



TECHNI
bus
TRANSPORTE COLETIVO
E MOBILIDADE URBANA

OTM Ano 28 - N° 145 - R\$ 22,00
www.otmeditora.com



EXPECTATIVAS DE AUMENTO DE EXPORTAÇÕES DE ÔNIBUS COMEÇAM A SER REVISTAS

**Marcopolo entregará 240 ônibus
para Santiago, a capital chilena**

**Mercedes-Benz mantém a liderança
de vendas com o ônibus OF 1721**

**Mercado de ônibus latino-americano ganha
mais importância na estratégia do Grupo Irizar**

**Linha de ônibus em São Paulo opera
com modelos 100% elétricos**

**Grupo GBS planeja renovar a frota
com a aquisição de 150 ônibus**

**Com a pandemia do coronavírus
fabricantes projetam declínio do mercado**

**Metas ambientais dos novos contratos
de São Paulo são os principais desafios**

**Emplacamentos de chassis da Volvo
cresceram mais de 70% em 2019**

**Serviço por aplicativo no transporte
público chega a várias capitais**

**Após licitação em Londrina, as operadoras
implementam inovações tecnológicas**

Quando o assunto é transporte coletivo, a Caruana está em todo lugar.



A **Caruana** é uma instituição financeira orientada para a mobilidade urbana que oferece soluções tecnológicas inovadoras para as empresas e usuários do transporte coletivo, agregando valor ao negócio e promovendo a inclusão social.



Investimentos

Investimentos com certificação B3 e proteção do FGC: segurança e simplicidade.



Linhas de Crédito e Serviços

Linhas de crédito para empresas de ônibus: CDC, Capital de Giro, Adiantamento de Recebíveis e Cobrança.



Meios de Pagamentos

Cartão Pré-Pago, Cartão de Crédito e Cartão Salário.



Rede de Serviços

Recarga para o Transporte, Débito e Crédito na mesma maquininha.



Tecnologia

Conta Digital, Aplicativos, Totens de Autoatendimento e Internet Banking.

Caruana S/A S.C.F.I.

Telefone: +55 (11) 5504 7850

Ouvidoria: 0800 772 7210

faleconosco@caruanafinanceira.com.br



CARUANA
FIDES - HONOR - LABOR

www.caruanafinanceira.com.br

Efeitos da pandemia do coronavírus

Apesar de ainda não haver estimativa com certa segurança da duração da pandemia do novo coronavírus e a extensão de seu impacto no setor de transporte, seus efeitos negativos já começaram a emergir. Segundo pesquisa da Confederação Nacional do Transporte (CNT) 85% das 776 empresas de passageiros e de carga consultadas já perceberam a redução na demanda por seus serviços em todos os segmentos de atividades em março deste ano, em comparação ao mesmo mês dos anos anteriores. Ademais, 79% delas já enfrentam problemas de caixa e sua capacidade para efetuar pagamentos correntes está gravemente afetada, como os de salários e aos fornecedores. Cerca de metade das empresas tem recursos para mais um mês de operação, no máximo, e um terço não suporta 30 dias sem apoio financeiro adicional. A pesquisa indica também que para 70% dos empresários consultados os efeitos da crise devem durar por mais de quatro meses.

Mesmo com esse cenário adverso, as empresas do setor têm ajustado suas rotinas de trabalho para poder manter seus funcionários, como a alternância dos funcionários em turnos de trabalho, concessão de férias coletivas e utilização de banco de horas. Apesar disso, 22% das empresas fizeram demissões em março.

Para os transportadores, segundo a pesquisa da CNT, a medida mais importante para amenizar a dificuldade de fluxo de caixa durante a crise é “a oferta de linhas de crédito com carência ampliada e taxas de juros reduzidas” de forma ampla e sem restrição ao porte da empresa”.

Diante da situação de extrema dificuldade dos transportadores com a esperada redução do faturamento nos próximos 30 e 60 dias, agravada pelos desafios na obtenção de insumos do transporte, novas regras para as entregas de carga e restrição de acesso a crédito para capital de giro, “é urgente que o governo apresente planos de retomada gradual da economia, sempre conciliando a preservação da vida dos brasileiros com a sobrevivência das empresas, que são a base da sustentação socioeconômica do país”, como declara o presidente da CNT, Vander Costa.

Eduardo Chau Ribeiro



Ano 28 - Nº 145 - Fev-Mar 2020 - R\$ 22,00

**REDAÇÃO
DIRETOR**

Marcelo Ricardo Fontana
marcelofontana@otmeditora.com

EDITOR

Eduardo Alberto Chau Ribeiro
ecribeiro@otmeditora.com

COLABORADORES

Sonia Moraes, Márcia Pinna Raspanti,
Alexandre Asquini

EXECUTIVOS DE CONTAS

Carlos A. Criscuolo
carloscrisculo@otmeditora.com

Raul Urrutia
raulurrutia@otmeditora.com

Gustavo Lauria
gustavolauria@otmeditora.com

FINANCEIRO

Vidal Rodrigues
vidalrodrigues@otmeditora.com

EVENTOS CORPORATIVOS/MARKETING

Barbara Ghelen
barbaraghelen@otmeditora.com

PUBLICIDADE

Karoline Jones
karolinejones@otmeditora.com

CIRCULAÇÃO/ASSINATURAS

Tânia Nascimento
tanianascimento@otmeditora.com

Representante região Sul (PR/RS/SC)
Gilberto A. Paulin / João Batista A. Silva
Tel.: (41) 3027-5565 - joao@spalamkt.com.br

Tiragem

10.000 exemplares

Impressão

Elyon

Assinatura anual: TM R\$ 250,00 (seis edições e quatro anuários);
TB R\$ 225,00 (Seis edições e três anuários).
Pagamento à vista: através de boleto bancário,
depósito em conta corrente, cartões de crédito Visa, Mastercard
e American Express ou cheque nominal à OTM Editora Ltda.
Em estoque apenas as últimas edições.
As opiniões expressas nos artigos e pelos entrevistados
não são necessariamente as mesmas da OTM Editora.



**Redação, Administração, Publicidade
e Correspondência:**

Av. Vereador José Diniz, 3.300 - 7º andar, cj. 707
Campo Belo - CEP 04604-006 - São Paulo, SP
Tel./Fax: (11) 5096-8104 (sequencial)
www.otmeditora.com

otmeditora@otmeditora.com

Filiada a:



SUMÁRIO

EXPORTAÇÕES

O avanço das vendas externas de veículos comerciais com a alta do dólar, começa a ser revista pelas montadoras diante da pandemia 6

AMÉRICA LATINA

Marcopolo entregará 240 ônibus para o Chile, para serem utilizados pelo sistema Red Metropolitana Movilidad de Santiago 10

IRIZAR

O grupo espanhol valoriza cada vez mais o mercado latino-americano de ônibus na sua estratégia de expansão mundial 12

NEGÓCIOS

A Busscar forneceu dois ônibus rodoviário, incluindo um double decker superluxo, para a operadora Gurgel Turismo, de Goiás 14

VENDAS EXTERNAS

A Volare exportou um lote de três miniônibus, modelo Attack 9, com chassi Volkswagen 9.160, para a Costa Rica 15

PRODUÇÃO

Antes da paralisação forçada em virtude do coronavírus, a Mercedes-Benz manteve o mesmo ritmo de produção até 18 de março 18

RESULTADOS

Emplacamentos de chassis da Volvo no país tiveram crescimento de mais de 70% em 2019, superando a média de mercado 20

PESADOS

A Scania projeta alta de até 5% na comercialização de ônibus para o mercado brasileiro, em comparação a 2019 21

ESCOLARES

Iveco Bus tem expectativa positiva para 2020 e aposta no chassi 170S28 para os segmentos urbanos e rodoviários 22

INDÚSTRIA

A Oica alerta que a indústria automobilística mundial encara em um novo desafio sem precedentes, devido à crise do coronavírus 24

MÉXICO

A Marcopolo lança o Viaggio 950, modelo rodoviário sob medida para as necessidades específicas do mercado mexicano 26

MERCADO

A projeção da Anfavea é que os resultados do setor serão bastante afetados a partir de abril com a revisão dos planos de renovação de frota 28

MONTADORAS

Mercedes-Benz mantém a liderança de vendas com o ônibus OF 1721, o modelo mais vendido pelo sétimo ano 30

FRETAMENTO

Além dos benefícios aos trabalhadores e às empresas, o fretamento contínuo reduz os impactos negativos ao meio ambiente 32

SÃO PAULO

Metas ambientais dos novos contratos de concessão são os principais desafios para as empresas de ônibus 34

INVESTIMENTOS

Após o processo de licitação, as empresas operadoras de Londrina investem em nova frota e inovações tecnológicas da Transdata 36

URBANO

Volvo vende 27 ônibus para a Viação Gato Preto, do modelo B250RLE com motor de 250 cv de potência 38

RODOVIÁRIO

Grupo GBS planeja investir R\$ 100 milhões na compra de 150 ônibus e prevê faturar R\$ 580 milhões em 2020 40

TECNOLOGIA

VIA amplia o serviço por aplicativo no transporte público e inicia em abril a plataforma digital City-Bus no Distrito Federal 44

VIAGENS

Praxio lança serviço de vendas passagens rodoviárias no mercado internacional para viagens dentro do Brasil 47

PESQUISA

A capital paulista fica em penúltimo lugar no ranking geral de mobilidade, principalmente devido às deficiências de infraestrutura 48

BILHETAGEM

Empresa 1 lança sistema que permite transações de compra de crédito e uso de passagens mantidos na nuvem 50

INOVAÇÃO

Montes Claros (MG) realiza renovação de frota e atualização tecnológica com soluções da Prodata Mobility Brasil 51

SISTEMAS

A Tacom apresenta o Next Generation que agrega funções como comunicações online e migração para plataforma na nuvem 52

MULTIMODALIDADE

Empresa que atua na carona de longas distâncias, a BlaBlaCar começa a vender passagens para viagens rodoviárias 54

ELETROMOBILIDADE

Na capital paulista, uma linha da Transwolff utiliza apenas ônibus totalmente elétricos, fabricados pela BYD 58



SigomCLOUD

O futuro da bilhetagem é agora

Com a bilhetagem online as transações de compra de crédito e uso de passagens passam a ser mantidos em um backoffice na nuvem, e não mais na mídia física. Isso deixa o processo muito mais dinâmico, flexível e prepara o sistema de bilhetagem para novas funcionalidades, como o ABT (*Account Based Ticketing*).



Incerteza nas exportações de ônibus

O esperado crescimento das vendas de chassis de ônibus ao mercado internacional, com a alta do dólar, começa a ser revisto pelas montadoras por causa da pandemia do coronavírus no mundo

SONIA MORAES



No ano passado, a Mercedes-Benz exportou 1.026 chassis de ônibus para a Indonésia, incluindo 762 modelos OH 1626

A expectativa de avanço das exportações de veículos comerciais, com a alta cotação do dólar, começa a ser revista pelas montadoras diante da explosão da pandemia do coronavírus em todo o mundo. O segmento de ônibus, que buscava outros mercados para superar a queda da Argentina e a instabilidade econômica dos países da América Latina, na tentativa de reverter a queda de 33,7% nas vendas internacionais no primeiro bimestre de 2020, enfrenta agora um cenário ainda mais desafiador, com a restrição em alguns portos no exterior para tentar controlar a disseminação da doença.

A Mercedes-Benz, que no primeiro bimestre aumentou em 44% as exportações de ônibus, com o embarque de 560 veículos, ante as 388 unidades exportadas no mesmo período de 2019, já projeta uma retração e afirma não ser possível estimar qual será o volume de veículos vendidos este ano no exterior.

Na América do Sul, a empresa obteve melhores resultados nas exportações no primeiro bimestre com vendas ao Chile, Peru e até mesmo para a Argentina, que comprou 452 ônibus, enquanto no mesmo período do ano passado foram exportados 39 veículos ao país.

Atualmente, o modelo de ônibus mais exportado da Mercedes-Benz é o OF 1621. Neste ano, já foram vendidos mais de 160 unidades deste veículo à Argentina, segundo Sergio Magalhães, diretor-geral de ônibus Mercedes-Benz América Latina.

Fora a América do Sul, a Mercedes-Benz exporta os seus ônibus para o México, Egito e a Indonésia, onde está presente há cinco anos e tem 43% de participação no mercado de ônibus.

Para a Indonésia, um dos principais países do Sudeste Asiático e um dos mais populosos do mundo, a empresa exportou no ano passado 1.026 chassis



O comprador é quem define no encarroçamento se os modelos O500 RS são utilizados para operações rodoviárias ou urbanas

de ônibus – 762 unidades do modelo OH 1626, 180 da versão OH 1626, ambos para aplicação urbana, e 84 modelos O500 RS, que geralmente são utilizados para operações rodoviárias. “Mas isso é definido pelo comprador, quando o chassi chega ao país”, esclarece o diretor da Mercedes-Benz. “Temos a possibilidade de exportar chassis de ônibus flexíveis

para diferentes aplicações, como acontece no Brasil. Chegando lá, o encarregador define se o ônibus será urbano ou rodoviário.”

Segundo Alexandre Lasmar, gerente de vendas e exportações para o Oriente Médio e norte da África da Mercedes-Benz do Brasil, o ônibus OH 1626 se tornou popular na Indonésia especialmente nos corredores do sistema BRT (Bus Rapid Transit) e em linhas alimentadoras na capital Jacarta.

O gerente informa que o mercado total de ônibus na Indonésia se aproxima de 2.500 unidades ao ano. “A Mercedes-Benz do Brasil responde por cerca de 70% das vendas anuais da marca na Indonésia, com o restante comercializado pela Daimler Commercial Vehicles Indonésia e pela EvoBus, empresas do grupo Daimler”, afirma Lasmar.

Segundo Lasmar, 12 empresas encarregadoras trabalham em parceria com a Daimler no país. Os clientes adquirem os

chassis pelo concessionário da marca e encarregam os produtos na implementadora de sua escolha.

Um dos principais clientes locais, a Transjakarta, operador de transporte público, tem 500 ônibus Mercedes-Benz em sua frota de 1.500 ônibus urbanos. “E este não é o único cliente com grande volume de ônibus da Mercedes-Benz. Outros operadores do segmento rodoviário chegam a ter 100% de sua frota com veículos da marca”, garante Lasmar.

Em todo o ano de 2019, a Mercedes-Benz exportou 3.901 ônibus que foram negociados em países como Argentina, Chile, Peru, Equador, México e Egito. “Há ônibus que são montados aqui pelas encarregadoras brasileiras e depois são enviados e temos também encarregadoras parceiras nos países de destino de nossos ônibus, onde os chassis serão montados e finalizados”, esclarece Magalhães.

O diretor da Mercedes-Benz comenta que 2019 foi um ano atípico para o



Sérgio Magalhães: “Temos a possibilidade de exportar chassis de ônibus flexíveis para diferentes aplicações”



A fábrica da Scania Latin America, em São Bernardo do Campo (SP), exportou 2.152 ônibus, aumento de 20% em relação ao ano anterior

segmento, pois muitos de nossos clientes resolveram antecipar suas compras, montando um estoque local. “Para 2020, é preciso ter cautela com as previsões, diante da situação crítica do coronavírus pela qual passa todo o mundo.”

SCANIA – A Scania, que historicamente tem boa participação nos mercados em que atua na América Latina, iniciou o ano com boas perspectivas e anotou no primeiro bimestre um crescimento de 28% nas vendas de ônibus para os países da região, na comparação com o mesmo período de 2019. Para 2020, a empresa não faz previsão.

Os seus ônibus fabricados no Brasil foram vendidos para a Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Equador, Peru e Uruguai. Além dos modelos rodoviários, a empresa teve forte expansão das exportações por conta das vendas para os sistemas de transporte urbano, como o Transmilênio, na Colômbia, e o

Transantiago, no Chile. “Esses resultados se devem à gama de produtos que oferecemos aos nossos clientes, com soluções



André Oliveira: bons resultados nas exportações refletem a gama de produtos da marca com soluções sustentáveis

sustentáveis, como o ônibus a gás e com motores Euro 6”, afirma André Rodrigues de Oliveira, gerente de vendas e marketing de ônibus da Scania América Latina.

Do total de ônibus que a Scania exportou no primeiro bimestre deste ano, dois terço dos chassis rodoviários têm uma parte equipados com motores Scania diesel de nove litros de cinco cilindros, com 250 cv ou 310 cv de potência; e outra parte são equipados com motores diesel Scania de 13 litros e seis cilindros, Euro 3 ou Euro 5 com potências entre os 360 cv e 460 cv.

Dos ônibus exportados, uma parte é implementada pelos encarroçadores brasileiros e outra parte segue como chassis para ser implementada pelos encarroçadores no país destino. “Além do Brasil, Argentina, Colômbia, Equador e Peru também contam com uma indústria local de encarroçadores bastante desenvolvida”, esclarece o gerente da Scania.

Em 2019, a fábrica da Scania Latin



O crescimento de 25% nas exportações da Scania foi impulsionado pelos sistemas Transmilenio da Colômbia e Transantiago do Chile

América, em São Bernardo do Campo (SP), exportou 2.152 ônibus, um crescimento de 20% em relação ao ano anterior. Para os mercados da América Latina, o crescimento foi de 25%, impulsionado pelos sistemas Transantiago do Chile e Transmilenio da Colômbia.

Na América Latina os ônibus foram enviados para a Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Costa Rica, Equador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá, Paraguai, Peru, Paraguai e Uruguai. Os veículos estão equipados com motores diesel Scania de nove litros, cinco cilindros, de 250 cv e 310 cv de potência; de 13 litros, seis cilindros, de 360 cv a 460 cv de potência para as normas de emissões Euro 3 e Euro 5; motores de nove litros, cinco cilindros de 280 e 340 cv de potência, e GNV (gás natural veicular) para a norma de emissão Euro 6. "A fábrica em São Bernardo do Campo tem capacidade e está preparada para exportar para mais de 30 países ao

redor do mundo, além da América Latina, para a Ásia e África", diz Oliveira.

A Scania não define as suas estratégias de exportações com base na cotação do dólar, que atualmente está muito valorizado em relação do real. O gerente da empresa comenta que a América Latina é tradicionalmente atendida pela fábrica de São Bernardo do Campo, devido à sua localidade e às relações comerciais. "No entanto, a empresa se ajusta aos mercados em que atua, escolhendo a melhor opção para produzir seus veículos graças ao sistema global de produção que nos permite fabricar o mesmo veículo em qualquer unidade ao redor do mundo, nos possibilitando também adequar os níveis de produção em nossas fábricas, levando em consideração aspectos que analisam diversos cenários e demandas, sem que prejudique o resultado da companhia."

