logísticos e seleção de transportadores, a Petrobras Distribuidora já começou a implantar o programa que chamou de Salto de Qualidade nos Transportes

BR. O objetivo desse programa é conscientizar o quadro de 10 mil motoristas ligados à empresa sobre a necessidade de prevenir e, com isso, evitar acidentes. Para isso, a munição usada são subsídios teóricos e práticos sobre segurança, meio ambiente e saúde.

# AUTO LINEA, Qualidade e Liderança na Reposição.

- O MELHOR CUSTO / BENEFÍCIO
- AMPLA REDE DE DISTRIBUIÇÃO
- ASSISTÊNCIA TÉCNICA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL





**Granero fez adequação do caminhão Atego às suas operações para aumentar eficiência e produtividade**

## NOVOS MERCEDES GANHAM ADESÃO

**Grandes frotistas adaptam modelos Atego e Accelo às suas exigências operacionais para reduzir custos e obter ganhos de eficiência no transporte e na logística**

**A** família de caminhões Mercedes-Benz Atego, lançada no ano passado, é propícia para aplicações definidas e bem solucionadas.

Pois bem, a tradicional Granero, conhecida por sua operação de

transporte de mudanças, aproveitou bem o fato de o desenvolvimento do Atego favorecer utilizações convenientes.

E o que fez? Aproveitou a cabine leito do modelo 1418 e adaptou o espaço para transportar a equipe de

ajudantes que acompanha o motorista nas operações.

Assim, na parte traseira, vão até quatro ajudantes, que contam com cintos de segurança e encostos de cabeça e mais espaço para pernas e pés graças ao rearranjo feito na configuração. A adaptação, nas contas da Granero, permite redução de R\$ 300 em cada mudança já que se elimina o carro de apoio com motorista.

Uma vantagem registrada pela empresa na adequação do caminhão de cabine leito para o transporte de ajudantes é a preservação da originalidade do veículo. Ou seja, não é preciso alterar as características, como usualmente se faz, fato que pode resultar em desvalorização do valor de revenda.

Um dos maiores frotistas Mercedes-Benz, o Grupo Luft, dono de

1.250 caminhões, 95% da marca da estrela, também estreou na linha Atego, optando pelo modelo 1725 com cabine estendida para uso no transporte de defensivos agrícolas das empresas DuPont, Dow AgroScience e Bayer.

O 1725 é um semi-pesado indicado para utilização em curtas e médias distâncias rodoviárias. Vem equipado com motor OM 906 LA.

A versão cabine estendida escolhida pela Luft tem cama rebatível, permitindo ao motorista pernoitar no caminho. Atende a clientes que operam com peso bruto total entre 13 e 17 toneladas. Geralmente, estão ligados a operações de atacadistas, cerealistas, operadores logísticos, autônomos, entre outras.

**MARTINS DÁ AVAL À LINHA ACCELO** – Grandes frotistas como o



**Grupo Martins comprou 160 caminhões Accelo com carroceria tipo sider**

Grupo Martins, que aliam à frota avantajada a alta quilometragem por veículo, certamente não fazem compras por impulso. A aquisição é precedida de infundáveis testes e análises. Mas, sem dúvida, esse perfil de frotista leva em conta (e muito) a economia de combustível até porque o diesel tem um peso importante na formação dos custos.

Pois a economia de combustível foi um forte fator para que o Grupo Martins, atacadista com matriz em Uberlândia (MG), definisse pela compra de 160 caminhões Mercedes-Benz, modelo Accelo. "Fizemos vários testes de demonstração junto ao cliente que comprovaram as vantagens dessa tecnologia nas suas rotas de operação", diz o diretor de Vendas de Veículos Comerciais da Daimler Chrysler, Gilson Mansur. Todos os modelos receberam a carroceria tipo sider.

O Martins atua como distribuidor de uma gama imensa de produtos – de alimentícios a eletrônicos, de construção civil a medicamentos. Seus cami-



**A Luft optou pelo modelo Atego 1725 para movimentar defensivos agrícolas**

nhões chegam aos pontos mais remotos do País – em outras palavras, o veículo, além de econômico, precisa estar apto para enfrentar difíceis condições de tráfego brasileiras.

O fato de o Martins ser um dos maiores frotistas do País e, pelas características de sua operação ser um forte propagador de produtos que opera, é natural que as montadoras pretendam vender para a empresa fundada pelo empresário Alair Martins.

Assim, o Accelo, um caminhão lançado em maio de 2003, ganha com a inclusão do Grupo Martins (que comprou o modelo 915 C, com carga útil de 5,88 toneladas) um usuário de forte referência para o mercado.



**A Granero adaptou o espaço da cabine-leito do Atego 1418...**



**...para transportar até 4 ajudantes que acompanham o motorista nas operações**

# MAIS SEGURANÇA E APOIO À LOGÍSTICA

Sistema da CDATE combina tecnologia do celular, sistema GPS e a internet, para fornecer comunicação acelerada e informações em tempo real

*Aline Feltrin*

**H**ouve o tempo em que as transportadoras usavam o sistema de rastreamento de frotas apenas por questões de segurança. Com a chegada dos mais novos, como o sistema integrado de Gerenciamento e Operações Logísticas (Logis) desenvolvido pela CDATE, empresa especializada em pesquisa e desenvolvimento de soluções para o setor de rastreamento, segurança e logística localizada em Santo André (SP) – a comunicação ganhou velocidade e a capacidade de gerar em tempo real informações precisas do veículo rastreado cresceu, pois o sistema combina a tecnologia de comunicação móvel digital GSM/GPRS, o global de posicionamento GPS e a internet.

“Fizemos uma pesquisa e começamos a perceber a necessidade que as transportadoras demonstravam por um sistema mais aperfeiçoado para saber onde estava a carga –

quanto tempo iria demorar para chegar, quanto tempo o motorista percorria determinado trecho, se a carga estava segura. Não tínhamos estas informações disponíveis em formas eficientes e os tipos de equipamentos de satélites eram caros demais para o transportador e inviáveis para operações logísticas”, conta José Carlos dos Santos Pereira, diretor técnico da CDATE.

Segundo o diretor, o Logis que segue as normas européias DIN de vibração, temperatura e impacto e já foi testado pela polícia de Nova York com bons resultados. O sistema permite um aumento da capacidade de gestão e controle da frota por ser dotado de comunicação econômica e em tempo real e permite ao operador planejar e gerenciar a operação, estabelecendo a velocidade e o caminho mais viável para o destino, além de aumentar segurança.

No veículo há três sistemas anti-travamento, componentes com características militares, bateria de reserva interna de até quatro horas e 20 pontos de controle embarcados. “Nosso diferencial foi o fato de seguir as normas européias e conseguir certificações importantes que geram a qualidade de nossos serviços”, ressalta Pereira.