Segundo o gerente, a Scania tem apostado no crescimento de dois importantes

mercados na América Latina, o Chile e a Colômbia, pois ambos são impulsionados pelas licitações públicas para aquisição de ônibus urbanos em seus sistemas públicos de transporte, como o Transantiago e Transmilenio, respectivamente.

"De maneira geral, os ônibus mais vendidos ainda são para aplicações rodoviárias com configuração de rodas 4x2, 6x2 e 6x2*4, equipados com motores diesel Scania de nove ou 13 litros e potências entre os 250 cv e 460 cv. Todavia, devido ao sucesso nas vendas de chassis urbanos para o sistema BRT da cidade de Bogotá, o Transmilenio, ao longo do ano passado, dois de nossos modelos de chassis urbanos foram responsáveis pelos bons resultados obtidos nas exportações no período. São eles: o K280 B4x2, equipado com motor Scania de nove litros, cinco cilindros, GNV de 280 cv, e o F340 HA 8x2, equipado com motor Scania de nove 9 litros, cinco cilindros, GNV, de 340 cv", detalha Oliveira. ■

Marcopolo entregará 240 ônibus para o Chile

Os veículos Torino, com chassi Mercedes 0500 UA Euro 6, serão utilizados pelo sistema Red Metropolitana de Movilidad da cidade de Santiago

SONIA MORAES

O mercado chileno de ônibus, que registrou crescimento de 15,5% em 2019, segundo a Associação Nacional Automotriz do Chile (Anac), mantém aquecida a demanda por ônibus fabricados no Brasil. A partir de maio o país receberá 240 veículos produzidos pela Marcopolo em parceria com a Mercedes-Benz.



Os ônibus Torino são articulados, com chassi Mercedes 0500 UA Euro 6

Os veículos serão entregues aos operadores Metbus e STP, integrantes do sistema de transporte público urbano da cidade de Santiago, o Red Metropolitana de Movilidad, do qual também fazem parte as empresas Redbus, Express, Vule e Subus. Todos os ônibus são do modelo Torino low entry articulado, com chassi Mercedes-Benz 0500 UA Euro 6, o que reforça a liderança que a Marcopolo possui no sistema de transporte chileno.

Segundo José Luiz Moraes Goes, gerente

executivo de vendas da Marcopolo para a região das Américas, o fornecimento amplia a presença da empresa em um dos mais estruturados sistemas de mobilidade do mundo e colabora para o aprimoramento do sistema de transporte coletivo de Santiago. “Desde o final de 2018 são cerca de 800 unidades enviadas somente para o Chile. A frota total do sistema é de 6.600 ônibus, sendo que 1.600 são com carrocerias Marcopolo”, informa o executivo.

Com 18.600 mm de comprimento e piso baixo, os veículos têm capacidade para 152 passageiros. Possuem sistema de ar-condicionado Valeo CC640, portas USB, cabine separada para o motorista em nova versão – para garantir ainda mais segurança durante a operação –, vidros colados e poltronas do modelo

City estofada, proporcionando mais conforto para os usuários.

Para garantir total acessibilidade, os ônibus possuem rampa de acesso ao salão e os mais modernos equipamentos eletrônicos disponíveis, como sistemas de comunicação e de áudio e vídeo, preparação para GPS, preparação para monitor interno de vídeo no salão de passageiros e alto falantes.

Os veículos Torino low entry articulados incorporam a tecnologia Euro 6, a mais

EMPRESA ENTREGOU 96 MODELOS PARADISO 1800 PARA A TUR BUS EM 2019

Para o mercado chileno, a Marcopolo vendeu também 96 ônibus Paradiso 1800 Double Decker para a Tur Bus, um dos principais operadores de transporte rodoviário daquele país, que realizou uma das maiores aquisições em 2019.

Os 96 modelos Paradiso 1800 DD, com chassi Scania K 400 6x2, entregues ao longo do ano passado têm 14.000 mm de comprimento. Todos os veículos, que já estão em operação nas estradas chilenas, têm configuração padrão Tur Bus, com poltronas semileito no piso

superior e poltronas leito no piso inferior, preparação para sistema de áudio e vídeo, com monitores, tomadas USB em todas as poltronas.

Com sede na capital Santiago, a Tur Bus é um dos maiores operadores de transporte rodoviário do Chile, com linhas tanto para o sul como para o norte do país. A empresa pertence ao grupo Jedimar que possui frota de 1.700 unidades, a maioria de veículos Marcopolo.

Segundo José Luiz Góes, gerente executivo de vendas para a região das Américas,

o volume de veículos adquiridos pela Tur Bus ganha ainda mais representatividade pelo fato de ocorrer em um ano em que as exportações da indústria brasileira de ônibus caíram 14,6% (o que não acontecia desde o início desta década).

“Fornecer quase 100 unidades do nosso modelo mais sofisticado para um único cliente também destaca a nossa liderança de mercado no Chile e em todo o continente latino-americano. Somente para esse cliente foram quase 260 ônibus nos últimos cinco anos”, afirma Góes.

avançada para redução da emissão de poluentes em motores diesel, com 66% menos material particulado e 80% menos NOx do que os atuais veículos em operação.

FOCO NO EXTERIOR – André Vidal Armaganijan, diretor de estratégia e negócios internacionais da Marcopolo, afirma que a empresa mantém o foco em buscar bons volumes de vendas no mercado externo. “A empresa está bem estabelecida em diversos países e, independente da instabilidade política de alguns mercados e mais recentemente a expansão do corona vírus, continuará dedicando esforços para que boa parte de seu faturamento siga proveniente da exportação.”

O executivo esclarece que a queda de 25,4% nas exportações em receita em 2019 foi decorrente, principalmente, da retração na Argentina e da ausência de grandes pedidos direcionados aos mercados africanos como ocorreram em 2018. “Foram contabilizados R\$ 1,01 bilhão com vendas ao mercado internacional referentes aos 3.417 veículos exportados pelas marcas do grupo Marcopolo (Marcopolo, Volare e Neobus), o que representou uma queda de 13,2% em unidades físicas enviadas para os clientes no exterior”, revela Armaganijan.

Por outro lado, as subsidiárias no exterior foram os destaques positivos de 2019. A Marcopolo México aumentou em 37% a sua produção e a Superpolo da Colômbia teve um incremento de 154,4%. A Volgren, na Austrália, mesmo com diminuição de volumes, conseguiu reverter o prejuízo do ano anterior.

O diretor da Marcopolo comenta que a demanda do mercado externo é tradicionalmente baixa no começo do ano e há algumas incertezas principalmente devido a fatores políticos em alguns países, além de eventuais impactos com a epidemia do coronavírus. Como pontos positivos ele cita os negócios já fechados no exterior, cujas entregas estão previstas para o segundo semestre de 2020.

MERCADO BRASILEIRO PUXA CRESCIMENTO DA COMPANHIA EM 2019

A Marcopolo mantém perspectivas de crescimento em 2020, com a continuidade da elevação de demanda no mercado interno, recuperação das exportações e resultados melhores em praticamente todas as operações internacionais. “No Brasil, a taxa básica de juros em seu menor nível histórico e a confirmação do esperado crescimento econômico, devem permitir o prosseguimento dos programas de renovação de frota em todos os segmentos”, afirma a empresa por meio de comunicado.

Em 2019 a empresa fechou com receita líquida recorde de R\$ 4,31 bilhões, crescimento de 2,8% sobre o R\$ 4,19 bilhões registrados em 2018. O lucro líquido aumentou 11,1% e atingiu R\$ 212 milhões.

A demanda do mercado brasileiro fez os negócios da empresa no país aumentarem 17,6%, de R\$ 1,91 bilhão no exercício anterior para R\$ 2,25 bilhões, e representaram mais da metade da receita líquida (52,2%).

A produção global consolidada da Marcopolo totalizou 15.741 unidades, 2,2% inferior às 16.103 fabricadas no exercício de 2018. Desse total, 13.330 unidades foram produzidas no Brasil e as demais 2.411 unidades no exterior.

José Antonio Valiati, CFO e diretor de relações com investidores da Marcopolo, comenta que, apesar do desempenho crescente da fabricante, o ano de 2019 foi marcado pela inconstância da demanda. “O fornecimento para clientes do mercado brasileiro cresceu 2,9% (10.532 unidades), mas não compensou em volume a queda de 24,1% registrada nas exportações (2.881 unidades). No Brasil, o processo de recuperação de volumes foi arrefecido pela menor demanda de ônibus rodoviários com maior valor agregado e com entregas menores ao

programa Caminho da Escola. Nas exportações, houve queda de 25,4% nos negócios, para R\$ 1,01 bilhão, ante R\$ 1,36 bilhão em 2018) e a demanda foi afetada por crises nos principais mercados sul-americanos e menores volumes vendidos para o continente africano”, informa Valiati.

Nas operações do exterior a Marcopolo alcançou crescimento em receita de 13,6%, com R\$ 1,04 bilhão em 2019, ante os R\$ 921 milhões de 2018. Em volume o incremento foi de 12,4%, de 2.145 para 2.411 unidades. A Marcopolo México, Superpolo (Colômbia) e Volgren (Austrália) foram os destaques positivos, com resultados crescentes. Enquanto as duas primeiras elevaram produção e resultados frente a 2018, a operação australiana, mesmo com diminuição de volumes, conseguiu reverter a condição de prejuízo do ano anterior.

MERCADO BRASILEIRO – No mercado brasileiro a Marcopolo manteve sua liderança de mercado em 2019, encerrando o ano com uma participação de 49,8%. O resultado é reflexo da estratégia adotada nos últimos dois anos de reforçar o relacionamento e a atuação junto aos clientes, criar soluções inovadoras, e oferecer amplo mix de produtos, com ampla rede de vendas e atendimento de serviços e pós-venda.

Os segmentos de rodoviários, com 67,9% de participação, e o de micros, com 58,1% demonstraram a força da marca. A presença em urbanos, com participação de mercado superior ao histórico (39,6%), e em miniônibus (Volare), também foram destaques, com crescimento de 9,7% (3.929 unidades ante 3.583) e 7% (2.305 veículos ante 2.154, em 2018), respectivamente

Neste início de ano os clientes de países latinos, como Argentina e Uruguai, além de países do continente africano, são os que mais estão comprando ônibus brasileiros,

segundo Armaganijan. Do total de veículos exportados pela Marcopolo no ano passado, 30% são rodoviários, 30% urbanos, 15% micros e 15% modelos Volare. ■



Grupo Irizar aposta no transporte sustentável para crescer

Enquanto direciona sua atenção a desenvolver soluções tecnológicas para o transporte sustentável, o grupo espanhol se empenha em expandir sua presença no mercado latino-americano

O Grupo Irizar, que tem 131 anos de existência, está determinado a desenvolver novas soluções e serviços para assegurar um futuro de transporte mais sustentável. Sua capacidade de inovação tecnológica foi demonstrada recentemente, na feira internacional Busworld, com a apresentação de seis ônibus de última geração: dois modelos integrais (Irizar i8 e Irizar i6S), dois ônibus híbridos (o novo Irizar i4 e Irizar i3) e dois ônibus elétricos (incluindo um VLT). Todos os veículos contam com inovações em acessibilidade, segurança, tecnologia e sustentabilidade, segundo a fabricante espanhola.

Para o Grupo Irizar a apresentação de soluções integrais de eletromobilidade

para cidades é especialmente importante em um momento de constante crescimento do transporte público de emissões zero em todo o mundo e faz parte de sua estratégia para garantir sua expansão no mercado do transporte do futuro. Hoje a Irizar é um grupo com atividades em seis áreas diferentes de negócios, tem operações comerciais em cinco continentes, 13 fábricas e mais de 3.300 funcionários, além de centro de pesquisa e desenvolvimento e redes de comercialização em todo o mundo.

Em termos regionais, o mercado latino-americano passa a ganhar mais importância na sua estratégia de expansão. “Podemos crescer muito no mercado latino-americano. Tivemos crescimento

no mercado rodoviário nos últimos quatro anos. Em nível de perspectivas, independentemente da situação política, estamos muito contentes com esse mercado. A América Latina, incluindo México, representa metade das vendas do grupo. No ano passado, o Grupo Irizar obteve faturamento de 750 milhões de euros e vendeu 3.400 ônibus rodoviários premium”, declarou Rafael Sterling, o novo diretor geral mundial da Irizar, em sua recente visita ao Brasil no começo do ano para participar – pela primeira vez no seu novo cargo – de uma assembleia geral com todos os trabalhadores no Brasil para avaliar os resultados do ano anterior e definir os objetivos para o próximo ano.

Quanto à estratégia para a América Latina, o diretor geral do Grupo Irizar comentou: “Iniciamos há alguns anos a adequação dos nossos produtos rodoviários para nos situarmos como a marca premium, no segmento premium da América Latina, e todos os anos tentamos ver novas adaptações para nossos produtos, para melhorar a produtividade dos nossos clientes. Este ano teremos uma “reflexão” em nível global e veremos quais as implicações para o Brasil.”

Em relação ao Brasil, Sterling adiantou que, por enquanto, a empresa não vai introduzir novos produtos. “O problema de todos os mercados é definir quem é premium e quem não é premium. Que valor incorporamos ou não”, acrescentou.

Gotzon Gómez, diretor de exportação do Grupo Irizar (e ex-diretor geral da Irizar Barsil), que também participou da assembleia no Brasil, afirmou: “Nós adorariamos vender mais no Brasil, mas estrategicamente como o Rafael explicou, nós somos um fabricante de um produto premium. Não podemos esquecer que para os grandes operadores, os grandes grupos, o preço final é o principal valor para eles. Vamos ver se, mantendo esse produto premium, há segmentos do mercado brasileiro interessados em adquirir



Gotzon Gómez: em vários países latino-americanos há mercado para o produto premium



Rafael Sterling: “Independentemente da situação política, estamos muito contentes com o mercado latino-americano”

esse produto e pagar o preço. Mas, a situação é, como já explicamos, que não vamos desenvolver no Brasil um produto específico, como sempre foi referido no Brasil, como o escolar ou o fretamento, que são produtos com muito volume, mas que tem pouca qualidade.”

“O segmento premium é adequado para o turismo em alguns casos, para linhas de alto padrão. Por enquanto, nós vendemos pouco no Brasil, a maior parte vai para exportação. O motivo é que, em vários países latino-americanos, há mercado para esse tipo de produto, incluindo Peru, Chile e Argentina. Aqui no Brasil conhecemos todos os grandes grupos, mas a realidade do mercado de hoje faz com que o preço seja o principal fator de compra para esses grandes”, explicou. Gómez

Para reforçar a estratégia adotada, o diretor geral Sterling observou: “Podemos crescer muito no mercado latino-americano. Tivemos crescimento nos últimos quatro anos no mercado rodoviário. Em nível de perspectivas, independentemente da situação política, estamos muito contentes com esses mercados. A América Latina, incluindo México, representa metade das vendas do grupo. No ano passado, o grupo teve faturamento de 750 milhões de euros e

vendeu 3,4 mil veículos do segmento do rodoviário premium.”

Sobre o futuro do transporte, Sterling afirmou: “A tendência mundial é encontrar soluções sustentáveis, e dentro disso se insere a produção de modelos híbridos, elétricos. Nós já temos híbridos circulando pela Europa há anos, mas na América do Sul ainda não.”

E o diretor Gómez acrescentou: “Já temos 180 elétricos puros urbanos em circulação, sendo que o primeiro foi lançado há seis anos. Enxergamos que muitos países buscam soluções sustentáveis, e que a mobilidade sustentável será elétrica pura, isso é um fato. A partir daí, vai haver outras soluções, dependendo do país. Aí, entrarão o biogás, os híbridos, e até há pesquisas sobre a utilização de hidrogênio, para longa distância. O problema do hidrogênio é a infraestrutura, além do custo do veículo.”

Sobre a possibilidade da introdução desses veículos sustentáveis no Brasil, o diretor geral Sterling disse: “Por enquanto não temos interesse em trazer os modelos elétricos ao Brasil porque estamos consolidando os modelos elétricos na Europa. Mas potencialmente sim. Algum dia traremos essas soluções sustentáveis para a América Latina. Essas soluções de veículos elétricos se espalharão por todo o mundo e o Brasil também precisará de veículos elétricos. O que será favorável é que a nossa tecnologia já estará em um estado de maturidade.

Na sua mais recente inovação tecnológica, o Grupo Irizar apresentou na cidade espanhola de Málaga, em janeiro, seu primeiro ônibus autônomo, o Irizar ie bus. O veículo é 100% elétrico, com zero emissões e modo dual de condução (modo manual e modo automático. Possui 12 metros de comprimento e transporta 60 passageiros. O modelo está em processo de testes, sem passageiros. Entre maio e junho começará a operar com passageiros na cidade. ■



Busscar entrega ônibus rodoviários a Goiás

A empresa forneceu dois ônibus rodoviários VisstaBuss a operadora de turismo de Goiás

SONIA MORAES

Para a Gurgel Turismo de Goiás, a Busscar vendeu dois ônibus rodoviários – um VisstaBuss 400 e um VisstaBuss DD. Com estas vendas a Busscar amplia sua presença no mercado do Centro-Oeste, fornecendo veículos com acabamentos diferenciados e design que traz a tradicional assinatura da marca.

O modelo rodoviário VisstaBuss 400, foi produzido sobre chassi Scania K400 6x2. Este ônibus possui 14.000 mm de comprimento, altura externa de 4.200 mm e capacidade para 48 passageiros sentados. No salão interno, destacam-se itens como ar-condicionado com saídas individuais para cada ocupante, tomadas USB, para recarga

de dispositivos móveis e sanitário. As poltronas Class Leito Turismo trazem extremo conforto e aconchego por sua ergonomia e acabamento premium, revestidas com materiais tecnológicos e de fácil manutenção.

O VisstaBuss Double Decker da Busscar é o modelo superluxo da marca. Para Gurgel Turismo foi fabricado sobre chassi Scania K440 8x2. Este ônibus possui 15.000 mm de comprimento, altura de 4.400 mm e capacidade para 48 passageiros no piso superior e 12 no piso inferior. A configuração do veículo, exclusiva para a Gurgel, traz itens como ar-condicionado com saídas individuais, tomadas USB, sistemas multimídia e de monitoramento.

O salão interno conta com o requinte e o conforto inerentes aos produtos Busscar, com poltronas Class Leito Turismo no piso superior e Class Leito no piso inferior, colaborando para que os passageiros tenham a melhor experiência de viagem.