A CDATE forneceu o sistema integrado de gerenciamento e operações logísticas para dez transporta-

## ENTENDENDO O PROCESSO

O Logis utiliza o equipamento conhecido como unidade MOS, que é instalado no veículo e obtém sua posição geográfica por meio do sistema GPS. O MOS processa e envia as informações pela rede de telefonia móvel. A central de controle recebe, armazena e processa as informações e as disponibiliza para as estações de trabalho conectadas. O software Logis é instalado no cliente e permite que cada empresa desenvolva sua própria operação em tempo real, com total autonomia e segurança.

Por meio do Logis, essas empresas têm acesso rápido às Delegacias Regionais, Polícias Rodoviárias estaduais e federal, comandos da Polícia Militar, unidades de combate ao roubo patrimonial, além de disporem de catálogos que informam os pontos seguros e rotas alternativas em caso de necessidade.

doras, como a Sete Estradas – cuja frota é de 120 caminhões, totalmente rastreada. A transportadora atua nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Minas Gerais, Goiás, São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia, Pernambuco e outros.

“Utilizamos o sistema Logis há dois meses e reduzimos nossos custos de comunicação em 50%”, relata Ricardo Conte, diretor comercial da transportadora Sete Estradas. Segundo ele, o principal fator que o levou a adquirir o sistema foi a posição em tempo real do veículo e o menor custo do equipamento e da comunicação.



**Equipamento MOS instalado no veículo envia dados pelo celular**



## ADMINISTRAÇÃO DE FROTAS DE VEÍCULOS.

Administrar transportes implica gerenciar com menores custos, conseqüentemente com maior produtividade e rentabilidade. Grande parte das decisões estratégicas da administração de uma frota tem como principais questões o controle e a redução de custos operacionais dos veículos. Os sistemas de manutenção, bem como o modo de substituir

os procedimentos subjetivos ou sentimentais na hora de vender o veículo, adotando processos matemáticos, identificam o momento econômico exato para sua substituição. Mediante o desenvolvimento de uma abordagem objetiva e descomplicada, o curso oferece inúmeras alternativas para o alcance dos objetivos a que se propõe o treinamento.

### OS TÓPICOS ABORDADOS

#### Manutenção de frota

Sistema de manutenção  
Oficinas de manutenção  
Custos de oficinas de manutenção

#### Custos operacionais de veículos

Classificação dos clientes  
Custos fixos  
Custos variáveis  
Método de cálculo para custos fixos  
Método de cálculo para custos variáveis  
Administração de custos  
Fatores que influenciam na variação dos custos  
Mapas de custos, relatórios gerenciais e sistemas de controle

#### Planejamento de renovação de frota

Política de renovação de frota  
Dimensionamento de frota  
Adequação de frota  
Frota própria x frota contratada

### INFORMAÇÕES GERAIS

#### Inclusos:

Material Didático, coffee break, almoço, estacionamento e certificação ao término do curso.

#### Formas de Pagamento:

Depósito Bancário:  
Banco Sudameris - Agência 682  
Conta Corrente 017163000-6.  
Cartão de Crédito: Visa (Através

do número do seu cartão).  
Cheque Nominal, no Local do evento.  
Boleto Bancário  
Emissão de Recibo mediante a apresentação do pagamento, através do fax - (11) 5096.8104.

#### Substituição:

O Titular da inscrição poderá

indicar outro profissional de sua empresa para substituí-lo, devendo Informar por escrito. O não comparecimento do inscrito incorre na não devolução da taxa de inscrição.

#### Dados do Realizador:

OTM Editora Ltda. - Responsável pelas revistas Transporte Moderno

### A AGENDA

8h00 - 8h30 Credenciamento  
10h00 - 10h15 Coffee Break  
12h00 - 13h00 Almoço  
15h00 - 15h15 Coffee Break  
17h30 Encerramento

### PREÇO DE INSCRIÇÃO

R\$ 500,00  
Consulte-nos. Preços especiais para participantes de outros temas, e para empresas com mais de 1 (um) participante.

### O LOCAL

Campo Belo Plaza  
Rua Demóstenes, 748 - Campo Belo.  
São Paulo - SP  
(11) 5536.9922

### A DATA

07 e 08 de Abril de 2005

### O INSTRUCTOR



**Piero Di Sora** - Técnico em máquinas e motores pela Escola Técnica Federal de São Paulo; engenheiro industrial

mecânico pela Pontifícia Universidade Católica; especialista em treinamento gerencial na área de Administração de Transporte; coordenador do Sub-Comitê de Transportes (por Santos) e do Comitê de Gestão Empresarial da Eletrobras, ex-superintendente de Transporte e Serviços da Eletropaulo. Experiência de mais de 25 anos na área de transporte; instrutor e consultor em nível nacional de empresas públicas, privadas de pequeno, médio e grande portes e multinacionais.

e Technibus.

Av. Vereador José Diniz, 3.300  
Cj. 702 - Campo Belo  
CEP 04604-006  
São Paulo - SP  
CNPJ. 02.671.890/0001-99  
PABX (11) 5096.8104  
**0800.7028104**

e-mail:  
otmeditora@otmeditora.com.br

### ORGANIZAÇÃO:



Marcelo Fontana  
promoções e eventos

### REALIZAÇÃO:



**transporte**  
MODERNO

### INFORMAÇÕES:

11-5096.8104 / 08007028104  
otmeditora@otmeditora.com.br  
Departamento de Eventos

# UM ANO SUCULENTO

As vendas de caminhões em 2004 foram puxadas principalmente pelo crescimento do agronegócio e, neste ano, a demanda tende a se repetir, mas em escala menor

**O**s números de produção, vendas e exportações de caminhões foram muito alvissareiros no ano que passou. A produção fechou com 106.947 unidades, expansão de 35,5% sobre o ano anterior. Os licenciamentos (emplacamentos) foram de 83.005 unidades, aumento de 25,2%. E as vendas de caminhões para o mercado externo, com 25.288 unidades, quase dobraram (97,7%) em relação aos 12.791 veículos de carga embarcados em 2003.

Poucas vezes em 47 anos, desde 1957 quando o Brasil começou a produzir, viu-se um ano com tão generosa safra de caminhões.

Quando a situação geral vai bem, todos fabricantes comem do bolo. Foi o que se viu. Nas vendas no atacado (fábricas para redes) os 85.789 caminhões comercializados ficaram 25,9% acima do volume de 2003.

A marca que mais cresceu foi a Iveco, que passou de 1.983 caminhões para 4.357 unidades em 2004, expansão de 119,7%. A italiana manteve a sexta colocação – de 3,64% de participação subiu para 3,85%. A Iveco fez progressos. Trouxe a fábrica de caminhões para Sete Lagoas (MG) e disparou vários lançamentos ao longo do ano.

No ranking geral de caminhões, o quinto lugar também se manteve, cabendo à Scania, com 7,24%, ganho de 1,17% de market share so-

quanto a Volkswagen, de 30,28% caiu para 28,87%.

Quando o mercado cresce como em 2004, os preços se recuperam, o comprador paga mais e a indústria tende a lucrar mais. Houve filas de espera para comprar caminhão no

## VENDAS DE CAMINHÕES POR SEGMENTO

	2004	2003	Var.
<b>SEMILEVES</b>			
Total de unidades	7.817	5.393	44,9%
1º lugar	Ford	Ford	
<b>LEVES</b>			
Total de unidades	20.715	18.198	13,2%
1º lugar	Volkswagen	Volkswagen	
<b>MÉDIOS</b>			
Total de unidades	8.908	8.344	6,8%
1º lugar	Volkswagen	Volkswagen	
<b>SEMIPESADOS</b>			
Total de unidades	23.155	18.240	26,9%
1º lugar	Mercedes-Benz	Mercedes-Benz	
<b>PESADOS</b>			
Total de unidades	25.194	17.858	41,1%
1º lugar	Scania	Mercedes-Benz	
<b>TOTAL GERAL</b>			
Caminhões	85.789	68.121	25,9%

bre 2003. Já a quarta colocação, também inalterada, ficou com a Volvo, com 7,53% de participação, 0,77% acima do resultado de 2003.

Não houve surpresa também nas três primeiras posições, respectivamente para Mercedes-Benz, Volkswagen e Ford. No entanto a única das três que não perdeu market share foi a Ford – de 20,3% subiu para 20,5% em 2004. A Mercedes recuou de 31,19% para 30,81%, en-

ano passado motivadas pela demanda, tanto interna quanto externa. As matérias-primas escassearam, levando a remarcações de preços de peças, componentes e partes.

O caso talvez mais emblemático foi o dos pneus. Os quatro fabricantes – Michelin, Pirelli, Goodyear e Bridgestone – tiveram dificuldades para suprir o mercado interno. Caminhões foram liberados pelas montadoras sem estepes, por exemplo.

O aquecimento da demanda provocou uma reação positiva. Uma quinta marca, a alemã Continental, anunciou em 2004 sua decisão de se instalar no País, em Camaçari, na Bahia, com inauguração marcada para 2006. As concorrentes, por sua vez, anunciaram ampliações de volumes em fábricas – tanto nas existentes como em novas unidades.

As montadoras, de seu lado, anunciaram reforços. A Volkswagen criou o segundo turno em Resende (RJ), e a Scania fez o mesmo em São Bernardo do Campo (SP). Os dois casos são inéditos na trajetória destas marcas no País.

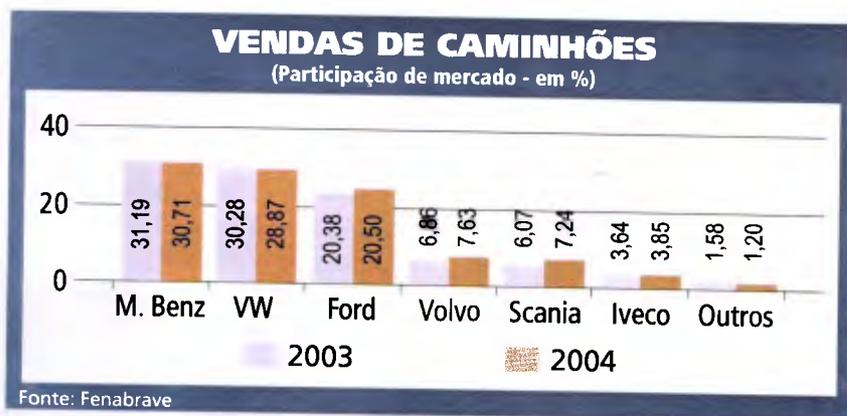
A Mercedes-Benz e a Volvo tiveram aumento de produção de caminhões utilizando o recurso de horas extras, incluindo aos sábados.

**A SEGMENTAÇÃO** – O maior crescimento, de 41,1%, ocorreu no segmento de caminhões pesados, disputado por seis marcas. Foram 25.194 unidades vendidas no atacado. O maior crescimento, de 219,2%, foi registrado pela Iveco, que passou de 495 unidades em 2003 para 1.580 unidades no ano passado. A marca italiana, embora tenha se mantido na mesma sexta colocação, elevou para 6,3% sua participação, ante 2,8% no exercício anterior.

Três outros destaques, na faixa dos pesados, couberam às marcas Volkswagen, Scania e Ford, cujas vendas aumentaram respectivamente 51,1%, 48,4% e 45,8%, bem acima do segmento (41,1%). A Volkswagen (com a terceira colocação em volume) ficou com 18,3% na participação. Em 2003 tinha 17,1% e a quarta colocação. A Scania, que passou à liderança, deixou para trás a terceira colocação.

Na dança das posições, a Mercedes-Benz, líder em 2003, mesmo crescendo 31,4% em volume de pesados vendidos no ano passado, passou a ocupar o segundo lugar.

**PERSPECTIVAS 2005** – Para 2005 as perspectivas para o mercado de



caminhões são de pelo menos se repetir os números do ano anterior em vendas domésticas. A safra de grãos continua alta e, mesmo com o recuo de preços, precisa ser movimentada, o que deve manter aquecida a comercialização de caminhões pesados.

O preço dos caminhões pode sofrer um arrefecimento em 2005 por conta da menor pressão do mercado comprador.

A Scania vem procurando lançar produtos adequados para determinadas aplicações como forma de oferecer melhor relação custo/benefício e, com isso, escapar da canibalização. Um dos exemplos é o P310, de 310 cv, recomendado para puxar carreta de três eixos. Seu preço está em torno de R\$ 100 mil menos que um modelo de 360 cv, faixa de potência em que começa a aplicação de bitrem. A Scania quer, pelo menos para seus frotistas tradicionais, oferecer um produto mais leve para quem precisar.

O ano de 2005 será muito competitivo e de muitas definições. As montadoras se encaminham para o prazo final (previsto para 2006) das leis que reduzem níveis de emissões de poluentes. Essa mudança em geral requer a adoção de motor eletrônico, que encarece o caminhão.

MWM e Cummins mostraram versões de motor mecânico (com potência na faixa de 150 cv) que atende às leis de emissões sem alterar muito os preços hoje vigentes. As inovações tecnológicas – parece um consenso –, ainda que tragam vantagens, não parecem animar o comprador a pagar mais por elas.

**CHASSIS DE ÔNIBUS** – A produção de chassis de ônibus no ano passado bateu o recorde de todos os tempos da indústria brasileira. Foram 28.732 chassis montados pelas seis empresas. Superou-se o recorde anterior, de 2003, quando a produção atingiu 26.990 unidades.

O mercado externo foi muito forte em 2004, com 12.936 unidades, outro recorde. E disparado, pois o melhor resultado nas exportações, até então, pertencia ao ano de 2003, com 9.329 chassis.