A Gurgel Turismo tem aproximadamente 40 anos de operação no transporte de passageiros nos segmentos turismo e fretamento. A empresa obteve expressivo crescimento após mudanças no nome, de Paulandrea para Gurgel em homenagem à família, e a transferência para Goiás. Surgiu então, a necessidade de ampliação de frota e a Busscar foi a marca escolhida para produzir os novos ônibus da empresa. ■



Volare entrega mais um lote de miniônibus para Costa Rica

O modelo Attack 9, com chassi Volkswagen 9.160, foi concebido para as necessidades específicas dos operadores de transporte daquele país

SONIA MORAES



Os miniônibus Attack 9 têm 8.900 mm de comprimento e 2.320 mm de largura

A Volare concretiza o fornecimento de mais um lote com três miniônibus para Costa Rica. Os veículos são do modelo Attack 9 com chassi Volkswagen 9.160 e foram concebidos para atender às necessidades e características específicas dos operadores de transporte daquele país.

Para a Pacyatlan, representante da marca no país, a empresa enviou duas unidades do Attack 9, que estão sendo utilizadas em um programa de apresentação do produto para os atuais e potenciais clientes, segundo informou Rodrigo Bisi, gerente de exportação da Volare. "O outro veículo, Fly 9 Executivo, foi para a Skyline, um dos nossos principais clientes no país, que possui 11 modelos Volare", afirma Bisi.

A Pacyatlan passou a ser representante da Volare na Costa Rica em 2017 com o objetivo de explorar o potencial do mercado para veículos de até 10 toneladas de

peso bruto total (PBT) para o segmento de turismo. A empresa já era representante da Marcopolo desde 2014, quando iniciou um trabalho de reintrodução e reposicionamento da marca em todo o país.

Os dois miniônibus Attack 9 têm 8.900 mm de comprimento, 2.320 mm de largura e capacidade para 31 passageiros mais auxiliar, na versão com bagageiro normal, e 26 passageiros mais auxiliar, na versão com bagageiro estendido.

Na configuração Executivo, os veículos são equipados com sistema de ar-condicionado de teto Valeo 205, parede de separação completa, porta-pacote com saídas de ar e iluminação individuais, poltronas executivas com cinto de segurança de três pontos e carregador USB. Para maior conforto dos ocupantes contam com geladeira, sistema de áudio e vídeo com microfone, radio, DVD, monitor. Outro diferencial dos veículos é a câmera de marcha-a-ré

instalada no para-choque traseiro.

Outro fornecimento para Costa Rica foi no ano passado, quando a Volare desenvolveu dois novos modelos com diferentes marcas de chassis.

O Volare Fly 9 Executivo tem chassi Volkswagen 10.160. Este veículo conta com 30 poltronas com 940 mm de largura, com entrada USB individual, parede de separação total no salão de passageiros, porta-pacotes, geladeira, radio, sistema de áudio com DVD e monitores, microfone e câmera de ré. O veículo possui ainda sistema de ar-condicionado Valeo 205T para melhor climatização interna e piso com revestimento que imita madeira.





O Volare Attack 9, com chassi Mercedes-Benz OF 917, é um dos primeiros modelos da marca exportado para Costa Rica. O veículo possui duas diferentes configurações: um com 30 poltronas e bagageiro e porta-pacotes convencionais, e outro com 26 poltronas e bagageiro estendido para maior capacidade para as malas. Conta com sistema de ar-condicionado Valeo 175 WCT, piso com revestimento que imita a madeira, parede de separação completa, geladeira, sistema de áudio e vídeo com rádio, DVD, monitores, microfone e câmera de ré.

Segundo o gerente de exportação da Volare, a estratégia da empresa visa suprir as necessidades específicas dos clientes daquele país. "Para podermos atuar de maneira competitiva na Costa Rica, pesquisamos soluções e configurações diferentes das adotadas normalmente e desenvolvemos veículos com características únicas", afirma Bisi. ■

Vamos juntos construir meios para expandir a mobilidade humana?

A necessidade dos passageiros mudou e o jeito de usar o transporte também. Então, é preciso evoluir sempre. É com tecnologia que criamos soluções inovadoras para o sistema de transporte ser mais atraente. Isso nos inspira a seguir conectando dados, pessoas e caminhos.

itstransdata.com

    /SomosTransdata



Bilhetagem Eletrônica



Biometria Facial



Tarifa Georreferenciada



Gestão de Frotas e Operações



Videomonitoramento



Rede de Vendas



Aplicativos



Rodoviário



Relacionamento e Fidelidade



Data Center



Mada2209

 **TRANSDATA**
conectando caminhos

Mercedes-Benz: produção de ônibus mantida em ritmo normal

Com os negócios fechados até fevereiro, a empresa trabalha com os mesmos turnos para dar conta de entregar os veículos nos próximos quatro meses

SONIA MORAES



Fábrica da Mercedes-Benz em São Bernardo do Campo tem pedidos de ônibus para serem entregues em quatro meses

Mesmo diante do momento de incertezas em todo o Brasil, por causa da paralisação forçada das atividades para enfrentar a pandemia de coronavírus, a Mercedes-Benz mantém o ritmo normal de produção de ônibus na fábrica de São Bernardo do Campo (SP). “Até fevereiro o mercado de ônibus estava muito forte e a Mercedes-Benz conseguiu fechar muitos negócios no segmento de

urbanos com pedidos para serem entregues em quatro meses”, afirma Walter Barbosa, diretor de vendas e marketing de ônibus da Mercedes-Benz do Brasil.

Barbosa comenta que a Mercedes-Benz está tomando todos os cuidados para enfrentar o coronavírus que afeta o mundo, com orientação e higienização do ambiente de trabalho, além de ações para conter e reduzir os riscos de

contaminação dos seus empregados. “A linha de produção está normal, mas todos os funcionários estão orientados. Este é um momento muito delicado e daqui frente há uma incógnita sobre o comportamento do mercado porque não sabemos até quando vai durar essa pandemia.”

“Até agora (dia 18 de março) a previsão era que o mercado de ônibus

terminaria o ano com 21 mil veículos emplacados – e considero um volume de 18 mil a 22 mil ônibus vendidos como algo factível para o setor, pois é um patamar bom e sustentável –, mas quanto mais perdurar este cenário de paralisação das atividades para conter o avanço do coronavírus maior será o impacto no transporte. O setor de rodoviário pode chegar a uma queda de 90% em março. No segmento de urbanos as frotas estão sendo reduzidas e o impacto disso vamos sentir nos próximos três meses. Algumas empresas terão dificuldades para recuperar as perdas e isso poderá mudar as previsões para o setor”, analisa Barbosa.

ESTIMATIVAS – Em sua análise sobre o desempenho do mercado de ônibus o diretor da Mercedes-Benz afirma que 2019 foi um ano excepcional, com crescimento de 43,5% do segmento acima de oito toneladas, que teve 20.741 veículos emplacados. “Foi um ano muito bom e mostrou o novo patamar alcançado pelo mercado de ônibus, depois de enfrentar a intensa crise, que teve o período mais crítico em 2016, quando as vendas reduziram para 10.300 carros. Em 2017 o setor cresceu 15%, em 2018 avançou 28,3% e em 2019 aumentou 43,5%”, diz Barbosa.

O crescimento do setor no ano passado foi impulsionado pelo segmento de ônibus urbano e escolar, segundo o diretor da Mercedes-Benz. O mercado de urbanos cresceu 51%, totalizando 8.860 unidades, na comparação com os 5.852 veículos emplacados em 2018. “Este foi o grande motor de 2019 e tem a ver com a virada do ano, quando quase todos os municípios tiveram reajuste de tarifa ou melhor equilíbrio nos contratos de concessão”, afirma Barbosa. “Curitiba fez renovação de frota depois de seis anos, Brasília renovou 600 ônibus, Salvador atualizou 170 carros e em São Paulo saiu a licitação. O gap do contrato de

concessão reduziu e motivou os empresários a renovar a frota e a redução na taxa de juros também ajudou bastante. A taxa de juros (Selic) fixada entre R\$ 4,25 a R\$ 5,00 é um patamar aceitável para o setor.”

No segmento escolar, segundo Barbosa, havia dúvida se o governo iria manter os investimentos no programa Caminho da Escola, mas este setor teve um crescimento de 79%, com 3.616 ônibus emplacados, ante 2.019 veículos vendidos em 2018. “O mercado de rodoviários, embora tenha apresentado um crescimento de 28%, com 2.538 veículos emplacados, ante 1.977 unidades vendidas em 2018, o volume com 561 veículos a mais não fez muita diferença, e o setor de fretamento teve queda de 7% nas vendas para 1.212 unidades, ante 1.309 em 2018.”

O segmento de micro-ônibus, que tem um pouco de urbano, rodoviário e fretamento, cresceu 37%, com 4.514 ônibus emplacados no Brasil, ante 3.295 veículos vendidos em 2018. “Esse avanço ocorreu devido à mudança de comportamento do mercado”, comenta Barbosa. “Com a queda na demanda de passageiros no transporte urbano e rodoviário, o micro-ônibus tem forte tendência de crescimento porque os empresários estão fazendo uma composição de sua frota e comprando uma parte de ônibus de 15 e 17 toneladas e também micro-ônibus para se adequar à nova demanda de passageiros.”

No mercado total de ônibus a Mercedes-Benz encerrou 2019 com 53,8% de participação. No segmento de urbanos a sua fatia foi de 76%, no rodoviário de 52% e no fretamento foi de 58%. No micro-ônibus tinha 23% e aumentou para 30%, e no escolar aumentou de 12% para 28%. “A empresa manteve a liderança no mercado e cresceu a sua participação no segmento de micro-ônibus e no escolar”, observa Barbosa.

PRIMEIRO BIMESTRE – Sobre a queda de 9,1% na venda de ônibus até fevereiro, com 2.752 veículos emplacados no país, na comparação com o mesmo período de 2019, Barbosa esclarece que o impacto no início deste ano foi do segmento de escolar, que concluiu a entrega do lote de seis mil ônibus que foram disponibilizados para a compra pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) – autarquia ligada ao Ministério da Educação –, por meio da licitação aberta no fim de 2017.

“Uma parte destes ônibus foi emplacada em 2018 e a outra parte em 2019. Em janeiro e fevereiro as entregas de veículos escolares foram concluídas com o emplacamento de 293 ônibus, que foram 63,7% inferiores aos 809 veículos vendidos no mesmo período de 2019”, detalha o diretor da Mercedes-Benz.

“Agora o segmento de ônibus escolar segue normal, mas terá queda, pois após a nova licitação de 2019 os concorrentes vão começar a produzir os ônibus e, se tudo caminhar bem, estes veículos começam a ser emplacados em junho”, diz Barbosa.

PANDEMIA

Com o objetivo de prevenção do Covid-19, a Mercedes-Benz negociou com os sindicatos em todas as unidades industriais no Brasil folgas nos dias 25, 26, 27 de março, além de 20 de abril, debitadas no banco de horas. As férias coletivas terá duração de 20 dias, de 30 de março a 19 de abril, sendo previsto o retorno das atividades em 22 de abril, dependendo da situação do país. “Com todas essas alternativas, a Mercedes-Benz entende que está contribuindo para que as pessoas evitem ao máximo a circulação, atendendo às orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS)”, disse a empresa em comunicado. ■

Volvo registra alta nas entregas de ônibus

Emplacamentos de chassis da marca no país cresceram muito acima da média de mercado em 2019, segundo a montadora

MÁRCIA PINNA RASPANTI



As exportações representaram 60% do volume de ônibus entregues pela Volvo em 2019

Para a Volvo, 2019 foi marcado pela forte recuperação do mercado brasileiro de ônibus. “Em termos percentuais nenhuma outra marca cresceu como nós”, assegura Fabiano Todeschini, presidente da Volvo Buses Latin America. Ao todo foram emplacados 744 chassis da marca, sendo 389 rodoviários, o que corresponde a 62% de crescimento, e 355 urbanos, com 87% de incremento. Na soma total de todos os países da América Latina, as entregas chegaram a 1,86 mil chassis, alta de 77% sobre o ano anterior. No balanço, as exportações representaram 60% do volume de ônibus entregues pela Volvo.

Em ônibus rodoviários, os destaques foram os modelos B420R e B450R, nas versões 6x2 e 8x2. “São ônibus de alto padrão para transporte de longas distâncias, seja em linhas rodoviárias ou no segmento de turismo”, afirma Paulo Arabian, diretor comercial de ônibus da Volvo no Brasil. “Esse tipo de veículo é demandado por

empresas que oferecem transporte de alta qualidade a seus passageiros, com conforto superior, tecnologia da ponta e os mais modernos recursos de segurança.”

Em 2019, aconteceram as primeiras entregas de chassis com a nova geração do Sistema de Segurança Ativa Volvo (SSA), com recursos que ajudam a prevenir acidentes. “Somos reconhecidos por nossa liderança em segurança e já temos novos pedidos de veículos com essas novas tecnologias. Com o SSA, mais uma vez demos um passo importante para ajudar a salvar vidas e a reduzir custos operacionais de nossos clientes”, declara Todeschini.

No segmento de urbanos, a maior venda foi de 594 novos articulados e biarticulados para o BRT de Bogotá, na Colômbia. Em 2020, ainda serão entregues mais 106 veículos. Outra metrópole que recebeu um grande lote de veículos da marca foi Santiago, capital do Chile, com 120 novos ônibus. “Tanto em Bogotá como em Santiago

os novos Volvo estão rodando com o controle automático de velocidade, uma exclusividade que comprovadamente ajuda a reduzir riscos de acidentes”, afirma Todeschini. Com o auxílio de GPS e conectividade, é possível ativar redução automática de velocidade dos ônibus em áreas de risco, como nas proximidades de escolas ou dentro de terminais, independente da ação do motorista.

Ainda em urbanos, houve entregas em São Paulo (200 ônibus padron e articulados), em Curitiba (65 ônibus biarticulados, articulados e padron) e em Santo Domingo, na República Dominicana (50 articulados). “Reafirmamos nossa liderança em ônibus de grande capacidade, biarticulados e articulados, com 50,4% de participação nas frotas desse tipo de veículo no continente”, destaca Todeschini. No Brasil, a Volvo entregou 95 veículos para sistemas BRT, um crescimento de 58% sobre o ano anterior.

Em 2019 a Volvo realizou também as primeiras vendas do chassi B270F 6x2 para carrocerias de 15 metros. “Esse modelo pode transportar até 50% mais passageiros do que veículos convencionais de motor dianteiro, sendo indicado para cidades que precisam aumentar a capacidade de transporte, mas ainda sem a necessidade de veículos articulados”, explica Paulo Arabian. As primeiras unidades do B270F 6x2 devem entrar em operação em Belo Horizonte ainda no primeiro trimestre.

Na área de serviços, a empresa observa o avanço na Consultoria de Consumo de Combustível, que garante ganhos de no mínimo 5%, segundo a montadora. ■

Scania prevê crescimento de 5% no mercado de ônibus em 2020

Operação brasileira fechou 2019 como a segunda maior do mundo entre todos os países de atuação da marca

MÁRCIA PINNA RASPANTI



O modelo urbano K 360 4x2 foi o mais vendido da marca

A Scania projeta alta de até 5% nas vendas de ônibus para o mercado brasileiro, em comparação a 2019, na faixa em que a marca atua, acima de oito toneladas. A comercialização dos chassis a GNV e biometano deve começar no segundo semestre. “Nossa previsão para 2020 é crescer até 5%. Nos rodoviários algumas incertezas com o movimento de desregulamentação das linhas e a crescente atuação dos aplicativos levará o mercado a uma adaptação ao longo do ano. Esses dois fatores vão provocar o nascimento de um novo jeito de atuação das empresas. Haverá ainda mais concorrência. Por isso, será ainda maior a busca por soluções que aumentem a eficiência e reduzam os custos operacionais da frota”, conta Fábio D’Ángelo, novo gerente de vendas de Ônibus da Scania no Brasil.

“Por outro lado, o fretamento deve continuar crescendo, bem como as vendas dos motores traseiros. Nos urbanos, deveremos fazer um volume próximo de 2019. O ano de 2020 começou acelerado. Por isso, já projetamos um aumento de 20% da carteira de pedidos para o primeiro trimestre. Ainda assim, é um otimismo moderado”,

complementa D’Ángelo.

No acumulado de 2019, na faixa de atuação da Scania, a indústria emplacou 17,4 mil unidades ante as 12,8 mil de 2018, com aumento de 36,6%. A fabricante sueca teve 901 ônibus registrados, enquanto no ano anterior foram 760 veículos. “A Scania cresceu 18,6%. Continuamos oferecendo ao cliente a melhor solução que engloba produto, serviços, gestão de frota, conectividade e modalidade financeira”, salienta. A participação de mercado foi de 5,2%. “As 901 unidades emplacadas de 2019 consagraram o Brasil como o segundo maior mercado dentro da Scania.”

Do volume de 901 chassis emplacados, 845 foram de modelos rodoviários, o que significa acréscimo de 20,4% sobre os 702 de 2018. A participação foi de 21,2% e a vice-liderança mais uma vez conquistada. O mercado total de rodoviários emplacou 3,98 mil unidades em comparação às 3,32 mil de 2018, o que corresponde a uma expansão de 19,9%. “Crescemos acima do mercado”, diz D’Ángelo. Já nos urbanos acima de oito toneladas, a Scania licenciou 56 unidades, sendo 30 unidades do K 250UB 4x2.

No ranking de vendas Scania por modelo,

o K 360 4x2 foi o campeão com 305 unidades, um incremento de 53,3% sobre as 199 do ano anterior. “Esse produto é um sucesso. O resultado expressivo está ligado ao processo de renovação de frotas que atuam nas operações de linhas rodoviárias de curtas e médias distâncias, bem como do fretamento, que continua sua recuperação de mercado”, diz o gerente. O segundo mais vendido foi o K 440 8x2 com 245 produtos, e alta de 107,6%. “A Scania continua liderando o segmento 8x2, e sendo a preferida para a configuração de dois pisos (DD ou double decker).” O terceiro foi o K 400 6x2, muito utilizado também no turismo, com 232 produtos e alta de 23,4%.

A Scania continua no processo de homologação do ônibus GNV e biometano no Brasil. A homologação depende de três fases: do chassi, da carroceria e do sistema de abastecimento do gás. A etapa do chassi foi finalizada. “Acreditamos que o processo completo esteja aprovado neste primeiro semestre. Enquanto isso, seguimos preparando a linha de produção e fazendo os investimentos necessários na fábrica de São Bernardo do Campo. Prevemos que as vendas comecem no segundo semestre de 2020. Teremos opções urbanas e rodoviárias”, revela o executivo.