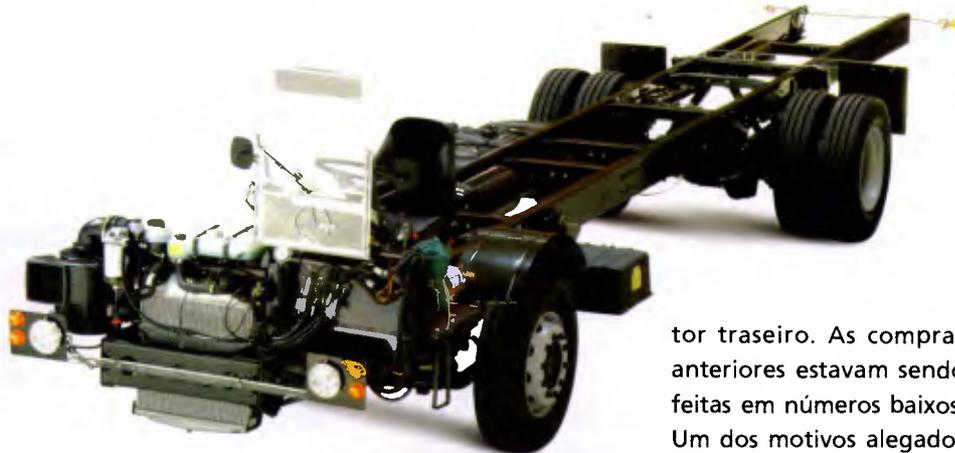
No mercado doméstico, as vendas no varejo (licenciamentos) atingiram em 2004 o total de 17.852 chassis, ampliação de 10,4% sobre o ano anterior. Nas vendas ao atacado, o número foi pouco menor, 16.982 unidades, queda de 2,5% sobre 2003.

Mesmo com esse recuo, o mercado interno teve um bom desempenho (foi o segundo melhor resultado da história). A DaimlerChrysler, no ano passado, ampliou sua liderança de 42,5% para 50,5% de participação. A vice, a Volkswagen, que tinha 31%, caiu para 21,8%. A Agrale, em terceiro lugar, subiu de 18,5% para 21,4%. A Scania cresceu de 2,9%, em 2003, para 3,4%, a Iveco recuou de 3,9% para 1,9% enquanto a Volvo, que tinha 1,1%, baixou para 1% seu market share.

Para 2005, duas montadoras, pelo menos, deram notícias alvissareiras ligadas à exportação. A Mercedes vai ampliar suas exportações de ônibus para 12 mil unidades, enquanto a Volvo fechou um negócio poderoso, de quase 1,7 mil ônibus para Santiago, do Chile.

## Belo Horizonte colhe nova safra de ônibus

Uma das maiores cidades brasileiras, Belo Horizonte, iniciou o ano comprando 600 ônibus da marca Mercedes-Benz. Do total, 450 foram comprados pelo SetraBH-Sindicato das Empresas de Transporte de Belo Horizonte, que representa cerca de 50 empresas do transporte coletivo de passageiros da cidade. Ou seja, o sindicato negocia condições que individualmente as operadoras não teriam. Os veículos escolhidos foram 270



unidades do chassi OF 1722 M (foto) e outras 180 do chassi OF 1418. As entregas serão feitas entre março e abril.

Interessante notar que os

chassis têm motor dianteiro – o poder público flexibilizou uma medida de há anos na capital mineira que só admitia chassi com mo-

tor traseiro. As compras anteriores estavam sendo feitas em números baixos. Um dos motivos alegados era o preço mais alto dos modelos com motor traseiro. O atual lote de 600 ônibus será encarroçado pelas empresas Marcopolo e Caio.

## GENTE

### LACRETA, NOVO DIRETOR DE PÓS-VENDAS DA GM



Luiz Carlos Lacrete (foto) acaba de assumir a direção geral de Operações de Pós-Vendas da General Motors do Brasil. O administrador de 55 anos, que trabalha há 22 na GM, diz que tem como objetivo dar continuidade ao trabalho desenvolvido pelo antecessor, José Roberto Favarin, que agora ocupará a presidência da GM na Venezuela. Entre as atividades que Lacrete exerceu na montadora, destaca-se sua atuação na área de vendas externas. Desde 2003, comandava a diretoria de exportação da montadora.

### MONFERINO ASSUME COMANDO DA IVECO



O italiano Paolo Monferino (foto) é o novo CEO da Iveco SpA, lugar anteriormente ocupado por

José Maria Alapont. Engenheiro mecânico, Monferino ingressou na Fiat em 1973, onde ocupou diversas funções. Em 1981 mudou-se para os EUA, como vice-presidente sênior do setor de compras mundiais da Fiatallis. Antes da nomeação para CEO, Monferino estava à frente da CNH, holding das montadoras de tratores e máquinas agrícolas Case e New Holland.

### MUDANÇA NA INTERNATIONAL



Aos 31 anos de idade, Edmar Bulla (foto) está assumindo a gerência de Marketing da International Engines South America, fabricante de motores. Formado em Comuni-

cação, Propaganda e Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing, Bulla terá como principal responsabilidade o desenvolvimento de todos os programas de comunicação da empresa, entre eles a modernização do departamento e a realização de ações culturais.

### PEDRO SOARES NA GERÊNCIA DE VENDAS DA AGRALE



O engenheiro mecânico Pedro Soares (foto) é o novo gerente de Vendas de Veículos para o Mercado Interno da Agrale, responsável pelos segmentos de caminhões, ônibus e aplicações especiais, como o novo jipe Marruá. Anteriormente, ele foi coordenador das Operações de Vendas de Veículos Comerciais da Mercedes-Benz nos mercados do Rio grande do Sul e Santa Catarina.

## Helicóperos viram bom negócio



O acordo firmado entre a Bell Agusta Aerospace Company, fabricante americana de helicópteros, e a TAM – Táxi Aéreo Marília permitirá que a empresa brasileira comercialize no País uma das aeronaves mais modernas do mundo: o helicóptero AB 139 (foto), que está na categoria de 5 a 8 toneladas e custa cerca de U\$8 milhões. Rui Thomaz de Aquino, presidente da empresa mariliense, diz que nos próximos três anos a companhia pretende vender 30 dessas

aeronaves para o mercado doméstico de offshore: "A recuperação econômica e a necessidade de renovação da frota por aeronaves mais modernas abre espaço para nosso otimismo em relação ao AB 139". O lançamento, segundo a fabricante, deverá substituir quatro modelos da Bell, que estão no mercado. A versão executiva do helicóptero tem capacidade para até oito passageiros. Com as vendas da nova aeronave, a TAM quer triplicar seu faturamento em 2005.

## Direto da China



O grupo XCMG – Xuzhou Construction Machinery Group, fabricante chinês de máquinas e equipamentos para construção e movimentação de cargas promoveu em fevereiro, por meio de seu distribuidor exclusivo, GTM – Máquinas e Equipamentos, o lançamento no mercado nacional do guindaste mo-

delo QY-50k. Com capacidade de 50 toneladas a 3 metros de raio, o guindaste da linha denominada "K" conta com lança telescópica de 40,1 metros, mais Jib de 15,0 metros, é computadorizado e tem peso bruto total (pbt) de 38.580 kg.

A capacidade de carga da linha "K" é de 25 a 200

## Terminal da Braspress em Porto Alegre

A Braspress, transportadora paulista de carga fracionada e expressa, inaugurou seu terceiro maior terminal de carga (foto), localizada em



Porto Alegre (RS). Com área total de 33 mil m<sup>2</sup>, sendo 12 mil m<sup>2</sup> de área construída, o novo terminal tem tamanho somente inferior aos terminais de distribuição de Belo Horizonte (MG) e São Paulo (SP).

A empresa investiu R\$ 5 milhões neste projeto para transformá-lo no principal centro de distribuição para as empresas instaladas nas cidades de Caxias do Sul, Novo Hamburgo, Passo Fundo, Pelotas, Santa Ma-

ria, Santo Ângelo e Uruguaiana. É dotado de 70 docas de operações cross-docking simultâneas e atenderá às necessidades operacionais não apenas da Braspress, mas também das subsidiárias Aeropress e Rodex.

Com uma frota própria de 575 veículos e mais de 500 terceirizados, atende a todos os estados e cidades do País. A empresa tem 2.350 funcionários diretos e 1.000 terceirizados e faz 350 mil entregas por mês.

toneladas. O equipamento da XCMG, segundo a distribuidora, incorpora todas as tecnologias e componentes de última geração disponíveis nesse segmento, tais como aços estruturais de elevado coeficiente de resistência, sistema hidráulico de alta confiabilidade, componentes mecânicos (motorização, transmissão e eixos) e sistema de controle operacional computadorizado que aumenta a segurança de uso do equipamento.

De acordo com Lédio Vidotti, diretor da GTM, a Xuzhou tem 26 fábricas e mais de 20 mil funcioná-

rios. Possui capacidade para fabricar 6 mil guindastes telescópicos por ano. " Fizemos um acordo de representação com eles e passamos a distribuir o produto e prestar assistência técnica aqui no Brasil", explica. Este é o primeiro guindaste que a representante traz para o Brasil cuja aplicação é rodoviária, segundo Vidotti.

A GTM também representa e distribui equipamentos de fabricantes como a Manitou francesa (equipamentos de manuseio de carga) e a nacional PHD (guindastes hidráulicos veiculares), entre outras.

## Balança embarcada facilita pesagem



Com a finalidade de desenvolver uma solução para o setor de transporte, coleta e distribuição de cargas fracionadas, a Bextra Sistemas Tecnológicos, localizada em Porto Alegre (RS), apresenta o novo sistema de pesagem embarcada que consiste na implantação de quatro ou seis células de carga de 10 toneladas, cada, com sistema de fixação individual entre o chassi e as longarinas do caminhão.

As células são ligadas ao indicador eletrônico fixado na cabine (foto). O sistema que identifica o peso é acionado pela bateria do veículo e mesmo desligado não perde dados da memória.

A pesagem embarcada encaixa-se às carrocerias do tipo tanque, baú ou de

madeira que têm a função de plataformas da balança, mostrando automaticamente por meio do indicador eletrônico o peso da carga e o acumulado na carroceria, além de outras informações com softwares específicos.

O sistema é preparado para suportar os costumeiros buracos em estradas rurais de chão batido sem afetar o sistema de pesagem. Pode ser instalado em caminhões pequenos ou nos maiores, mas não se aplica a carretas ou caminhões com semi-reboque – pois a carroceria deste tipo de veículo é ligada diretamente ao chassi e dispensa as duas barras (longarinas) que são essenciais para a implantação das células de carga.

Entre os benefícios desta novidade, segundo a empresa, estão a redução do tempo de carga e descarga na indústria ou no campo, verificação instantânea do peso, possibilidade de mais coletas no dia, além de propiciar confiabilidade dos pesos informados.

## Daily para Panashop

A Iveco forneceu 22 Daily 35.10 RS para a rede de lojas Panashop/Best, de produtos eletrônicos, telefonia e eletrodomésticos, que unificou a frota com a marca Iveco. Os veículos serão utilizados para o transporte de mercadorias no Estado de São Paulo, onde a rede mantém 32 lojas.

Para Adhemar Volpe, diretor-presidente da Panashop, a padronização da frota terá muitos benefícios. "Com o mesmo número de veículos, vamos aumentar em 25% a capacidade de transporte de mercadorias e ao mesmo tempo reduzir o custo operacional da distribuição", afirma.

## Vidroforte investe em expansão



A empresa gaúcha Vidroforte (foto), presente em segmentos como o automotivo e a construção civil está investindo cerca de R\$ 6 milhões para acrescentar às suas instalações 8,1 mil m<sup>2</sup> de área construída e adquirir equipamentos de última geração. A finalidade é aumentar a capacidade produtiva de pára-brisas laminados destinados a caminhões, ônibus e automóveis, além de preparar os produtos para o merca-

do externo. Segundo a empresa, neste ano 5% da produção de pára-brisas serão destinados para exportação.

Este investimento propicia um salto na produção de 180 mil para 300 mil pára-brisas neste ano, o que gera mais 135 empregos diretos.

Em 2005, a empresa conta com alguns lançamentos para o mercado de reposição, entre eles o pára-brisa para o caminhão Accelo da Mercedes-Benz.

## PF usa picapes Frontier



A Nissan do Brasil entregou 183 picapes Frontier ao Ministério da Justiça que serão utilizadas pela Polícia Federal.

As picapes, além de suas configurações originais, passaram a contar com rádio de comunicação, revestimento dos bancos, quebra-mato dianteiro, guincho elétrico dianteiro, estribo e sinalizador acústico-visual para atender às

especificações exigidas. Treze possuem cela na cabana.

De acordo com a empresa, o lançamento e a produção da Frontier e do Xterra fazem parte da estratégia da empresa de oferecer aos clientes produtos robustos, com tecnologia e qualidade, permitindo também o ingresso da marca nos processos de concorrências públicas.

## Comunicação mais rápida no rastreamento

Utilizar simultaneamente um sistema via satélite Inmarsat para médios e longos percursos, ou seja, em estradas, e o sistema GSM (Sistema Global de Comunicação Móvel) de celular em centros urbanos. Esta é a mais nova solução da Controlsat, empresa do Grupo Schahin, para obter qualidade e rapidez na comunicação, além de uma cobertura integral no monitoramento das frotas. A idéia do desenvolvimento do Dual, como o sistema é chamado, surgiu para sanar algumas falhas na conexão com o sistema via satélite.

“Se o veículo estiver passando por uma região em que o sinal seja insuficiente ou por regiões de ‘sombras’ (centros urbanos) a conexão com o celular é acionada, ou se está em uma estrada onde não haja sinal para o celular, automaticamente o satélite é ativado. Isso permite a cobertura total, tanto nas estradas como nas áreas urbanas”, explica Hélio Kairalla, diretor comercial da Controlsat.