A linha urbana vai oferecer três modelos, sendo que não são necessárias alterações significativas nos projetos das carrocerias. As instalações dos cilindros de gás podem ser feitas entre as longarinas do chassi (abaixo do assoalho) ou sobre o teto. Os motores já serão Euro 6. A autonomia será de 300 quilômetros. Para o segmento rodoviário, no primeiro momento o foco será no fretamento e linhas de pequenas distâncias na versão 4x2. ■

Iveco Bus trabalha com perspectiva positiva para 2020

Além da confiança nos modelos escolares, a empresa também aposta no chassi 170S28 para os segmentos urbano e rodoviário

SONIA MORAES



A Iveco Bus mantém a sua aposta no Brasil como um dos principais mercados de ônibus para a operação global da companhia e prepara novidades para este setor. “Nossa expectativa é que 2020 seja um ano positivo para a marca e para o país. Temos produtos de qualidade, com destaque para a acessibilidade e a inclusão de passageiros com mobilidade reduzida em todos os modelos”, afirma Humberto Spinetti, diretor da Iveco Bus para a América do Sul.

A Iveco Bus terminou 2019 com queda de 75% na venda de ônibus, ao emplacar 253 veículos em um mercado que cresceu 38%. Spinetti atribui a expressiva retração nas vendas ao forte crescimento registrado em 2018 que foi impulsionado pela entrega de 900 ônibus escolares ao governo de Minas Gerais. Essa negociação e a falta de licitações em 2019, fez com que fechássemos o ano passado com resultado negativo.”

Para reverter esse resultado, a Iveco Bus tem aumentado as vendas para empresas do setor de transporte de passageiros. “Em paralelo, nossa equipe tem

trabalhado para aprimorar os modelos com base no feedback passado pelos clientes, seja do governo ou da iniciativa privada. A proximidade com o cliente é fundamental para ampliar a participação no mercado de forma sustentável e duradoura, e posicionar a Iveco Bus entre as principais montadoras do segmento”,

comenta Spinetti.

O diretor da Iveco Bus afirma que o segmento de ônibus escolares, por meio do programa Caminho da Escola, tem sido um dos principais mercados para os negócios da empresa no Brasil. “Em 2020 não será diferente. Recentemente vencemos a licitação para entregar 1.200



Humberto Spinetti: “Nossa expectativa é que 2020 seja um ano positivo”

MONTADORA ENTREGARÁ 1.200 ÔNIBUS AO CAMINHO DA ESCOLA

Os 1.200 ônibus escolares que a Iveco Bus garantiu o direito de entregar ao programa Caminho da Escola, após vencer a licitação aberta no início de agosto de 2019 pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) – autarquia ligada ao Ministério da Educação –, são da categoria Ônibus Escolar Rural Médio (ORE 2) montado no chassi 10-



Os veículos farão o transporte de 50 mil alunos em regiões rurais do país

190. Os veículos farão o transporte diário de aproximadamente 50 mil alunos em regiões rurais do país.

Segundo Humberto Spinetti, diretor da Iveco Bus para a América do Sul, a venda para o programa Caminho da Escola demonstra que o chassi 10-190 se posiciona com destaque no segmento. “O ônibus foi submetido a rigorosos testes de qualidade, nos quais foram avaliados componentes que comprovam que o produto atende às especificações exigidas pelo poder público. Estamos trabalhando para antecipar tendências que atendam às necessidades do programa e de outras operações do setor”, diz Spinetti.

O ônibus de 10 toneladas foi projetado e desenvolvido no Complexo Industrial da Iveco em Sete Lagoas (MG). Este

veículo tem capacidade para 44 alunos e conta com o Dispositivo de Poltrona Móvel (DPM) para portadores de deficiência e pessoas com mobilidade reduzida. O sistema posiciona a poltrona do lado de fora do ônibus, o que permite ao passageiro embarcar e desembarcar sentado no seu assento. O DPM não reduz a capacidade de passageiros, como acontece em veículos adaptados que utilizam elevador para cadeiras de rodas, e proporciona uma viagem confortável para o ocupante, ao contrário de modelos onde o cadeirante viaja no compartimento traseiro do veículo.

Para garantir maior conforto aos alunos, o ônibus escolar tem porta-mochila no teto e rede nas costas dos assentos para acomodação do material escolar.

O motor que equipa este veículo é o NEF 4 ID de quatro cilindros em linha da FPT Industrial. Tem sistema SCR, que obedece as normas do Proconve-P7 e é capaz de gerar potência máxima de 190 cv, a maior da categoria. O torque, chega a 610 Nm, já disponíveis na faixa de 1.350 a 2.100 rpm.

A transmissão é Eaton FS 6206B manual, de seis marchas, com escalona-

mento compatível com as operações rurais e urbanas. O sistema permite condução suave, sem deixar de lado a economia de combustível. O acionamento da alavanca a cabo privilegia a ergonomia.

O veículo está equipado com dispositivo automático de bloqueio de diferencial, que facilita a transposição de atoleiros. Tem suspensão elevada e reforçada, pneus de uso misto e redução de balanço dianteiro e traseiro, permitindo o fácil acesso a lugares acidentados. Tem direção hidráulica, embreagem com acionamento hidráulico e dispositivo de bloqueio de ignição com marcha engatada.

A Iveco Bus conta atualmente com cerca de 8.500 mil ônibus escolares em circulação no Brasil por meio do programa Caminho da Escola.

veículos ao FNDE (Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação). Além disso, apostamos no chassi 170S28, que oferece ótimo custo de operação nos segmentos urbano e rodoviário”, diz Spinetti.

A Iveco registrou no primeiro bimestre a venda de 41 ônibus, uma redução de 48,8% em comparação ao mesmo período de 2019, quando vendeu 80 veículos

no mercado brasileiro. Com este resultado, a empresa ficou em sexta posição no ranking de vendas do setor, segundo a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea).

Em sua análise sobre o mercado de ônibus Spinetti afirma que o setor, assim como outros segmentos da economia, depende de fatores, como a

aprovação da reforma tributária e administrativa, e da estabilidade política, que criam um cenário de previsibilidade, para que os investimentos voltem ao país. “Novas licitações governamentais, e a renovação de frota de operadores do transporte de passageiros, dará um fôlego extra para o setor neste ano”, prevê o diretor da Iveco Bus. ■

Crise provocada pela Covid-19 poderá ser a pior da história

Em 2019 a produção mundial de veículos atingiu 91,8 milhões de unidades, queda de mais de 5%, que interrompeu um período de dez anos de crescimento do setor

SONIA MORAES



A Oica (Organização Internacional dos Construtores de Automóveis), que reúne associações automotivas de 37 países, informa por meio de comunicado que, após dez anos de crescimento, interrompidos pela estagnação de 2019, a indústria automobilística mundial encara no início de 2020 um novo desafio sem precedentes, devido ao alastramento do novo coronavírus. “Esta poderá ser a pior crise que já impactou a indústria automobilística na história”, afirma Fu Binfeng, presidente da Oica.

Segundo a entidade, 2019 foi um ano sombrio, com a produção mundial de 91,8 milhões de veículos, declínio de mais de 5%, que interrompeu um período de dez anos de crescimento do setor.

Os choques iniciais da Covid-19 começaram em janeiro, com a paralisação da maior parte do parque industrial chinês, causando a redução na produção de peças e componentes e afetando as indústrias no mundo inteiro. O avanço global do vírus, nas últimas semanas, resultou no fechamento de grande

parte da indústria automobilística mundial e de muitos dos seus fornecedores. “A preocupação dos fabricantes e fornecedores do mundo todo com a saúde e segurança dos seus funcionários fez com que medidas sanitárias drásticas fossem tomadas, levando à grande redução da produção e até a paralisação de fábricas, mesmo em locais onde as autoridades não recomendaram ou nem decretaram essa obrigatoriedade”, relata Binfeng.

O dirigente afirma ainda que os fabricantes mundiais de veículos, por meio de suas respectivas associações automotivas e em conjunto com a Oica, continuam comprometidos em manter seus funcionários e clientes protegidos, respeitando integralmente, e até excedendo, as medidas governamentais de restrição ou confinamento. “Em vários

países as montadoras estão ajudando as pessoas afetadas pelo vírus da Covid-19, com a criação de projetos humanitários que variam desde a produção de respiradores até a facilitação do transporte de emergência e de serviços médicos.”

Ele acrescenta que os associados da Oica continuam trabalhando para defender o setor automotivo da melhor forma possível, e estão prontos para iniciar o complexo processo de retomada da produção e das vendas, assim que a crise terminar.

“As várias associações nacionais das indústrias de veículos automotores, membros da Oica, estão envolvidas de perto com seus respectivos governos e parceiros, num diálogo construtivo com o objetivo de suavizar o impacto desta crise e assegurar a rápida recuperação do setor, que contribui de forma importante para a economia e o bem-estar mundial. Eu não tenho dúvidas que a indústria automotiva mundial, como já fez inúmeras vezes no passado, irá provar sua importância, sua força e sua resiliência”, diz Binfeng.

Fundada em 1919, a Oica é única organização não governamental de fabricantes de carros e caminhões credenciada pela Organização das Nações Unidas (ONU), e representa os interesses técnicos em instituições e organizações internacionais. ■

A maior inovação em mobilidade urbana não é um veículo.
É uma solução integrada.



A mais moderna solução de tecnologias integradas de mobilidade para diversos modais de Transportes.

A SONDA leva o melhor da tecnologia às empresas de ônibus, metrô, trens, frotas e concessionárias.

Inovações para transformar a qualidade de vida do cidadão e das cidades. Conforto e comodidade para passageiros e operações otimizadas para os veículos.

Descubra mais



Empresa do Grupo SONDA

Marcopolo México lança o Viaggio 950

O objetivo é oferecer um modelo sob medida para as necessidades específicas do mercado mexicano no segmento de rodoviários leves

SONIA MORAES

A Marcopolo México lançou no início deste ano o Viaggio 950, modelo exclusivo para o mercado mexicano. Com este veículo, que chega para competir no subsegmento de rodoviários leves, a empresa reforça sua estratégia de desenvolver produtos sob medida para as necessidades específicas de cada região do mercado mexicano.

Produzido na sua fábrica de Monterrey, o Viaggio 950 é um modelo rodoviário sofisticado e, ao mesmo tempo, oferece excelente custo total de propriedade (TCO – Total Cost of Ownership).

O veículo tem conjunto ótico exclusivo, iluminação integral em led e grade dianteira e para-choque também inéditos, desenvolvidos especialmente para o México. Na lateral, possui linhas limpas e fluidas e conta com tiera em aço inoxidável, que destaca o desenho e confere leveza e equilíbrio.

Internamente, o novo modelo recebeu elevado padrão de sofisticação e requinte,



Viaggio 950 pode ser montado com qualquer marca de chassi disponível no mercado

e conta com sanitário, sistema de áudio e vídeo, ar-condicionado e outros vários opcionais que se adaptam às necessidades de cada um dos clientes.

O novo. O primeiro modelo apresentado utiliza chassi MAN RR3 CO 19.400 e tem 12.500 mm de comprimento, 2.600 mm de largura e 3.510 mm de altura.

Para estar alinhada à estratégia global da marca, a Marcopolo México passou

a usar desde o início de janeiro a mesma nomenclatura de produtos utilizada no Brasil e nos mais importantes mercados em que atua. “O México era um dos poucos mercados nos quais a Marcopolo não utilizava a nomenclatura praticada internacionalmente pela companhia. Agora, ficará muito mais fácil e imediato para os clientes e usuários identificarem e reconhecerem nossos produtos para cada diferente aplicação e os seus atributos”, afirma Paulo Andrade, diretor-geral da Marcopolo México.

Assim, os ônibus passam a usar nomes já reconhecidos pelo mercado, como os rodoviários Paradiso e Viaggio. No segmento de urbanos, os modelos passaram a ser identificados por Torino, Torino Express, Torino Express LE e Viale DD Sunny, além de modelos desenvolvidos exclusivamente para o mercado mexicano, como o Mega TR e Boxer.

Assim, os ônibus passam a usar nomes já reconhecidos pelo mercado, como os rodoviários Paradiso e Viaggio. No segmento de urbanos, os modelos passaram a ser identificados por Torino, Torino Express, Torino Express LE e Viale DD Sunny, além de modelos desenvolvidos exclusivamente para o mercado mexicano, como o Mega TR e Boxer.

CIDADE DO MÉXICO RECEBE 111 ÔNIBUS URBANOS DA MARCOPOLO E VOLVO

A Marcopolo México, em parceria com a Volvo Buses, entregou 111 novos ônibus para a Cidade do México, após vencer a licitação da Rede de Transporte de Passageiros (RTP).

Segundo Paulo Andrade, diretor-geral da Marcopolo México, essa operação é importante porque marca o retorno da Marcopolo México, após uma década de ausência, no fornecimento para o transporte público da Cidade do México, que é uma referência nacional e internacional. “O processo de licitação se desenvolveu por vários meses, demandou grande envolvimento das equipes da Marcopolo e da Volvo e representou um passo importante das autoridades da

Cidade do México em direção à mobilidade sustentável”, afirma Andrade.

Os veículos, todos do modelo Marcopolo Torino e com motorização Euro 6, têm três diferentes configurações e foram produzidos na fábrica da empresa em Monterrey, na Província de Nuevo León. São 75 unidades com chassi Volvo B8R de piso alto, com 10.800 mm de comprimento, 2.525 mm de largura e 3.148 mm de altura, sendo 59 veículos com entrada normal e 16 ônibus com rampa para acesso de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida, e outros 36 veículos de piso baixo, com chassi Volvo B8RLE de 11 metros de comprimento, 2.525

mm de largura e 3.260 mm de altura. Os modelos têm capacidade para transportar respectivamente 83 e 89 passageiros.

Os ônibus Torino convencionais são equipados com janelas com vidros filtroasol colados, sinalização de rota, câmeras de vigilância, duas telas de monitoramento e sistema pré-pago. Os Torino LE contam ainda com equipamento de radiocomunicação, sistema GPS e de monitoramento, sinal de parada de descida luminosa e auditiva, kit de primeiros socorros, espaço para cadeira de rodas com cinto de três pontos e botão de parada solicitada, isolamento térmico e sistema de som.

O TRANSPORTE PÚBLICO DO RIO DE JANEIRO AVANÇOU O SINAL DO FUTURO COM OS SISTEMAS INTELIGENTES PRODATA.

No processo contínuo em busca de renovação e eficiência, o Rio de Janeiro receberá 5.500 validadores V3695 de última geração da PRODATA, para serem instalados no transporte público de todo o estado. Modernização que trará muitos benefícios, como a possibilidade dos passageiros realizarem recarga e atualização de dados dos cartões de transporte dentro do próprio veículo, já que todo o sistema estará online. Maior que o orgulho da PRODATA em participar dessa evolução, só nosso compromisso em contribuir cada vez mais com o conforto da população e a mobilidade do estado.

www.prodatamobility.com.br



SAIBA
MAIS AQUI.

Vendas de ônibus declinam com a crise do coronavírus

A projeção da Anfavea é que os resultados do setor serão bastante impactados a partir de abril, com os planos de renovação de frota sendo revistos pelos empresários

SONIA MORAES



O mercado de ônibus, que tinha expectativa de terminar o ano com 21 mil veículos emplacados, com o aquecimento nas vendas de modelos urbanos no primeiro semestre por causa das eleições municipais, também sentiu o impacto da disseminação do coronavírus em todo o

território brasileiro e terminou o mês de março com 883 veículos emplacados, uma queda de 31,3% na comparação com fevereiro, que teve 1.286 veículos comercializados no mercado brasileiro. “Essa retração foi impactada nas últimas semanas de março, quando as atividades da

indústria e do comércio foram paralisadas para conter o avanço da doença no país”, disse Gustavo Bonini, vice-presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea).

Com esse resultado, as vendas de ônibus no acumulado de janeiro a março ficaram negativas em 21,8%, totalizando 3.661 veículos emplacados, enquanto no primeiro trimestre de 2019 foram comercializados 4.680 veículos no país.

“Pelo próprio lead time entre produção de chassis e montagem da carroceria não é adequado neste momento analisar este setor pelo licenciamento”, disse Bonini. “O ideal é olhar a produção que está mais adequada ao volume previsto.”

Na comparação com fevereiro a produção de ônibus teve uma queda de 22,1%, com 1.992 veículos que saíram da linha de montagem, ante 2.556 unidades fabricadas no mês anterior. Mas no acumulado do primeiro trimestre a queda não é

AINDA SEM PREVISÃO DE IMPACTO DO CORONAVÍRUS

A Luiz Carlos Moraes, presidente da Anfavea, disse que as projeções para 2020 não serão revisadas. “Estamos no meio de uma crise, que é muito profunda, afeta o consumidor, a produção, os investimentos e o mercado financeiro. Por isso, não temos condições de fazer com segurança uma nova previsão e tentar quantificar esses impactos para a economia neste ano porque não sabemos qual será a intensidade desta crise.”

Moraes afirmou que o segundo trimestre será ruim para todo o setor automotivo.

“Vamos ter uma queda substancial no segundo trimestre e esperamos no terceiro trimestre uma retomada, que poderá se consolidar no quarto trimestre. Já estamos nos reestruturando para voltar às atividades e isso vai depender do comportamento da economia.”

Em seu comunicado, a Anfavea destacou que, depois de duas semanas de forte atividade no mercado interno, que apontava para um robusto crescimento, a paralisação gradativa do comércio e das fábricas na segunda quinzena de março resultou

em queda de quase 90% nos negócios.

“Até na primeira quinzena de março a economia estava rodando em um ritmo normal e no nosso setor não era diferente. Estava em linha com o que estávamos divulgando. Na segunda quinzena tivemos forte impacto do coronavírus no Brasil”, disse o presidente da Anfavea. “Tivemos também dificuldades nos Detrans e mesmo com a ajuda do Contran em criar mecanismos mais simples de licenciamento não foi possível melhorar os números de emplacamento da segunda quinzena.”

tão expressiva de 2,3%, com 5.974 veículos fabricados, enquanto no mesmo período de 2019 as montadoras produziram 6.116 veículos. “Isso mostra que o setor vinha bem, seguindo a previsão da Anfavea para o setor de veículos pesados (caminhões e ônibus) que era de atingir um crescimento de 16,9%, com 143 mil veículos comercializados no país”, observou Bonini.

A partir de abril os resultados do mercado de ônibus serão bastante impactados pela crise do coronavírus, segundo Bonini, uma vez que todos os planos de renovação de frota deverão ser revisados pelos empresários. “Se esta crise se estender o impacto no setor será ainda maior.”