Segundo o diretor, o sistema Dual, além de não ter interrupções, permite uma redução de custo significativa para o transportador, cerca de cinco vezes abaixo do que o convencional. “Há outras vantagens, como agilidade nas comunicações – o Inmarsat leva de três a quatro minutos e o sistema via celular no máximo vinte segundos. Ele permite a troca de informações em tempo real e com confiabilidade”, explica Kairalla.

Além do Dual, está sendo lançado o Controcel que não precisa da utilização do satélite – é indicado para transporte de cargas nos centros urbanos. “Foi desenvolvido com diferenciais competitivos que valorizam o produto e auxiliam na operação, como a possibilidade de programação de comandos pré-definidos em grandes quantidades”, afirma.

A empresa, cujo faturamento foi de R\$ 3 milhões no ano passado, investiu mais de R\$ 4 milhões nestes novos projetos e espera obter crescimento de no mínimo 50% em 2005.

## Renovação a favor do meio ambiente



A Rodonaves, transportadora localizada na região de Ribeirão Preto, interior de São Paulo, com atuação nos estados do Sudeste, Sul, além de Goiás e Distrito Federal, adquiriu sete novos caminhões Volkswagen com motorização eletrônica e irá renovar gradualmente a partir deste ano a frota de 597 caminhões com a finalidade de acompanhar a tendência de mercado de atender à resolução do Conselho Nacional de Meio Ambiente (Conama) que reduz a emissão de poluentes dos veículos a diesel.

Segundo a Rodonaves, o motor eletrônico aumenta em 18% o preço final do veículo, mas é um investimento considerado com-

pensador. “O caminhão eletrônico apresenta melhor desempenho nas estradas, devido ao bom gerenciamento de combustível. É o futuro do mercado de transporte, por isso estamos transportando com ele”, explica João Naves, presidente da empresa.

De acordo com Naves, a transportadora vem experimentando os caminhões eletrônicos desde 2001 e o resultado dessa fase de testes foi o principal motivo para a adoção da tecnologia eletrônica.

Em 2004, a Rodonaves obteve um crescimento médio de 38%, resultado de uma expansão dos negócios e da abertura de novas unidades nos estados brasileiros.

## Caminhoneiro que roda tranquilo passa aqui. Em frente ao Ceasa.

**ATACADO E VAREJO**

**São Paulo - Truck Center:**

Av. Dr. Gastão Vidigal, 2050/2060  
Tels.: 3834.8889

[www.pneulinhares.com.br](http://www.pneulinhares.com.br)

**São Paulo - Lapa:**

R. Trajano, 96  
Tel.: 3873.3003



**Pneulinhares Truck Center,**  
a loja do seu caminhão.

**PNEU • ALINHAMENTO • BALANCEAMENTO • MONTAGEM PARA CAMINHÕES**

## Grupo Martins adere a programa ecológico

O Grupo Martins adquiriu da Volkswagen Caminhões e Ônibus um lote de 160 caminhões eletrônicos VW 9.150 E. São os primeiros veículos vendidos pela montadora com o Selo Verde em apoio ao programa da Fundação SOS Mata Atlântica de proteção ao meio ambiente.

Nesta parceria a Volkswagen se compromete a plantar 12 árvores para cada caminhão vendido. Para atender ao pedido do Grupo Martins, a equipe de engenharia da Volkswagen de Resende (RJ) desenvolveu em tempo recorde – cerca de 40 dias – um modelo de caminhão

com peso bruto total de nove toneladas. As especificações do produto foram repassadas pela própria Martins, de acordo com as necessidades de sua operação logística. A partir deste ano o modelo estará disponível para outros clientes.

Os caminhões estão equipados com dois tanques de combustível (para maior autonomia), travas elétricas nas duas portas, além de rádio e CD player com trava antifurto, cortinas em todo o contorno da cabine e mangueira de ar para limpeza interna da cabine. Ao todo há 17 modificações nos veículos.

## Mais ônibus para a Bahia



A Agrale S.A. vendeu 111 chassis de microônibus – modelos MA 9.2 e MA 8.5 para o Consórcio Central Norte, grupo formado por oito empresas de transporte da Bahia.

O modelo MA 9.2 (foto) foi desenvolvido para a aplicação urbana, tem capacidade de carga de 700 kg e motor MWM 4.10 TCA de 145 cv. O MA 8.5

possui características que propiciam conforto aos usuários, como a suspensão apropriada ao transporte de pessoas, e motor e o eixo traseiro avançados, para melhor aproveitamento do espaço interno.

Segundo Flávio Crosa, diretor de Vendas e Marketing, a empresa vendeu 220 ônibus para clientes de Salvador.

## Maior visibilidade nos dias de chuva



A Degussa, fabricante de especialidades químicas, está lançando no mercado brasileiro o Sivo Clear – produto aplicado no pára-brisas do veículo, cuja composição é uma base solvente responsável por promover uma camada que repele a água. As vantagens da novidade, segundo a empresa, é a resistência à radiação ultravioleta e facilidade de remoção de insetos no pára-brisas. A vida útil é de cer-

ca de um ano e pode ser usado em todos os veículos com pára-brisas – caminhões, ônibus e tratores.

O produto será comercializado em kit, sob a marca Crystal Vision, e encontrado em supermercados, revendas e postos de combustível. Edson Factori, chefe de produto, diz que a empresa pretende vender no primeiro ano 2,5 toneladas do Sivo Clear. Para 2006, a expectativa é dobrar este volume.

## Um ano sem acidentes

A BorgWarner, fabricante de turbos para motores, ventiladores e embreagens viscosas para a refrigeração de motores com sede em Campinas (SP) completou 12 meses sem acidentes – batendo seu recorde de 494 dias.

Devido a esta conquista, a sede brasileira recebeu por alguns dias para celebrar o acontecimento o americano Tim Manganello, presidente mundial do grupo, Lee Wilson, presidente da Divisão Turbo Sys-

tems e a vice-presidente de RH, Ingrid Mangold.

O grupo norte-americano possui 45 unidades espalhadas em 14 países e em todas elas os funcionários recebem um prêmio especial quando a empresa completa um ano sem acidentes.

Em 2004 a BorgWarner Brasil, que tem 288 funcionários, faturou R\$ 120 milhões e vendeu 180 mil turboalimentadores, além de 118 mil ventiladores e 121 embreagens viscosas.

# CUSTOS OPERACIONAIS (EM R\$)

VEÍCULO		VOLKSWAGEN	
MODELO/CARROCERIA		GOL PLUS 16V 1.0 Mi Gas. 4P	
QUILÔMETROS RODADOS (média mensal)		5.000	
CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS			
	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	%
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	129,31	0,0259	4,1
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	216,57	0,0433	6,8
SALÁRIO DO MOTORISTA	1206,84	0,2414	37,8
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	95,48	0,0191	3,0
SEGURO FACULTATIVO	141,75	0,0284	4,4
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	151,94	0,0304	4,8
<b>SUBTOTAL CUSTOS FIXOS</b>	<b>1941,90</b>	<b>0,3884</b>	<b>60,9</b>
CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
COMBUSTÍVEL	873,85	0,1748	27,4
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	90,00	0,0180	2,8
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	184,88	0,0369	5,8
LUBRIFICANTE DO MOTOR	26,25	0,0053	0,8
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	4,13	0,0008	0,1
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	70,00	0,0140	2,2
<b>SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>1248,90</b>	<b>0,2498</b>	<b>39,1</b>
<b>CUSTO TOTAL (mensal e por km rod.)</b>	<b>3190,80</b>	<b>0,6382</b>	<b>100,0</b>

VEÍCULO		FORD	
MODELO/CARROCERIA		F- 4000 BAÚ	
QUILÔMETROS RODADOS (média mensal)		10.000	
CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS			
	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	%
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	384,43	0,0384	4,8
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	650,00	0,0650	8,1
SALÁRIO DO MOTORISTA	1730,16	0,1730	21,6
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	112,33	0,0112	1,4
SEGURO FACULTATIVO	403,00	0,0403	5,0
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	381,06	0,0381	4,8
<b>SUBTOTAL CUSTOS FIXOS</b>	<b>3660,98</b>	<b>0,3661</b>	<b>45,7</b>
CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
COMBUSTÍVEL	2875,86	0,2876	35,9
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	377,25	0,0377	4,7
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	780,00	0,0780	9,7
LUBRIFICANTE DO MOTOR	157,50	0,0158	2,0
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	10,59	0,0011	0,1
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	140,00	0,0140	1,7
<b>SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>4341,20</b>	<b>0,4341</b>	<b>54,3</b>
<b>CUSTO TOTAL (mensal e por km rod.)</b>	<b>8002,18</b>	<b>0,8002</b>	<b>100,0</b>

VEÍCULO		MERCEDES-BENZ	
MODELO/CARROCERIA		SPRINTER 311 - T. ALTO FURGÃO	
QUILÔMETROS RODADOS (média mensal)		10.000	
CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS			
	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	%
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	490,33	0,0490	6,6
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	700,52	0,0701	9,5
SALÁRIO DO MOTORISTA	1228,20	0,1228	16,6
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	152,82	0,0153	2,1
SEGURO FACULTATIVO	359,67	0,0360	4,9
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	352,24	0,0352	4,8
<b>SUBTOTAL CUSTOS FIXOS</b>	<b>3283,78</b>	<b>0,3284</b>	<b>44,4</b>
CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
COMBUSTÍVEL	2566,15	0,2566	34,7
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	442,50	0,0443	6,0
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	747,00	0,0747	10,1
LUBRIFICANTE DO MOTOR	112,50	0,0113	1,5
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	5,09	0,0005	0,1
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	240,00	0,0240	3,2
<b>SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>4113,24</b>	<b>0,4113</b>	<b>55,6</b>
<b>CUSTO TOTAL (mensal e por km rod.)</b>	<b>7397,02</b>	<b>0,7397</b>	<b>100,0</b>

VEÍCULO		VOLKSWAGEN	
MODELO/CARROCERIA		15.190 4x2 BaU	
QUILÔMETROS RODADOS (média mensal)		10.000	
CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS			
	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	%
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	504,84	0,0505	4,9
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	999,89	0,1000	9,7
SALÁRIO DO MOTORISTA	1730,16	0,1730	16,8
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	170,46	0,0170	1,7
SEGURO FACULTATIVO	601,75	0,0602	5,9
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	489,25	0,0489	4,8
<b>SUBTOTAL CUSTOS FIXOS</b>	<b>4496,35</b>	<b>0,4496</b>	<b>43,8</b>
CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
COMBUSTÍVEL	3475,00	0,3475	33,8
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	540,00	0,0540	5,3
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	1145,40	0,1145	11,1
LUBRIFICANTE DO MOTOR	246,00	0,0246	2,4
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	27,50	0,0028	0,3
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	344,00	0,0344	4,3
<b>SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>5777,90</b>	<b>0,5778</b>	<b>56,2</b>
<b>CUSTO TOTAL (mensal e por km rod.)</b>	<b>10274,25</b>	<b>1,0274</b>	<b>100,0</b>

VEÍCULO		IVECO	
MODELO/CARROCERIA		EUROCARGO 170 E 22 BAU	
QUILÔMETROS RODADOS (média mensal)		10.000	
CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS			
	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	%
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	437,50	0,0438	3,8
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	1214,42	0,1214	10,0
SALÁRIO DO MOTORISTA	1730,16	0,1730	14,2
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	194,08	0,0194	1,6
SEGURO FACULTATIVO	573,60	0,0574	4,7
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	580,79	0,0581	4,8
<b>SUBTOTAL CUSTOS FIXOS</b>	<b>4730,55</b>	<b>0,4731</b>	<b>38,8</b>
CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
COMBUSTÍVEL	4905,88	0,4906	40,2
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	558,41	0,0558	4,6
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	1290,60	0,1291	10,6
LUBRIFICANTE DO MOTOR	174,00	0,0174	1,4
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	37,13	0,0037	0,3
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	500,00	0,0500	4,1
<b>SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>7466,02</b>	<b>0,7466</b>	<b>61,2</b>
<b>CUSTO TOTAL (mensal e por km rod.)</b>	<b>12196,57</b>	<b>1,2197</b>	<b>100,0</b>

VEÍCULO		VOLVO	
MODELO/CARROCERIA		Fh12 380 4x2 CAV. MEC.	
QUILÔMETROS RODADOS (média mensal)		15.000	
CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS			
	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	%
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	1466,23	0,0979	8,5
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	2095,88	0,1397	9,3
SALÁRIO DO MOTORISTA	1730,18	0,1153	7,7
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	359,83	0,0240	2,0
SEGURO FACULTATIVO	782,00	0,0521	3,5
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	1069,74	0,0713	4,8
<b>SUBTOTAL CUSTOS FIXOS</b>	<b>7505,84</b>	<b>0,5004</b>	<b>33,4</b>
CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
COMBUSTÍVEL	9623,08	0,6415	42,8
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	1109,66	0,0740	4,9
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	2608,20	0,1739	11,8
LUBRIFICANTE DO MOTOR	810,00	0,0540	3,6
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	57,75	0,0039	0,3
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	750,00	0,0500	3,3
<b>SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>14958,69</b>	<b>0,9972</b>	<b>66,6</b>
<b>CUSTO TOTAL (mensal e por km rod.)</b>	<b>22464,52</b>	<b>1,4976</b>	<b>100,0</b>