O vice-presidente da Anfavea comentou que o setor automotivo nunca enfrentou um problema como esse na sua

história recente. “Em duas semanas tivemos 63 fábricas paradas em todo o Brasil”, disse Bonini. “E esta não é uma crise estrutural e econômica, que o próprio conserto leva tempo. É uma crise provocada por um vírus, que se conseguir ser contido não há porque o setor retomar da forma como aconteceu no ano passado. E tão grave quanto a sua extensão é a velocidade com a qual apareceu.”

A maior preocupação da indústria automobilística neste momento, segundo Bonini, é com o fluxo de caixa. “A nossa expectativa é que o governo dê continuidade às medidas estruturais para abrigar a economia como um todo.”

Com relação às exportações, cuja queda foi de 29,6% em março na comparação com fevereiro, com o embarque de 307 ônibus, e uma retração de 51,5% no primeiro trimestre, com 1.009 ônibus

vendidos no mercado internacional, o vice-presidente da Anfavea falou que o momento é semelhante ao que acontece no mercado de caminhões, que vem enfrentando restrições acentuadas nas fronteiras. “Pelo fato de ser uma crise global é natural que as vendas ao mercado externo, que foram negociadas e planejadas com muita antecedência, sejam canceladas neste período de crise”, disse Bonini. “Sabíamos que haveria risco e a área de logística das montadoras fizeram o possível para tentar mitigar este problema.”

A partir de abril a expectativa do vice-presidente da Anfavea é a que as exportações de ônibus tendem a se reduzir drasticamente até que se consiga regularizar produção. “É de se esperar um atraso no embarque e como serão diluídas as entregas vai depender da reação da capacidade da indústria.” ■



www.comilonibus.com.br
@comilonibusoficial
/comilonibus

Mercedes-Benz mantém liderança de vendas com o ônibus OF 1721

Com 3.533 veículos emplacados em 2019, 23% a mais que no ano anterior, o modelo urbano OF 1721 foi o mais vendido do Brasil pelo sétimo ano consecutivo

SONIA MORAES



O modelo OF 1721 respondeu por cerca de 17% do total de ônibus vendido em 2019

As renovações e ampliações de frota para o transporte coletivo urbano de grandes capitais, como em Curitiba e Rio de Janeiro, puxaram as vendas do chassi OF 1721 da Mercedes-Benz em 2019. O emplacamento de 3.533 veículos no ano passado, que foi 23% superior às 2.875 unidades comercializadas em 2018, garantiu a este modelo o destaque de o mais vendido do Brasil pelo sétimo ano consecutivo.

“O OF 1721 reafirma a sua posição de best-seller do mercado brasileiro, com sete anos de ampla preferência dos clientes. Somente o OF 1721 respondeu por cerca de 17% de todo o volume de ônibus

comercializado em 2019 no país, que superou as 20.700 unidades no segmento acima de oito toneladas de PBT, considerando todas as marcas e modelos de urbanos e rodoviários”, diz Walter Barbosa, diretor de vendas e marketing ônibus da Mercedes-Benz do Brasil. “Com isso, o OF 1721 contribui de forma importante para nossa expressiva participação de 76% nas vendas de ônibus urbanos, o que reforça a liderança absoluta da marca nesse segmento.”

A preferência pelo ônibus OF 1721, segundo Barbosa, deve-se a diferenciais amplamente reconhecidos no mercado, como

alta performance, menor consumo de combustível do segmento, baixo custo operacional, ampla disponibilidade e confiabilidade no transporte de passageiros, alto valor de revenda e rede de concessionários dedicada, onde o cliente tem facilidade de encontrar peças de reposição.

Além do transporte urbano de passageiros, o chassi OF 1721 atende as demandas de clientes que atuam com frete contínuo, como o transporte de funcionários, e frete eventual, em caso de grupos de turistas. Também é indicado para o transporte rodoviário de curtas distâncias.

Desenvolvido para receber carrocerias de até 13,2 metros,

o OF 1721 vem equipado com o motor eletrônico OM-924 LA de quatro cilindros, de 208 cv de potência a 2.200 rpm e torque de 780 Nm de 1.200 a 1.600 rpm. Este motor é referência pela economia no consumo de combustível e por um alto torque em baixas rotações.

Além da tradicional configuração com suspensão metálica, o OF 1721 é oferecido também com suspensão pneumática. Entre os itens de série incluem-se o freio-motor Top Brake, sistema de freio ABS, caixa de mudanças G 85 de sei marchas com radiador de óleo, polia adicional para ar-condicionado e conexão para extração de dados

de telemetria (FMS). A lista de opcionais conta com itens como tacógrafo digital e retarder.

O OF 1721 também vem equipado, de série, com o EIS – sistema de desligamento automático do motor. Se o ônibus está parado, porém com motor ligado, câmbio no ponto morto e freio de mão acionado, numa situação que perdure por um longo período – por exemplo, quatro minutos – sem que o motorista acelere o veículo ou acione o freio de serviço, o sistema entra em ação e automaticamente desliga o motor.

Esta é uma situação bastante comum em garagens, rodoviárias, terminais urbanos e pontos de parada. Nessas circunstâncias, o EIS desliga sozinho, proporcionando economia no consumo de combustível, além de reduzir as emissões de poluentes e de ruídos. Esta solução acaba por contribuir para a conscientização do motorista



quanto à necessidade de se desligar o motor se o veículo ficar parado por um tempo prolongado.

Em 2019, a Mercedes-Benz manteve a liderança nas vendas de ônibus no Brasil.

Walter Barbosa: “O OF 1721 contribui de forma importante para a participação de 76% da marca nas vendas de urbanos”

No acumulado do ano, a empresa emplacou 11.150 veículos, volume 50% superior às 7.460 unidades do mesmo período de 2018. Com isso, conquistou 54% de participação de mercado no segmento acima de 8 toneladas de PBT.

Com o emplacamento de 6.723 ônibus em 2019 – que é 45% superior aos 4.636 veículos vendidos no ano anterior –, a empresa assegurou a liderança em modelos urbanos com 76% de market share.

No segmento rodoviário, o primeiro lugar da Mercedes-Benz foi consolidado com 54% de participação de mercado, com o emplacamento de 2.024 veículos e crescimento de 12% no volume de vendas frente às 1.805 unidades do mesmo período de 2018. ■

transporte

Todos os modais MODERNO

Visibilidade para seus produtos e serviços.

TECHNI
bus
TRANSPORTE COLETIVO
E TRÂNSITO

11-5096.8104

Ofereça uma viagem
com mais conforto



www.elber.ind.br | 47 3542-3000 | elber@elber.ind.br
f/elbergeladeiras | @elbergeladeiras | 47 3542-3000

Fretamento contínuo registra recuperação gradual

Além de trazer benefícios aos trabalhadores e às empresas, o transporte por ônibus fretados afeta positivamente o meio ambiente e qualidade de vida nas cidades

MÁRCIA PINNA RASPANTI



Volvo disponibiliza 46 linhas de transporte por fretamento para 2,5 mil funcionários

Depois de sofrer com os impactos negativos da crise econômica, o setor de fretamento começa a sentir um gradual aquecimento do mercado. O fretamento contínuo depende da retomada das contratações, principalmente na indústria e nos grandes varejistas. Os bons resultados da indústria automobilística em 2019, em especial dos veículos comerciais, dão um novo fôlego ao segmento.

As vantagens do fretamento em termo de mobilidade urbana são inegáveis. A maior parte das grandes cidades enfrenta dificuldades em desenvolver meios que diminuam a quantidade de veículos em circulação, o que traz consequências graves para a economia e a qualidade de vida da população: congestionamentos, poluição

ambiental, encarecimento dos custos de transporte. Dados do Observatório das Metrópoles registrados entre os anos de 2002 e 2012 revelaram que, enquanto a população brasileira aumentou 12,2%, o número de veículos apresentou um crescimento de 138,6%.

Para o presidente da Federação das Empresas de Transportes de Passageiros por Fretamento do Estado de São Paulo (Fresp), Milton Zanca, é preciso uma mudança de cultura e, principalmente, um novo olhar para questões como o fretamento. “Quanto mais instituições incentivarem este tipo de transporte, maiores serão benefícios em todos os âmbitos, já que ele contribui com a redução da poluição, com o número de acidentes, com o excesso

de carro e proporciona qualidade de vida do colaborador, que reflete no seu trabalho”, acredita.

MONTADORAS – Ricardo Nanami, diretor de RH do Grupo Volvo América Latina, afirma que fortalecer o cuidado com as pessoas e construir uma relação de confiança é essencial. A empresa incentiva o transporte por fretamento entre seus funcionários e reforça que os benefícios são ponto chave para empresa, colaborador e município. “As pessoas estão no centro de tudo o que a Volvo faz. Somos orientados para o cuidado com as pessoas e na construção de uma relação de confiança. Isso tem se fortalecido cada vez mais ao longo dos últimos anos com nossos funcionários, nossos clientes, com a sociedade de uma forma geral”, pontua.

A Volvo conta com 46 linhas de transporte no primeiro turno e 23 linhas no segundo turno da fábrica de Curitiba. Oferece ainda mais 21 linhas no centro de distribuição de peças, localizado em São José dos Pinhais, que cobrem as demandas diárias de cerca de 2,5 mil funcionários. Nos trajetos com menor número de passageiros, são utilizados micro-ônibus e vans. “Com esta ampla abrangência e qualidade nos serviços temos um nível alto de utilização do transporte, incentivando o uso coletivo do transporte. O funcionário tem apenas um custo simbólico no transporte diário de casa até a empresa. É apenas uma fração do custo que a empresa paga por este serviço, gerando uma economia

mensal substancial no orçamento dos funcionários, principalmente para aqueles que residem em locais mais distantes”, enfatiza.

Nanami explica que além de garantir conforto e a segurança dos colaboradores no trajeto diário entre a casa e o trabalho, o transporte coletivo por ônibus evita que os estacionamentos fiquem cheios e os veículos sejam deixados na rua, colocando em risco funcionários. “Na questão ambiental temos menos veículos circulando na cidade, menos congestionamentos, menos poluição e uma importante contribuição para melhorar a mobilidade urbana”, completa.

Atualmente, 52% dos funcionários da montadora são cadastrados no sistema de transporte, gerando benefícios para ambos os lados. “Os funcionários são transportados em veículos confortáveis, seguros e de qualidade, e chegam ao trabalho mais descansados e despreocupados, sem o estresse tradicional do trânsito. O transporte melhora a disposição, evitando a fadiga e colabora na economia de gastos com gasolina, manutenção do veículo, entre outros itens.”

“À medida que a produção cresce, aumentamos esse serviço. Atualmente, estamos trabalhando em dois turnos na produção de caminhões, um turno na produção de ônibus e três turnos na produção de cabines. O serviço é voltado para todo esse conjunto, com itinerários que atendem os funcionários em todas as regiões da cidade. O serviço de ônibus também serve de transporte para todos os armazéns de peças e centros de logística das diversas áreas de negócios da Volvo”, acrescenta.

A Scania também disponibiliza serviço de ônibus fretados aos funcionários, abrangendo a 12 cidades: São André, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Rio Grande da Serra, Ribeirão Pires, Suzano, São Paulo, Santos, Guarulhos e Itaquaquecetuba. “Mais de 50% dos nossos colaboradores são transportados pelos veículos de fretamento.

São aproximadamente 50 ônibus e 25 vans que operam nos três turnos de produção. Atualmente o fretamento é realizado pela empresa Piracicabana”, afirma Márcio de Almeida Silva, responsável pela área de mobilidade interna na Scania.

Silva informa que houve aproximadamente 15% de crescimento de usuários do serviço. “Aproveitamos esta demanda como uma oportunidade para criar novas linhas, redimensionar os trajetos que aproveitam o desenvolvimento urbano, por exemplo, linhas expressas pelo Rodoanel”, conta.

“A principal vantagem é o conforto de nossos colaboradores, que chegam para o início do trabalho menos estressados com o trânsito, também de grande importância para a questão da mobilidade urbana. Com a utilização dos ônibus, proporcionamos a redução dos números de veículos particulares nas ruas e avenidas da cidade. Temos uma pequena coparticipação de nossos colaboradores”, explica Silva.

A Mercedes-Benz do Brasil oferece o serviço de fretamento para mais de oito mil funcionários em todas as suas fábricas, operando com um número de aproximadamente 170 veículos da marca. Nos últimos anos, o percentual de utilização do transporte foi de 88%, mantendo a média dos anos anteriores.

As maiores vantagens na utilização do fretamento por parte dos funcionários da empresa são: satisfação dos colaboradores no quesito conforto e segurança, maior facilidade no fluxo de chegada e saída. Segundo a montadora, o valor do transporte fretado é custeado parcialmente pela empresa e pelo funcionário com um valor fixo mensal.

MERCADO – Em 2019, o segmento de fretamento ultrapassou, de acordo com dados da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), a marca de 22 mil ônibus licenciados, operados por seis mil

empresas. Conforme a ANTT, somada toda a frota licenciada no segmento rodoviário de passageiros, que inclui a linha regular, fretamento e semiurbano, com pouco mais de 33,1 mil ônibus, o segmento de fretamento ultrapassa 65% do total, evidenciando sua importância ao setor.

O fretamento é um pilar importante do mercado de ônibus rodoviários. Em 2019, a Volvo comercializou mais de 160 ônibus, representando cerca de 40% das entregas no segmento rodoviário. Segundo Nanami, a retomada econômica do Brasil, sustenta a necessidade de aumento da frota de ônibus vocacionados ao serviço de fretamento. “Um exemplo é o setor da indústria, que emprega milhões de pessoas e demanda um expressivo número de ônibus em suas linhas dedicadas ao transporte de funcionários. A cada aumento de capacidade produtiva, puxada pela implantação de novos turnos de produção, há boas perspectivas para aumento das vendas no segmento”, destaca.

Na avaliação do executivo, outro importante ponto é a combinação de dois fatores ligados a outro modal de transportes, o aéreo, que passa por uma reorganização, após saída de companhias aéreas. Isso causou menor oferta de voos e aumento no preço das passagens, colocando o ônibus como uma boa alternativa. “Há também uma depreciação cambial que incentiva o turismo doméstico no Brasil, reforçando perspectiva positiva para o segmento de fretamento em 2020 e nos próximos anos”, acredita.

De janeiro a dezembro de 2019, a Mercedes-Benz atingiu uma participação de 58% e 701 unidades vendidas no segmento de fretamento. No primeiro bimestre deste ano, a marca mantém a posição de liderança alcançando 52% de market share, com 92 unidades entregues. Para a Scania, a participação do fretamento no volume de emplacamentos de 2019 representou cerca de 15% do total de modelos vendidos. ■

Metas ambientais são desafios para as empresas de São Paulo

Sindicato questiona a viabilidade do cumprimento do cronograma de redução de poluentes, estabelecido nos novos contratos de concessão

MÁRCIA PINNA RASPANTI



operadoras precisam reduzir em 90% a emissão de materiais particulados em dez anos, e em 95%, em 20 anos. Também as emissões de óxidos de nitrogênio terão que ser minimizadas em 80% em dez anos, e em 95% em 20 anos.

De acordo com Christovam, haveria necessidade de introduzir modelos totalmente elétricos para cumprir o cronograma estabelecido. As dificuldades seriam disponibilidade dos fabricantes em fornecer os veículos nos modelos e na quantidade necessários. “Importar os ônibus também não é a solução, pois, além do custo elevado, os modelos precisam ser desenvolvidos para a nossa realidade, com vias em condições precárias e operação intensa”, pondera. Além disso, é necessário criar uma estrutura de fornecimento e abastecimento para a frota.

Alternativas como o gás, seja o GNV ou o biometano, e o HVO, também estão sendo avaliadas. Delfim Ignácio Santos Abreu Filho, assessor técnico para assuntos de tecnologia do SPUrbanuss, afirma que ainda não há produção suficiente desses combustíveis para atender à demanda do transporte público de São Paulo. O HVO tem sido a opção mais bem vista pelas montadoras e pelas operadoras por não depender de alterações nos motores dos veículos.

O ECB Group assinou, em fevereiro de 2019, um memorando de entendimento com o governo do Paraguai para investir no país vizinho mais de US\$ 800 milhões em unidade de diesel e querosene de aviação renovável, e iniciar a produção de HVO

O processo de licitação do transporte por ônibus da capital paulista foi concluído em 2019, e os novos contratos entraram em vigência em setembro do ano passado. Desde então, o Sindicato das Empresas de Transporte Coletivo Urbano de Passageiros de São Paulo (SPUrbanuss) tem buscado discutir junto às 24 empresas ganhadoras dos 32 lotes dos sistemas estrutural e de articulação regional todos os aspectos das novas regras estabelecidas pelo poder público. O maior obstáculo está na área ambiental, com as metas anuais de redução de poluentes.

A nova concessão prevê que o sistema de ônibus inicie o processo de renovação ambiental gradual da frota nos próximos 15 anos, conforme estabelece a Lei No. 16.802 de 2018, conhecida como Lei de Mudanças Climáticas. Segundo o consultor contratado pela SPUrbanuss, Olímpio Álvares, as renovações anuais devem representar uma dificuldade. Simulações apresentadas pelo especialista demonstram que para atender aos resultados estabelecidos ano a ano, será necessária uma grande frota de ônibus

elétricos puros logo nos primeiros anos dos novos contratos. Outras tecnologias, como o diesel hidrogenado, gás natural veicular (GNV) e o biometano comporiam a transição de redução de poluentes, mas ainda não há quantidade suficiente para atender a demanda.

Segundo Francisco Christovam, presidente do SPUrbanuss, as exigências para a redução de emissão de poluentes no transporte público por ônibus são quase impossíveis de serem cumpridas dentro do tempo estabelecido. O motivo é que não há disponibilidade de ônibus movidos a energias alternativas à venda, em número suficiente e no prazo definido, para atender às necessidades das empresas. Christovam se refere às opções disponíveis no cenário nacional, como eletrificação, gás, HVO (Hydrotreated Vegetable Oil), um biocombustível obtido a partir de óleos vegetais ou gorduras animais.

Os novos contratos determinam que as empresas deverão atingir 50% de redução de dióxido de carbono (CO₂) em dez anos, e totalmente em 20 anos. Além disso, as

em 2022. Entretanto, a produção de HVO no Paraguai já estaria, segundo Abreu Filho, quase totalmente vendida para os Estados Unidos.

O SP Urbanuss está realizando reuniões com os principais players do mercado em busca de soluções para este impasse. “Estamos engajados nessa iniciativa de reduzir as emissões, mas infelizmente não temos condições de cumprir o cronograma estabelecido pelo poder público. Estamos tentando mostrar que não é possível atingir essas determinações nos prazos estabelecidos”, explica Christovam.

OUTRAS DIFICULDADES – Além das questões ligadas à legislação ambiental, o SPUrbanuss estabelece outros desafios a serem vencidos em 2020: estimular parceria entre o setor público e iniciativa privada, valorizar o transporte coletivo urbano de passageiros, utilizar veículos modernos e adequados, capacitar técnicos e pessoal de operação, investir em infraestrutura, implantar sistema de monitoramento e controle da frota, criar sistemas de comunicação com os usuários, investir na mudança da imagem dos serviços, melhorar nível de governança das concessionárias, conscientizar governantes e tomadores de decisão, mudar o discurso dos formadores de opinião, regulamentar novas tecnologias e evitar concorrência predatória.

No cenário político e econômico, a reforma tributária pode impactar negativamente o setor, na avaliação da entidade, pois pode resultar no corte de isenções que hoje beneficiam as empresas. No transporte urbano de passageiros, que já vive uma situação de crise crescente, os custos poderão sofrer maiores pressões que resultarão em aumentos da tarifa ou dos subsídios. Outra questão é relativa às novas tecnologias, como os aplicativos de transporte. Os contratos permitem que as empresas façam serviços complementares de transporte. “Isso pode ser uma porta para entrarmos nesse nicho do mercado”, diz o



Francisco Christovam: “Infelizmente não temos condições de cumprir o cronograma estabelecido pelo poder público”

presidente do SP Urbanuss.

Segundo Christovam, uma importante demanda do setor junto ao poder público é relativa aos investimentos em infraestrutura, principalmente nas vias, pontos, abrigos e terminais. “É fundamental ampliar os corredores e faixas exclusivas para ônibus. Hoje, os corredores têm apenas 130 quilômetros, e as faixas exclusivas, 500 quilômetros. O Expresso Tiradentes, que é o BRT da cidade, conta somente com oito quilômetros”, destaca o presidente da SPUrbanuss. Em 2019, a frota de 14 mil ônibus transportou 2,6 bilhões de passageiros. Na divisão dos modais coletivos, enquanto o metrô realiza 24% das viagens diárias, e os trens, 15%, os ônibus ficam com a maior fatia, 61%, ou 9,5 milhões de viagens diárias

O programa de compliance é outra exigência dos novos contratos de concessão. “Esse programa deverá conter, no mínimo, um código de ética e de conduta, definindo o comportamento esperado de todos os empregados e dirigentes das concessionárias, incluindo princípios e valores da empresa, proibição de oferta de vantagem indevida a servidores públicos, proibição da prática de fraudes em licitações e contratos com a administração pública e garantia de sua atualização periódica”, informa Christovam. A proposta é desenvolver

o modelo de forma coletiva, entretanto, cada empresa deve ser seu próprio programa. A entidade conta com apoio da Associação Nacional de Transportes Públicos (ANTP) e da Associação Nacional das Empresas de Transportes Urbanos (NTU).

Para Christovam, os novos contratos são muito complexos e exigem que as empresas entendam todas as normas a que são submetidas. “São difíceis de serem geridos. Para fazer essa gestão, montamos um grupo de trabalho que discute e analisa cada ponto dos contratos. O programa de compliance e as questões ambientais são desafios que precisam ser superados. Estamos trabalhando para isso. Uma das inovações implementadas é a multa calculada por tarifa, em caso de descumprimento das regras. Isso ‘quebra’ as empresas do ponto de vista econômico”, detalha.

Para Christovam, é urgente melhorar a comunicação do setor com a população. O SPUrbanuss anunciou que, no final de março, a NTU vai divulgar uma grande campanha nacional em defesa do transporte público e coletivo, sob o lema “O Brasil é Coletivo”. “É importante mostrar a importância do setor, sua evolução e a constante busca das empresas para oferecer os melhores serviços para os passageiros”, afirma. ■

Londrina moderniza sistema de transporte

Após o processo de licitação, as empresas operadoras investem em novos ônibus e inovações tecnológicas desenvolvidas pela Transdata

MÁRCIA PINNA RASPANTI



Com o início do contrato, 65 novos ônibus foram incorporados à frota da Londrisul

Em dezembro do ano passado, foram assinados os novos contratos de concessão do transporte público de Londrina, no Paraná, válidos por 15 anos. O processo licitatório foi realizado no decorrer de 2019 pela Companhia Municipal de Trânsito e Urbanização (CMTU). O modelo adotado determina renovação da frota, tecnologia embarcada, soluções de ITS (sistemas inteligentes de transporte) e investimentos em infraestrutura. As empresas vencedoras foram a Transportes Coletivos Grande Londrina (TCGL) e a Londrisul.

O sistema do transporte coletivo de Londrina é dividido em duas áreas, sendo que a área 1 corresponde a 65% da malha e a área 2 a 35%. A TCGL, responsável pela área 1, agora conta com 244 ônibus para servir 84 linhas. Já a concessionária Londrisul fica encarregada da área 2 com 135 veículos distribuídos

em 50 linhas. As empresas serão responsáveis pelos terminais de integração em suas áreas. No que se refere à infraestrutura, a CMTU concluiu em 2019 a compra de 500 pontos com cobertura e bancos que visam melhorar as condições de espera dos coletivos.

Com o início do contrato, 65 novos ônibus foram incorporados à frota, sendo 14 com ar-condicionado e diversas ferramentas de tecnologia embarcada. Do total, 54 veículos pertencem à Londrisul e seis são equipados com ar-condicionado. Os veículos adquiridos pela TCGL somam 11 unidades, sendo oito refrigerados. A internet por wi-fi será oferecida em toda a frota e nos terminais.

A idade média da frota foi estabelecida em 5,5 anos. Além disso, o convênio ainda prevê a determinação de dez anos de idade máxima para ônibus convencionais e 12 para os articulados. A remuneração

de capital passou a ser vinculada à taxa básica de juros da economia (Selic). Já a antiga taxa de lucratividade, que variava entre 7,5% e 10%, foi substituída pela remuneração por operação. Nesta categoria, foi proposto um percentual de pagamento de até 6% mensurado com base em indicadores de qualidade e produtividade do serviço.

As concessionárias terão de pagar a outorga pela operação do serviço no valor de R\$ 8 milhões, aproximadamente. O montante, que não tem qualquer impacto sobre o valor da tarifa, tem prazo de 60 meses para ser quitado e será revertido totalmente ao sistema.

TECNOLOGIA – Fornecedor da solução de bilhetagem eletrônica da cidade paraense desde 2004, a Transdata foi a responsável pelo projeto de renovação tecnológica do sistema. A empresa entregou 400 validadores online V6 (3G e 4G) para o transporte urbano e mais 150 equipamentos para a região metropolitana.

Os validadores permitem o pagamento por cartões bancários EMV (débito e crédito), aplicativos, smartphone e QR Code, além dos tradicionais cartões de transporte. “Nossa solução possibilita que o operador ofereça ao usuário todas essas possibilidades, suportando inclusive ABT (Account Based Ticketing). Agora, cabe ao gestor do sistema de transporte habilitar essas funcionalidades de acordo com suas necessidades”, explica Rafael Teles, diretor de produtos da empresa. O AtlasPay é a solução com tecnologia ABT

desenvolvida pela Transdata que atua como uma carteira virtual em transações online. Os créditos são previamente inseridos pelo passageiro e utilizados conforme a tarifa.

A Transdata também está implementando a solução de biometria facial para redução das fraudes, que deve estar completamente instalada até o final do semestre. "É importante manter a sustentabilidade do sistema de transporte. Para isso, é fundamental que as pessoas que são portadoras de gratuidades façam o uso correto desse benefício. A biometria reduz sensivelmente as fraudes e os casos de uso inadequado dos cartões, garantindo a arrecadação das operadoras", ressalta Teles.

Os novos contratos definem ainda a implantação de software de gerenciamento operacional, com uma tecnologia que vai permitir que operadores possam intervir à distância, em tempo real, no funcionamento das linhas. A Transdata fornece a ferramenta de georreferenciamento da frota. "Por meio do GPS, o operador tem informações sobre cada embarque de passageiro. Esses dados obtidos por georreferenciamento serão usados pelo poder público para o planejamento urbano", conta Teles.

A renovação tecnológica prevê ainda uma rede de totens de autoatendimento e o cadastro dos estudantes pela internet, via aplicativo. "Isso vai facilitar bastante a vida do usuário. Não haverá mais necessidade de deslocamento aos postos de atendimento. Todas essas inovações buscam atrair os passageiros para o ônibus, afinal os aplicativos de transporte disponibilizam inúmeras opções de pagamento e todas as facilidades para o usuário. O transporte público deve acompanhar essa evolução", lembra Teles. A Transdata também fornece a bilhetagem eletrônica para a Viação Garcia, que realiza viagens entre Londrina e outras cidades do Paraná.

ÔNIBUS – Com o início do contrato, 65 novos ônibus foram incorporados à frota, sendo 14 com ar-condicionado. Do total, 54 pertencem à Londrisul e seis são equipados com equipamento de refrigeração. Os veículos adquiridos pela TCGL somam 11 unidades, sendo oito refrigerados. A internet por wi-fi será oferecido em toda a frota e nos terminais.

A Londrisul, que faz parte do Grupo Garcia-Brasil Sul (GBS), investiu R\$ 30 milhões para aquisição e adaptação da frota que totaliza 145 veículos,

disponíveis para a operação de 50 linhas e mais 11 compartilhadas. Todos os ônibus oferecem internet, sistema de rastreamento (ITS), bilhetagem eletrônica com cartão de crédito e débito, além de outras formas de pagamento, e aplicativo para consulta de horários e chegada dos veículos em tempo real.

A frota recebeu nova configuração de layout e cor. Os chassis são da Mercedes-Benz e a carroceria da Marcopolo, do modelo Torino, motor dianteiro e traseiro, e Senior. A idade média da frota da empresa é de 3,7 anos. A empresa atua na zona sul de Londrina, em rotas que incluem o shopping Catuaí, a Faculdade Unopar/Pitágoras e o bairro Gleba Palhano. Para atender a operação, foram contratados 170 novos colaboradores, sendo 140 vagas para motoristas. Desta forma, o quadro de funcionários passou para 420.

A Londrisul investe em soluções logísticas para melhorar o fluxo de transporte dos usuários. Um exemplo é a criação de linhas com a chamada 'integração ideal' para atendimento dos distritos rurais da zona sul do município. Os veículos que partem destas localidades fazem paradas em terminais importantes como Irerê e Acapulco, e seguem até o terminal central, o que permite viagens mais rápidas e dispensa a necessidade de transbordo.

A empresa atende três linhas no serviço Psiu, uma modalidade diferenciada de transporte coletivo, que utiliza veículos menores. Os ônibus são equipados com ar-condicionado, bancos estofados, cortinas, wi-fi e TV a bordo. Para maior comodidade dos usuários, os ônibus Psiu fazem paradas para embarque e desembarque fora dos pontos tradicionais, de acordo com a solicitação dos passageiros.

A Londrisul realiza 3,7 mil viagens diárias nos dias úteis e, com a nova operação passou a percorrer 740 mil quilômetros mensais, com atendimento médio de 1,03 milhão de passageiros por mês. ■



Os ônibus do serviço Superbus operam em linhas específicas de Londrina



Volvo vende 27 ônibus para a Viação Gato Preto

O ônibus urbano B250RLE tem motor de 250 cv de potência e tecnologia mais avançada do que os modelos anteriores

SONIA MORAES

A Volvo amplia sua participação no transporte público de São Paulo com a venda de 27 ônibus para a Viação Gato Preto, empresa que opera 44 linhas na região sudoeste da cidade.

Os novos ônibus Volvo B250RLE já estão em operação e integrados aos 400 veículos que a empresa mantém em sua frota. Estes veículos percorrem 2,2 milhões de quilômetros por mês, entre corredores exclusivos e dentro dos bairros, transportando aproximadamente seis milhões de passageiros mensalmente, sendo os modelos Volvo responsáveis pelo transporte de 1,5 milhão de usuários, segundo Andrea Trentim, da Viação Gato Preto.

Os veículos adquiridos pela empresa têm motor de 250 cv de potência, com tecnologia ainda mais avançada do que os modelos anteriores, segundo Paulo Arabian, diretor comercial de ônibus Volvo no Brasil. "Os novos ônibus Volvo destinam-se a linhas com topografia variada, com distâncias entre 10 e 40 quilômetros.

Algumas delas chegam a movimentar 20 mil passageiros por dia. Com maior eficiência, realizam o mesmo trabalho, porém com menor consumo de combustível", observa Arabian.

Os ônibus Volvo se destacam por ser um produto robusto e eficiente e a marca tem como principal diferencial a disposição em melhorar o produto continuamente e fazer treinamentos para manutenção e operação, segundo a executiva da Viação Gato Preto. "São diferenciais que contribuem para manter a Gato Preto como empresa inovadora e dedicada em fazer a melhor operação e manutenção possível, transportando seus passageiros com conforto e segurança", comenta Trentim.

A nova venda contou com a participação da Volvo Financial Services, que financiou o lote de 27 veículos por meio do Banco Volvo. Com este negócio fechado com a Viação Gato Preto, a fabricante de Curitiba reforça sua presença em São

Paulo, com quase 200 ônibus entregues a vários operadores.

Para manter o serviço no transporte público, a Viação Gato Preto conta com mais de dois mil funcionários responsáveis pela operação que é controlada por duas garagens: uma na Vila Jaguará, que atende o lote AR8 do novo contrato de transporte municipal de São Paulo; e outra no Jaguaré, que atua na área 1 (lotes E1 e AR1) e área 8 (lote AR8).

A empresa dispõe de suporte do concessionário Volvo em São Paulo, a Auto Sueco. "O concessionário atua com o programa Volvo Equipe Dedicada (VED), realizando reuniões periódicas entre os profissionais da Gato Preto e da Volvo para assegurar o bom desempenho da frota da marca", afirma Humberto Costa, gerente de vendas de ônibus Volvo em São Paulo. "Este suporte sempre é bom para nos ajudar a ficar atualizados em relação às melhores práticas de manutenção", afirma a executiva da Viação Gato Preto. ■

Maiores & Melhores DO TRANSPORTE DO TRANSPORTE



24
NOVEMBRO
2020

Transamérica Hotel | SP



Guarde esta data:

Sua empresa pode ser uma das
Maiores e Melhores
do setor de transporte e logística



www.otmeditora.com | otmeditora@otmeditora.com | 55 11 5096-8104



A idade média da frota é de um ano nas operações rodoviárias e 2,7 anos no transporte metropolitano e urbano

Grupo GBS planeja comprar mais 150 novos ônibus neste ano

Em 2020 o grupo prevê faturar mais de R\$ 580 milhões, o que representará um crescimento de 11% em relação ao ano anterior

SONIA MORAES

O Grupo Garcia Brasil-Sul (GBS), que atua no setor de transporte rodoviário de passageiros do sul do país, planeja investir R\$ 100 milhões em 2020 na compra de 150 novos ônibus. Hoje, a idade média da frota é de um ano nas operações rodoviárias e 2,7 anos no transporte metropolitano e urbano.

Para assumir a operação do lote dois

no transporte coletivo de Londrina (PR), cidade-sede do grupo, a empresa investiu R\$ 30 milhões na Londrisul – empresa do grupo focada no transporte urbano –, para a aquisição e adaptação da frota que totaliza 145 veículos, disponíveis para a operação de 50 linhas e mais 11 compartilhadas.

Foram adquiridos 54 novos carros,

que tem sistema de rastreamento (ITS), bilhetagem eletrônica com cartão de crédito, débito e outras formas de pagamento, além de aplicativo para consulta de horários e chegada dos veículos em tempo real.

Desde a criação do grupo GBS, há seis anos, com a fusão das empresas Viação Garcia e Brasil Sul Linhas Rodoviárias, a

diretoria do grupo investe pesado na renovação da frota, que totaliza cerca de 800 veículos.

Outro investimento previsto é a construção da nova garagem-sede da empresa em Londrina, cujo orçamento é de R\$ 40 milhões. “O objetivo é melhorar a eficiência, modernizar as operações e oferecer mais conforto aos colaboradores”, afirma Estefano Boiko Junior, vice-presidente do grupo.

O imóvel, com 100 mil metros quadrados, terá área construída de 16 mil metros quadrados e diferenciais como o uso de energia fotovoltaica, aproveitamento da água da chuva e reuso da água dos lavadores de ônibus. “Com a nova sede, ficaremos preparados para futuras ampliações da operação”, diz Boiko Junior.

ESTIMATIVA – Em 2020 o grupo GBS prevê faturar mais de R\$ 580 milhões, o que representará um crescimento de 11% em relação ao ano anterior. A expectativa positiva da empresa está baseada em investimentos feitos na renovação da frota, em novas linhas, e na ampliação da Londrisul. “O crescimento resulta do nosso cuidado em oferecer cada vez mais conforto, comodidade e segurança aos clientes”, afirma José Boiko, diretor-presidente do grupo.

O Grupo Garcia Brasil-Sul terminou 2019 com uma receita operacional de R\$ 524,32 milhões. O bom resultado é expresso também no Ebitda, que foi de 23,2%. Em relação aos investimentos, no ano passado a empresa aplicou R\$ 116 milhões na aquisição de 175 novos ônibus.

Aos passageiros, o grupo GBS oferece check-in digital, compra de passagens com criptomoedas e embarque prioritário para clientes do serviço cabine-cama. Segundo a empresa, esta modalidade registrou aumento de mais de 200% no fluxo de passageiros entre 2014 e 2019.



Estefano Boiko: “Temos interesse em ampliar a presença nos mercados em que haja sinergia com nossa área de atuação”

Em alguns serviços, a empresa oferece comodidades como poltronas em couro com reclinção de 180°, cortinas individuais, cabeceira de apoio e maior espaço para as pernas. Também são benefícios exclusivos as TV individuais de LCD com 10 polegadas, acesso à internet com plataforma de entretenimento, kit conforto com travesseiro e manta no padrão da rede de hotéis Bourbon, kit lanche e luzes internas que se adaptam conforme o ambiente externo. Para os passageiros de todos os serviços, a empresa oferece acesso à internet e acessibilidade a cadeirantes.

Para as mulheres, os ônibus do grupo oferecem a segurança do Espaço Mulher, que garante a possibilidade de viajar apenas ao lado de outra mulher. Outro diferencial são as salas VIP. Em São Paulo, próximo à rodoviária Barra Funda, a empresa oferta aos passageiros um ambiente exclusivo para descanso, onde há banheiros com chuveiros, guarda-bagagens, wi-fi, água e café. Em Londrina, a sala VIP é um espaço climatizado

e equipado com wi-fi e água. Ambas as salas possuem tomadas para carregar equipamentos eletrônicos e informativos digitais com os horários das viagens e anúncios de embarque.