VEÍCULO		MERCEDES-BENZ	
MODELO/CARROCERIA		1720 4x2 CS	
QUILÔMETROS RODADOS (média mensal)		10.000	
CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS			
	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	%
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	518,00	0,0518	4,5
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	1113,37	0,1113	9,7
SALÁRIO DO MOTORISTA	1730,16	0,1730	15,0
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	185,33	0,0185	1,6
SEGURO FACULTATIVO	659,27	0,0659	5,7
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	549,18	0,0549	4,8
<b>SUBTOTAL CUSTOS FIXOS</b>	<b>4755,31</b>	<b>0,4755</b>	<b>41,2</b>
CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
COMBUSTÍVEL	4369,47	0,4369	38,1
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	516,45	0,0515	4,5
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	1200,32	0,1200	10,4
LUBRIFICANTE DO MOTOR	244,50	0,0245	2,1
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	35,76	0,0036	0,3
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	392,00	0,0392	3,4
<b>SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>6777,50</b>	<b>0,6777</b>	<b>58,8</b>
<b>CUSTO TOTAL (mensal e por km rod.)</b>	<b>11532,81</b>	<b>1,1533</b>	<b>100,0</b>

VEÍCULO		SCANIA	
MODELO/CARROCERIA		R 124 LA 360 4x2 NA CAV. MEC.	
QUILÔMETROS RODADOS (média mensal)		15.000	
CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS			
	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	%
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	1461,40	0,0974	6,6
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	2037,75	0,1358	9,2
SALÁRIO DO MOTORISTA	1730,18	0,1153	7,8
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	352,21	0,0235	1,6
SEGURO FACULTATIVO	764,72	0,0510	3,5
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	1055,22	0,0703	4,8
<b>SUBTOTAL CUSTOS FIXOS</b>	<b>7401,44</b>	<b>0,4934</b>	<b>33,4</b>
CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
COMBUSTÍVEL	9623,08	0,6415	43,4
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	1109,66	0,0740	5,0
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	2429,10	0,1619	11,0
LUBRIFICANTE DO MOTOR	787,50	0,0525	3,6
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	58,78	0,0039	0,3
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	750,00	0,0500	3,4
<b>SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>14758,12</b>	<b>0,9839</b>	<b>66,6</b>
<b>CUSTO TOTAL (mensal e por km rod.)</b>	<b>22159,56</b>	<b>1,4773</b>	<b>100,0</b>

# PNEU PARA TODA OBRA

O novo produto da Bridgestone Firestone para veículos comerciais conta com melhor tração no molhado e elevado índice de recapabilidade

*Aline Feltrin*

**N**o final de janeiro deste ano, a Bridgestone Firestone apresentou no show rural Coopavel no estado do Paraná o pré-lançamento do pneu radial para caminhões e ônibus: o R297 que esta-

rá disponível no mercado a partir de março deste ano. Um dos diferenciais do novo produto, segundo a fabricante, é melhor tração no molhado e menos desgaste irregular dos ombros, isso devido ao dese-

nho da banda de rodagem que conta com quatro sulcos retos e ranhuras com ângulos especiais.

Outras características em destaque, de acordo com a empresa, são a alta performance e a durabilidade, assim como o elevado índice de recapabilidade. Os sulcos centrais foram desenvolvidos para a mínima retenção de pedras e para a redução do ruído. O novo pneu gera pouco calor e faz com que o veículo de carga – segmento para o qual foi desenvolvido – tenha um baixo consumo de combustível.

Pode ser utilizado

em todos os eixos – direcionais, tração moderada e reboque e pode ser encontrado na medida 275/80 R22.5 (sem câmara).

**INVESTIMENTO PESADO** – A Bridgestone Firestone está no mercado nacional desde 1923. Em 1941, iniciava a produção dos primeiros pneus no Brasil. Hoje, a unidade de Santo André (SP) tem capacidade para produzir 33 mil pneus por dia e dispõe de 3.500 funcionários. Em dezembro de 2004, anunciou novos investimentos no valor de US\$ 160 milhões, o equivalente a R\$ 418 milhões, que serão destinados para a construção de uma nova unidade fabril, no Pólo Industrial de Camaçari, na Bahia, cujo início de funcionamento está previsto para o final de 2006. Outros US\$ 100 milhões serão para a ampliação da fábrica localizada no ABC paulista. Parte desse valor também está sendo encaminhada para o desenvolvimento de novos produtos, como o pneu radial R297.

Uma das principais prioridades para este ano é a padronização e modernização da rede de vendas, com cerca de 600 lojas entre Truck Centers e Car Centers, além de ações promocionais na Fórmula 1 e Fórmula Truck, com o objetivo de fortalecer a marca.

Em 2004, a Bridgestone Firestone brasileira registrou crescimento de 5% no faturamento e espera-se para este ano nível de expansão equivalente ao do ano passado. Suas vendas de pneus estão divididas em 56% para o mercado de reposição, 22% como equipamento original e 22% para exportação.



**Pneu R.297: sulcos para retenção mínima de pedras**



**30** dias de teste **grátis.**

## Roteirizador. O melhor guia para a sua frota agora com novidades.

A Shell está sempre preocupada em oferecer as melhores soluções para você. Por isso criou o Roteirizador, um sistema que permite reduzir custos operacionais, aumentar a produtividade de sua frota e facilitar o seu dia-a-dia. Tudo pela Internet.

### Com o Roteirizador você ganha:

- Base cartográfica mais moderna do país, com 3.700 municípios
- Indicação do tipo de pavimento • Geração on line das rotas
- Cadastro de veículos on line • Atualização diária das tarifas de pedágio
- Opções de rotas mais rápidas ou mais econômicas
- Possibilidade de cadastramento de paradas seqüenciais ou otimizadas ao longo da rota
- Indicação de pane seca com sugestão de posto Shell para abastecimento
- Cálculo automático das despesas de viagem, informando os gastos do veículo, tarifas de pedágio e custo de combustíveis

### E mais estas novas funcionalidades:

- Visualização dos mapas digitais na tela do seu computador
- Visualização da rota resumida
- Opção de salvar rotas
- Roteirização Expressa
- Localizador de postos da Rede Shell e de localidades

**Roteirizador Shell. Vai ser difícil planejar outra viagem sem ele.**

O site continua o mesmo:  
Acesse [www.shell.com.br/transportes](http://www.shell.com.br/transportes)



# KRONORTE. MAIS FORÇA PARA SUA FROTA.



A Kronorte fabrica implementos rodoviários de altíssima qualidade e durabilidade. Há 25 anos no mercado, a Kronorte investe continuamente em tecnologia para oferecer mais segurança e rentabilidade para sua frota.

Conte com os implementos Kronorte e dê mais força e resistência para seus veículos enfrentarem a estrada.

**Ligue (81) 3479.2288 e atualize sua frota.**



**KRONORTE**  
IMPLEMENTO FORTE É KRONORTE

Tel.: (81) 3479.2288 - [www.kronorte.com.br](http://www.kronorte.com.br)