Diante da publicação da resolução 71 da Agência Nacional dos Transportes Terrestres (ANTT), que estabelece princípios como livre concorrência, liberdade de preços, de itinerário e de frequência ao setor, o diretor-presidente do grupo GBS considera que o investimento em qualidade e ganhos de eficiência são fundamentais para manter a empresa competitiva.

A direção do grupo avalia que a abertura completa do mercado pode afetar os direitos dos usuários, como a garantia de frequência mínima, de itinerários e horários. “As empresas regulares garantem esses direitos, pois operam nos mesmos horários e itinerários independentemente do fluxo de passageiros”, compara Boiko Junior.

Para o Grupo GBS, a mudança traz desafios, mas também oportunidades. “Temos interesse em ampliar a presença nos mercados em que haja sinergia com nossa área de atuação”, diz o vice-presidente.

ATIVIDADES – O grupo GBS, que tem a sua sede em Londrina, é formado pelas empresas Viação Garcia, Brasil Sul, Princesa do Ivaí e Londrisul. Atualmente gera 2.485 empregos diretos e atende aos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Mato Grosso do Sul e Minas Gerais, transportando em média 21 milhões de pessoas por ano. A atividade principal do grupo é o transporte rodoviário intermunicipal e interestadual de passageiros. A empresa atua também nos segmentos de fretamento a indústrias, turismo, transporte de encomendas rápidas, transporte urbano e metropolitano de passageiros. ■

SEMINÁRIO NACIONAL NTU 2020



LAT.BUS TRANSPÚBLICO

Feira Latinoamericana
do Transporte



Iniciativa



Organização



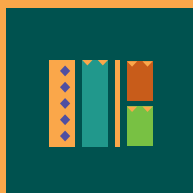
Apoio editorial



NTUrbano

11 — 13 AGOSTO — 2020

SÃO PAULO TRANSAMERICA EXPO CENTER SP



Marque na agenda!



11 5096-8104



eventos@otmeditora.com



www.otmeditora.com

VIA amplia o serviço por aplicativo no transporte público

Depois de Goiânia e Fortaleza, a empresa vai implantar a plataforma digital do CityBus no Distrito Federal em abril

SONIA MORAES

A VIA, empresa que oferece tecnologia para o transporte público sob demanda, está acelerando os contatos para ampliar sua presença no Brasil. Depois de estreitar em Goiânia em fevereiro de 2019 com o CityBus 2.0 em parceria com a HP Transportes, que atua na região metropolitana daquele estado, e de lançar o Top Bus+ em Fortaleza, em dezembro do ano passado, a empresa vai implantar em abril deste ano a plataforma digital no Distrito Federal, o

CityBus DF, que inicialmente terá os miniônibus circulando na região de Samambaia, Recanto das Emas e Riacho Fundo II. A operação será feita pela Urbi Mobilidade Urbana, empresa do grupo HP Transportes. "Já temos contratos fechados ou estamos em via de fechamento com outras capitais e grandes cidades do Brasil", afirma Leandro Aliseda, country manager da empresa no Brasil, sem dar detalhes dos novos negócios.

A meta da VIA é que o novo modelo de transporte por meio de aplicativo tenha grande abrangência nas cidades brasileiras e dentro destas cidades se amplie o serviço. Em Goiânia a empresa começou a operar em fevereiro de 2019 com 15 veículos, depois passou para 40 miniônibus no fim do ano, prestando serviço a 80 mil clientes cadastrados. Em março o número de carros aumentou para 60 e a expectativa é de chegar a 100 veículos até a metade

CITYBUS 2.0 COMPLETA UM ANO COM 80 MIL CLIENTES

O CityBus 2.0, primeiro transporte público coletivo sob demanda da América Latina, completou seu primeiro ano de serviço em fevereiro na cidade de Goiânia. A iniciativa da HP Transportes e da VIA é resultado de uma longa jornada de inovação com o objetivo de transformar o transporte público coletivo e contribuir para a melhoria da mobilidade urbana da cidade.

O serviço começou em período de testes com 15 miniônibus abrangendo 11 bairros do centro da capital. Em julho a operação do CityBus 2.0 foi consolidada com a sua primeira expansão para mais 13 bairros, passando a atender um perímetro de aproximadamente 40,8 quilômetros quadrados. Em novembro, mais cinco bairros foram contemplados com nova expansão, passando o serviço a abranger uma área total de 43 quilômetros.

Durante um ano, a frota do CityBus 2.0, composta por 40 miniônibus percorreu uma distância total de 1.172.095

quilômetros. Nesse período, estima-se que o serviço tenha retirado 6.500 veículos das ruas da capital de Goiás, já que 81% dos clientes do CityBus 2.0 vieram de modos individuais (carro, moto, apps e outros), segundo apurou pesquisa realizada por discentes de mestrado em Transportes da Universidade Nacional de Brasília (UNB), comprovando a tendência de troca de carros e transporte individual pelo serviço coletivo por aplicativo.



Além dos modelos da Mercedes Benz, novos veículos das marcas Renault, com 14 lugares, e Citroën, com oito lugares, também passarão a fazer parte da frota. Ainda no primeiro semestre deste ano novos bairros devem ser atendidos em uma nova expansão.

"Assim como as outras expansões e todas as melhorias que fizemos partiram dos pedidos e sugestões dos nossos clientes, estamos estudando os setores com maiores solicitações para viabilizar a ampliação da operação", afirma Hugo Santana, diretor de transportes da HP Transportes.

O CityBus 2.0 pode ser considerado um serviço de esquina a esquina, já que o cliente precisa se deslocar, em média, 130 metros para encontrar o transporte no ponto virtual de embarque e desembarque. "Como o serviço é coletivo, o

Hugo Santana: "Estamos estudando os setores com maiores solicitações para viabilizar a ampliação da operação"

deste ano. “À medida que vai aumentando a quantidade de usuários, vai expandindo a área de abrangência do serviço. Mas a cidade de Goiânia tem potencial para ter mais de 250 veículos operando por meio de aplicativo”, diz Aliseda.

Em Fortaleza, o TopBus+ funciona desde dezembro do ano passado com 18 carros e já está em processo de expansão. Lá a VIA tem acordo com o Sindicato das Empresas de Transporte de Passageiros do Estado do Ceará (Sindiônibus), a contratante do serviço que representa 17 empresas que operam o transporte coletivo urbano e metropolitano.

O principal atrativo deste serviço, em relação ao transporte coletivo convencional é o valor da tarifa que, segundo Aliseda, tem ficado em média entre uma vez e meia a duas vezes menor que a cobrada no transporte público e de 25% a 30%



Goiânia tem potencial para ter mais de 250 veículos operando por meio de aplicativo

mais barato do que as viagens com aplicativo individual. “O pagamento pode ser feito com cartão de débito, de crédito ou em dinheiro para o motorista”, informa o executivo. “É um meio de transporte muito

interessante quando está dentro do que a gente chama de micromobilidade, que são distâncias de até cinco quilômetros”, observa Aliseda.

Com a plataforma digital é possível

cliente tem que se deslocar alguns metros para aguardar o transporte. Isso garante viagens mais rápidas em percursos mais otimizados. Durante o dia são apenas alguns passos, às vezes menos até do que costumamos andar entre o local em que estacionamos o carro e nosso destino. E à noite ainda tentamos reduzir essa distância para melhorar a segurança dos passageiros”, observa Santana.

MELHORIAS – À medida que o serviço foi se desenvolvendo, os miniônibus foram aperfeiçoados a partir da vivência e das sugestões dos clientes. Os veículos com assentos confortáveis e ar-condicionado ganharam carregadores de tomada e USB para celulares e câmeras de segurança para monitoramento das viagens, oferecendo segurança para motoristas e clientes. Os passageiros passaram a contar duas possibilidades, como o tempo estimado de chegada para escolher e poder planejar sua viagem com antecedência, e

o incremento do serviço aos domingos.

O serviço já registra 80 mil clientes cadastrados nas plataformas iOS e Android e seu app tem excelente avaliação nas lojas virtuais, 4,8, assim como o serviço, com avaliação dos clientes em 4,9, numa escala de 1 a 5 estrelas. Entre os itens mais bem avaliados estão a conduta dos motoristas, que permanece em primeiro lugar, seguido de conforto e limpeza dos miniônibus, rotas e paradas do trajeto. Além disso, 98% dos clientes indicam o serviço. “Estamos estudando os setores com maiores solicitações para viabilizar a ampliação da operação”, afirma Santana.

Depois de Goiânia, a cidade de Fortaleza implantou em dezembro do ano passado o TopBus+, serviço de transporte público sob demanda similar ao CityBus 2.0, com a iniciativa do Sindicato das Empresas de Transporte de Passageiros do Estado do Ceará (Sindiônibus).

Em abril o CityBus entra em operação no Distrito Federal. “Queremos levar para

o Distrito Federal a experiência do CityBus e uma nova cultura de mobilidade. À medida em que o nosso cliente deixa seu carro em casa e viaja conosco, pode aproveitar o tempo do percurso para trabalhar, ler, conversar, e ainda contribuir para um trânsito melhor na cidade”, comenta Indiara Ferreira, diretora executiva da HP Transportes. Ainda no primeiro semestre deste ano novos bairros devem ser atendidos em uma nova expansão.

“Goiânia, Fortaleza e o Distrito Federal são agora três das quase 100 cidades parceiras da VIA em todo o mundo que fornece transporte público sob demanda. Assim como a Câmara Metropolitana de Transporte Coletivo (CMTC), outros órgãos gestores públicos usam a tecnologia da VIA, como o Metrô de Los Angeles, o Transport for London (TfL), o Transport for New South Wales (TfNSW), de Sydney, e o Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) de Berlim”, afirma Daniel Ramot, co-fundador e CEO da VIA.



Com a plataforma digital é possível agregar várias aplicações ao serviço

agregar várias aplicações ao serviço, como o transporte sob demanda, o corporativo e o escolar e, em alguns casos, substituir o modelo atual de operação do transporte público. “No fim de semana faz mais sentido operar com uma frota flexível e uma rota flexível, do que ter uma rota fixa em que a maior parte dos operadores perde dinheiro, como o serviço prestado na madrugada e aos sábados e domingos, cuja movimentação de passageiros é muito diferente de durante a semana, quando o usuário utiliza o transporte público para ir de casa ao trabalho”, diz Aliseda.

A proposta do CityBus não é substituir a viagem de metrô, de BRT, mas integrar e complementar o sistema de transporte coletivo, além de atrair o passageiro que não tem horário fixo de deslocamento nas cidades com a oferta de um transporte sob demanda. “Hoje 85% dos passageiros do CityBus eram usuários de veículo próprio ou do aplicativo individual”, informa o executivo da VIA.

Aliseda explica que diferente do Uber, o CityBus é um transporte “corner to corner” e não “door to door”. “Por meio do aplicativo ele indica ao usuário o local mais



Para este serviço em Goiânia estão sendo utilizadas vans Sprinter de 14 lugares

próximo que o miniônibus vai passar.”

O tipo de veículo utilizado pelo CityBus depende da demanda em cada cidade. “Para este serviço estão sendo utilizadas vans Sprinter de 14 lugares, mas conforme o horário pode se usar miniônibus de 35 lugares ou ônibus maiores”, afirma o country manager da VIA. “É um transporte que oferece segurança ao usuário, pois é fiscalizado e gerido pelo poder público. O veículo tem identificação diferenciada por cores e o motorista é treinado.”

O executivo da VIA avalia como muito próspero este mercado, diante das transformações que deverão ocorrer no transporte público. “A grande mudança é que o empresário deixará de ser um gestor de ativos e passará a administrar o passageiro”, prevê Aliseda.

Dentro do seu plano de expansão na América Latina a VIA tem programado para abril o lançamento do serviço por aplicativo no transporte público de Santiago. “É um grande projeto para a cidade – o Paratransit, que fará o transporte porta a porta de pessoas com mobilidade reduzida, com veículos adaptados”, afirma Aliseda.

ATIVIDADES – A VIA iniciou suas atividades em 2012 em Nova Iorque e hoje opera em 22 países. Na Austrália o seu serviço está implementado em sete cidades.

Em Nova Iorque a empresa lançou em setembro de 2019 o aplicativo para o transporte de estudantes da rede pública. São 60 empresas independentes contratadas pelo sistema público e 10 mil ônibus operando por meio da plataforma digital. A empresa também tem a sua plataforma digital em operação no transporte o corporativo em várias cidades no mundo.

O aplicativo que controla o serviço de transporte público sob demanda por meio de plataforma digital, é proveniente do centro de desenvolvimento que a VIA mantém em Telavive, onde existe a tecnologia mais avançada do mundo. ■

Praxio lança serviço com foco no turista europeu

Parceria com a Distribution busca expandir a venda de passagens rodoviárias no mercado internacional para trajetos dentro do Brasil

MÁRCIA PINNA RASPANTI

A Praxio firmou uma parceria com a Distribution, uma GDS (Global Distribution System) com atuação na intermediação eletrônica para a reserva de hotéis e passagens em nível mundial, que visa estender o serviço de venda de passagens rodoviárias brasileiras ao âmbito internacional. Com a parceria, passageiros de qualquer país poderão adquirir passagens rodoviárias para trajetos dentro do Brasil, por meio de diversos players mundiais, tal como Booking.com. Assim, estrangeiros interessados em visitar o país poderão comprar suas passagens rodoviárias por sites de reservas.

Segundo a empresa, o objetivo é oferecer uma alternativa prática aos estrangeiros que desejam viajar por estradas brasileiras, possibilitando a compra de passagens juntamente com a reserva de hotéis e outros serviços relacionados ao turismo. Dessa maneira, a parceria procura estimular o turismo rodoviário, dentro da estratégia da Praxio iniciada em 2019, que ampliou as possibilidades de venda de passagens para toda a América Latina. Agora no mercado global, junto da Distribution, o foco será alcançar o público europeu.

Serão comercializadas quaisquer passagens que os clientes da plataforma Praxio disponibilizarem para venda nesses canais, incluindo interestaduais e intermunicipais. “Acreditamos que a criação dessa possibilidade de comercialização revele uma demanda



Valmir Colodrão diz que as empresas brasileiras poderão alcançar o público internacional

interessante, levando em conta a tendência global do turismo de roteiros personalizados, como o mochilão, um segmento que ainda tem muito a ser explorado no Brasil. E as tecnologias de gestão de venda viabilizam isso. Por meio da nossa plataforma, empresas de transporte brasileiras poderão alcançar o público internacional”, afirma Valmir Colodrão, CEO da Praxio.

De acordo com o CEO da companhia, a parceria ainda impulsiona o mercado brasileiro, uma vez que, por meio da tecnologia Praxio, empresas de transporte terão acesso a dezenas de agências virtuais internacionais, bem como plataformas de

mobilidade. O serviço facilita também a aproximação com outros grupos de clientes, permitindo a essas empresas explorar novos fluxos de receita.

“Nosso objetivo é sempre possibilitar conexões que melhorem a operação dos nossos clientes, pensando na experiência dos passageiros de ônibus, desde a pesquisa, passando pela venda dos bilhetes, até o momento do embarque, que já pode acontecer diretamente na plataforma sem precisar ir ao guichê, por exemplo. A parceria com a Distribution é fundamental nessa empreitada. Temos boas expectativas”, informa Colodrão. ■

Infraestrutura prejudica a mobilidade em São Paulo

A capital paulista fica em penúltimo lugar no ranking geral de mobilidade de pesquisa que abrangeu 31 metrópoles nos cinco continentes, mas há indícios de melhoria

MÁRCIA PINNA RASPANTI



O estudo Mobility Futures, da Kantar, avaliou diversos aspectos ligados à mobilidade como o uso de aplicativos de transporte, usuários conscientes, nível de satisfação dos passageiros e índice de viagens compartilhadas. A pesquisa abrangeu 31 cidades em diferentes países e ouviu 20 mil pessoas. Quanto à mobilidade em geral, São Paulo fica em trigésimo lugar, à frente apenas de Nairóbi, capital do Quênia. Johannesburgo, na África do Sul, aparece em 29º lugar. De acordo com o estudo, isso se deve principalmente à infraestrutura pública limitada que dificulta a facilidade de movimentação.

Porém, nem tudo é negativo: a capital paulista está em oitavo lugar no ranking de usuários conscientes. Luciana Pepe, diretora de contas da Kantar, destaca que São Paulo é o lar de alguns dos passageiros mais ecológicos do mundo. “No entanto, ainda há trabalho a ser feito para

melhorar a infraestrutura na cidade. Ela está atrasada no que diz respeito à mobilidade das cidades. E isso se traduz em um nível de infelicidade maior. Mas vale lembrar que todas as cidades são diferentes em relação às suas questões de mobilidade e suas soluções. Entender essas diferenças ajuda”, observa.

Os índices comparativos avaliam as cidades em relação a diversos fatores: população, meio ambiente, economia, transporte público e mobilidade geral. “Analisar as cidades mais bem classificadas para aprender e entender como implementar medidas de mobilidade mais efetivas pode ajudar os governos e municípios a poupar tempo e dinheiro. Também vai ajudá-los e obter discernimentos que nunca teriam imaginado se não fosse pelo nosso ranking de cidades. Pensar de forma mais inteligente e não gastar demais pode ser a forma mais simples de acelerar a transformação da mobilidade”, completa.

A capital paulista também se destaca positivamente no uso de aplicativos, item em que aparece em oitavo lugar. “Isso mostra uma população aberta a usar tecnologia para melhorar a sua locomoção e usar meios alternativos e mais ecológicos de mobilidade. Diretamente, fornecem possibilidade de maior utilização de bicicletas e patinetes elétricos, por meio dos serviços de compartilhamento. Indiretamente, facilitam o planejamento da mobilidade diária dos cidadãos, beneficiando a utilização de transporte público e também o uso mais moderno dos automóveis, com aplicativos para programação de caronas e compartilhamento de trajetos, aplicativos de navegação para melhoria de rotas e para solicitação de táxis”, afirma Luciana Pepe.

“Infelizmente, isso não é o suficiente se não é acompanhado de iniciativas públicas que melhorem a infraestrutura geral. Cidades bem avaliadas geralmente têm um conjunto de pontos positivos que incluem essa infraestrutura, uma cultura maior de compartilhamento e outros fatores que podem influenciar no uso menor de aplicativos”, informa a especialista.

CONTRASTES – As cidades da América Latina analisadas pelo estudo estão atrasadas em relação ao resto do mundo no que diz respeito à mobilidade urbana. A Cidade do México fica em 25º lugar no ranking de mobilidade geral, uma colocação ruim, mas ainda à frente de São Paulo. As duas cidades pontuam significativamente abaixo da média na análise de Kantar. Isso se traduz em passageiros muito infelizes, com as duas

idades se classificando bem abaixo da média no índice de felicidade do passageiro, com São Paulo em 28º lugar e a Cidade do México em 30º, na avaliação da empresa.

As dez cidades que lideram o ranking de mobilidade geral da Kantar são: Berlim, Auckland (Nova Zelândia), Moscou, Nova York, Munique, Milão, Montreal, Varsóvia, Londres e Paris. “A capital alemã está no topo devido às suas viagens econômicas e facilidade de acesso a uma ampla variedade de infraestrutura de transporte público e serviços de compartilhamento de viagens.” Curiosamente, a facilidade de se locomover nem sempre se traduz em atitudes emocionais positivas, quando se trata do índice de felicidade dos viajantes, os residentes de Munique e Berlim não estão entre os dez primeiros colocados, figurando em 12º e 18º lugares. Os passageiros mais satisfeitos são os de Chengdu, na China, e de Jacarta, na Indonésia.

A Kantar também avaliou as maiores cidades do mundo em suas credenciais ambientais em seu índice Green Commuter. Segundo a análise, as cidades asiáticas estão liderando o caminho, com Tóquio ocupando o primeiro lugar, seguida por Pequim e Cingapura. Na Europa, Londres se classifica como o local com passageiros mais ecológicos devido à sua extensa rede ferroviária e subterrânea. No entanto, as cidades alemãs estão ficando para trás no índice Green Commuter, devido a proporções relativamente altas de motoristas solitários em comparação com seus colegas europeus. Munique e Berlim têm uma participação percentual acima da média de motoristas solitários em 30% e 26%, respectivamente.

O estudo apontou ainda a Mobilidade Como Serviço (MaaS, da sigla em inglês) como principal tendência do setor automotivo. Os paulistanos têm uma boa disposição em usar apps para mobilidade, portanto, a aderência ao MaaS deve ser natural, já que é muito fácil entender seus impactos: o meio ambiente será beneficiado,

uma vez que diminuindo a frota de veículos em circulação nas vias haverá menos emissão de poluentes; o cidadão contará com menos congestionamento, redução dos acidentes de trânsito, menos tempo de espera pelo meio de transporte e, até mesmo, redução de custo.

“A viabilidade do MaaS passa, necessariamente, pela tomada de decisões do transporte público e do privado nesta direção. Terá que haver uma mudança de paradigma no setor de transporte, visando à sustentabilidade”, acredita a especialista. Outras cidades, como Berlim, estão começando a transformar a mobilidade multimodal ao usar uma tecnologia inovadora e integrada que permite o acesso a cada rota possível e a cada meio de transporte público, oferecendo às pessoas mais opções confiáveis e eficientes de deslocamento. A Alemanha por sinal, sai na frente nas soluções para mobilidade compartilhada, com dois players locais (BMW e Daimler) oferecendo alternativas eficazes e de baixo custo para o compartilhamento de carros.

FUTURO – O estudo Mobility Futures da Kantar também aponta que 2030 será o ponto de mudança global da mobilidade sustentável nas maiores cidades do mundo. A pesquisa prevê que as viagens de carro particular diminuirão em 10% na próxima década. A ascensão da economia compartilhada, a multimodalidade e veículos autônomos, juntamente com o envelhecimento da população global, reduzirão a necessidade de posse de carro.

Esse declínio será compensado pelo aumento do uso de transporte público, ciclismo e caminhada, à medida que os cidadãos mudam para maneiras mais ecológicas de viajar. Até 2030, esses meios de transporte mais ecológicos representarão 49% de todas as viagens realizadas contra 46% para carros, que atualmente representam 51% das viagens. Viagens de táxi e compartilhamento ou carona, além de outros meios, como balsas, serão responsáveis



Luciana Pepe: “Há trabalho a ser feito para melhorar a infraestrutura de São Paulo”

pelos 5% restantes.

A Kantar projeta que, nas 31 cidades pesquisadas, cerca de 36,7 milhões de habitantes das cidades mudarão a maneira de viajar nos próximos dez anos. Manchester está marcada para ver a maior mudança no uso de transporte, seguida por Moscou e São Paulo. “Promover e investir em tecnologia para mobilidade urbana será fundamental para facilitar a transição para soluções de transporte mais inteligentes e sustentáveis”, afirma Luciana Pepe. “A pesquisa descobriu que 40% das pessoas em todo o mundo estão abertas a adotar novas soluções inovadoras de mobilidade; mas nem todas as cidades estão prontas para a transformação da mobilidade.”

São Paulo é uma das cidades mais congestionadas da América do Sul, dificultando a locomoção com eficiência. Mas, embora atualmente o transporte público represente uma parcela significativa das viagens, o sistema de transporte está superlotado, atrasado e com pouca conexão. Nos próximos dez anos, a Kantar projeta as seguintes mudanças nos modos de transporte na capital paulista: crescimento de 10% no uso de transporte público, 25% nas caminhadas, 47% no uso de bicicletas e redução de 28% na utilização de carros. Algumas medidas de infraestrutura estão em andamento, incluindo a extensão das linhas de metrô e trem. ■

Empresa 1 lança bilhetagem online baseada em conta

Sistema permite que as transações de compra de crédito e uso de passagens possam ser mantidos em um backoffice na nuvem

MÁRCIA PINNA RASPANTI



A Empresa 1 abre 2020 com novos projetos que envolvem a modernização do sistema de bilhetagem e a produção de novos hardwares. O processo de evolução, que teve início há alguns anos com a inclusão do 4G nos validadores e a inserção de novas tecnologias de pagamento, avança em direção à integração. A empresa acredita que o Brasil está preparada para entrar na era da bilhetagem online e oferecer um serviço centrado no usuário do sistema.

Com o sistema de bilhetagem online baseado em contas desenvolvido pela companhia, que recebe o nome de Sigom Cloud, as transações de compra de crédito e uso de passagens passam a ser mantidos em um backoffice na nuvem. “Isso deixa o processo muito mais dinâmico, flexível e prepara o sistema de bilhetagem para novas funcionalidades, como o Account Based Thicketing (ABT). Essa solução é a base para a integração da bilhetagem eletrônica”, afirma Marcionílio Sobrinho, diretor técnico da Empresa 1.

“Antes, os validadores ficavam isolados nos veículos, agora têm acesso a uma central na nuvem”, acrescenta Marcionílio

Sobrinho. As regras de tarifação passam a ser processadas em uma aplicação do Sigom Cloud, podendo substituir as regras embarcadas dentro do validador e permitindo a aplicação de novos modelos de tarifação, agilidade na mudança de tarifas e de matriz tarifárias, por exemplo, eliminando o

tempo de espera entre a aplicação tarifária e a sincronização de tabelas com os veículos do modelo atual.

Todo o sistema foi pensado para convivência entre o modelo anterior e o novo, evitando contratempos nas transições e tornando mais rápido o processo de habilitação gradativa e transparente. “O sistema funciona somente com validadores online. Caso os equipamentos sejam do modelo antigo, ou seja, off-line, é necessário trocar o hardware”, explica o diretor técnico da Empresa 1.

Os saldos dos cartões passarão a ser contidos em uma conta do usuário, o que representa um passo em direção ao ABT. Isso significa a possibilidade de uma conta online para que o passageiro consulte saldo e histórico de uso em tempo real, com garantia de segurança pelo encadeamento de transações (tecnologia utilizada no blockchain) para certificação de origem e confiabilidade das informações. “As contas precisam ser invioláveis, assim como o banco de dados, por isso há todo um aparato de segurança semelhante ao do sistema bancário”, afirma Marcionílio Sobrinho.

Segundo a Empresa 1, o operador terá

mais transparência e flexibilidade com o sistema, podendo fazer cobrança por trecho percorrido, integração com outros modais e promoções tarifárias. “Em Fortaleza, com o Sigom Cloud, o passageiro poderá usar seu cartão de transporte para o transporte sob demanda, por exemplo. Mogi das Cruzes, onde a bilhetagem está sendo modernizada, também irá contar com a nova solução”, enumera.

EQUIPAMENTOS – Para viabilizar essa evolução, a empresa investiu em novos mecanismos de segurança, que trabalham para que toda a informação de histórico e saldo seja cifrada e protegida. Outra novidade é o validador SPX700 na versão SPX700EX, com processador ARM Cortex A7 QuadCore 1.1GHz, memória ampliada, Bluetooth e eSim, um equipamento com capacidade para processar simultaneamente bilhetagem e sistemas inteligentes de transporte (ITS).

Também estão sendo lançados para o mercado dois modelos de console, um equipamento que é usado para fazer a interação com o motorista, em frotas que não utilizam o validador inteligente. O SCM400 é um computador de bordo, “all in one”, para uso associado ao sistema de bilhetagem eletrônica, incluindo operações de telemetria, sistemas de gestão de frota e ITS. Um hardware com os recursos para uma operação independente. O SCM300 é uma versão que tem como função principal a interface com o motorista. Os dois modelos têm display de sete polegadas padrão touchscreen, facilitando a usabilidade do operador. ■

Montes Claros renova transporte coletivo

O consórcio Mocbus, operador da cidade mineira, realiza renovação de frota e atualização tecnológica com soluções da Prodata Mobility Brasil

MÁRCIA PINNA RASPANTI



O validador é capaz de realizar transações em tempo real via a tecnologia Procloud ABT

O sistema de transporte por ônibus de Montes Claros, em Minas Gerais, promoveu total reformulação de seu sistema de bilhetagem com tecnologia Prodata Mobility Brasil. O município conta com uma frota de 156 veículos, pertencentes às empresas Solaris Transportes e Auto Lotação Princesa do Norte (Alprino), que formam o consórcio Mocbus. O processo de migração foi realizado em janeiro, com a chegada da frota e com o respectivo desligamento completo do sistema antigo.

A migração para o novo sistema ocorreu dentro dos ônibus, sem necessidade de troca dos cartões antigos. Montes Claros passa a contar com a solução de operação online Procloud da Prodata. “Com essa inovação, todas as informações, que antes estavam no cartão, passam a ser armazenadas na nuvem. O cartão antigo se torna apenas uma chave de entrada para o usuário. A migração ocorreu sem prejuízo algum à população”, comenta Cristiano Marcondes,

gerente comercial da Prodata Mobility Brasil.

De acordo com Marcondes, somente de 1% dos mais de 300 mil cartões teve problemas. Os ônibus de Montes Claros transportam 1,7 milhão de passageiros por mês, distribuídos em 38 linhas. “Agora, a bilhetagem funciona online, o que reduz drasticamente a possibilidade de fraude, trazendo mais segurança para os operadores e usuários”, observa.

Os ônibus também foram equipados com validadores da Prodata. “Com as novas tecnologias embarcadas, o validador tem características de um computador de bordo e é capaz de realizar transações em tempo real via a nossa solução Procloud ABT, além da possibilidade de envio online da atualização da lista de recargas e da lista de bloqueios”, informa Marcondes.

O validador possui tecnologia 4G, GPS, wi-fi, tecnologia com leitores QR Code, integrado com a nossa solução de biometria facial. O projeto prevê também a

implantação da nossa solução de monitoramento de frota. “Com a geolocalização dos ônibus, é possível dar informações sobre horários e rotas à população. Além disso, essas informações permitem às operadoras fazer todo o gerenciamento das viagens”, explica Marcondes.

Jaqueline Camelo, gestora do consórcio Mocbus, salienta que os investimentos feitos na modernização do parque tecnológico têm foco na recuperação da demanda de passageiros, mas principalmente na satisfação do cliente, facilitando seu acesso aos meios de pagamento e a novas tecnologias. Também ressalta o curto espaço de tempo em que foi possível migrar para o sistema, levando em consideração o uso de tecnologias avançadas, como o Procloud, que possibilitaram tal agilidade, inclusive sem a necessidade da troca de cartões, mitigando problemas operacionais e, sobretudo, reduzindo custos.

Em 2019, Montes Claros realizou um processo de licitação do transporte público. Por exigência contratual, o consórcio gestor ficou obrigado a aumentar o número de veículos em circulação, de 130 para 156. Além disso, a frota deverá ser renovada a cada cinco anos durante a vigência do contrato, que é de 20 anos. Os novos ônibus possuem ar-condicionado, piso rebaixado, motor tra-seiro para reduzir o ruído para o motorista e GPS, permitindo o monitoramento em tempo real de sua localização. Esse monitoramento será utilizado, a princípio, pela MCTrans, mas posteriormente todos os usuários do serviço poderão localizar os veículos, por meio de aplicativos. ■

Evolução tecnológica dos sistemas de ITS

Com o CITbus Next Generation, a Tacom promete disponibilizar às operações brasileiras os mesmos recursos baseados em MaaS que promovem a melhoria da gestão e da mobilidade urbana ao redor do mundo

MÁRCIA PINNA RASPANTI

A Tacom traz para o mercado o CITbus Next Generation que agrega funcionalidades como comunicações online, eliminação dos sistemas de garagem e migração para plataforma na nuvem. A bilhetagem online possibilita uma série de benefícios se comparada ao atual modelo offline. “O processamento das informações relativas à bilhetagem passa a ser online e esta modalidade abre espaço para adoção de outra tecnologia muito em voga nas operações internacionais: o sistema ABT (Account Based Ticketing ou carteira virtual), em que o usuário passa a ter uma conta de créditos de transporte virtual armazenada na nuvem, e os bilhetes consumidos são validados por meio de um QR Code gerado no aplicativo mobile”, explica Marco Antônio Tonussi, diretor de marketing e mercado da Tacom.

A partir do CITbus Next Generation, os atuais sistemas Tacom serão migrados para a estrutura cloud, que deverá ocorrer até o final de 2020, nas operações de grande porte como Belo Horizonte, Salvador, Região Metropolitana de Porto Alegre, Vitória e Teresina.

Segundo a empresa, a migração dos sistemas para a nuvem representa a redução de grande parte dos custos de infraestrutura, implantação e suporte decorrentes da necessidade de uma infraestrutura local nas garagens de coleta e transmissão de dados. “Além disso, a gestão da operação

se torna muito mais ‘pró-ativa’ em função de não ter a necessidade de esperar até o final do dia para consolidação dos dados coletados pelos validadores embarcados ao longo dos trajetos e sim ter uma informação online e no momento certo”, destaca Tonussi.

Na bilhetagem online do CITbus Next Generation, as conexões com o sistema central passam a ser em intervalos curtos e frequentes. Dessa forma, o validador embarcado transmite ao servidor central todos os dados que antigamente só eram transferidos quando os carros retornavam às garagens. Procedimentos importantes como acerto do cobrador e cargas de créditos dos cartões de transporte passam a ser transferidas para os veículos ao longo do horário comercial, permitindo que estes cartões sejam recarregados nos validadores ainda durante as viagens e os acertos sejam feitos várias vezes ao longo do dia, possibilitando uma visão financeira da operação muito mais realista e atual.

Além disso, o tratamento de bloqueios de cartões para os mais diversos motivos, inclusive fraudes, passam a ser igualmente online, com as listas de bloqueio sendo transferidas constantemente para os veículos, permitindo que estes cartões sejam bloqueados nos validadores em operação nas linhas. O gestor da operação passa a ter acesso a informações constantemente atualizadas em painéis e dashboards sobre

as viagens realizadas, número de passageiros transportados, faturamento das viagens, volume de créditos carregados nos cartões, além de vários outros indicadores de transporte.

“A comunicação dos validadores com o sistema central pode ser feita por meio de comunicação do próprio validador, ou pela Upex ou do painel do motorista. A opção escolhida vai depender das características da operação em questão, mais especificamente dos equipamentos embarcados disponíveis. Caso o sistema completo de ITS da Tacom (CITbus) esteja instalado, todos os sistemas e equipamentos trabalham integrados e intercambiando dados o tempo todo. O sistema central da bilhetagem e o centro de comando operacional (CCO) recebem online dados consolidados captados em ambiente embarcado pelos vários equipamentos instalados”, resume.

Tonussi explica que a atual infraestrutura de telecomunicação brasileira não suporta transações online que ocorram em tempo real. Muitas zonas de sombra permanecem na rede de telefonia móvel. No modelo adotado, as transações permanecem sendo autenticadas dentro dos ônibus, mas transmitidas em intervalos de tempo curto, oferecendo todas as vantagens de um sistema com atualizações quase que simultâneas, sem a dependência de um sistema de comunicação incompatível com a realidade do país. ■

**Poder saber onde e
quando seus
passageiros sobem e
descem do seu
ônibus deixou de ser
um desejo e virou
realidade.**



www.vejasuafrota.com.br

BlaBlaCar começa a vender passagens para viagens rodoviárias

Plataforma multimodal para longas distâncias firma parcerias com operadoras de transporte como Eucatur, Santo Anjo e Santa Cruz

MÁRCIA PINNA RASPANTI



Com 87 milhões de participantes espalhados em 22 países, a BlaBlaCar chegou ao Brasil em 2015 e já ultrapassou os cinco milhões de usuários em território nacional. Agora, a empresa quer se tornar uma plataforma multimodal que oferece opção de compra de passagens rodoviárias para distâncias acima de 70 quilômetros. Para isso, tem buscado parcerias com os operadores de linhas regulares.

A Eucatur foi uma espécie de projeto-piloto nesse novo serviço, que começou em início de fevereiro. “Fizemos um lançamento de baixa escala para verificar os possíveis problemas, mas o primeiro mês foi bastante positivo, de acordo com a própria empresa e com os usuários.

Santo Anjo e Santa Cruz também já fecharam conosco. E temos outras empresas que também serão parceiras, mas ainda não podemos divulgar quais são”, informa Ricardo Leite, diretor da BlaBlaCar no Brasil.

Segundo o gerente da unidade de negócios de ônibus da companhia, Igor Soares, a BlaBlaCar detectou um gargalo na oferta de passagens rodoviárias. “Há muita gente querendo viajar e, ao mesmo tempo, há

muitos assentos vazios nos ônibus. Vamos ajudar as empresas do setor a vender, distribuindo melhor os trechos de viagem, além de ajudá-las a entender melhor o perfil de consumo de seus usuários. Por meio da plataforma, podemos observar as tendências do mercado e as preferências e necessidades dos passageiros”, explica.

Para o futuro BlaBlaCar quer se tornar uma plataforma intermodal, permitindo que o usuário possa, em uma mesma viagem, combinar o

Igor Soares: “Vamos ajudar as empresas do setor a vender passagens”



transporte rodoviário e a carona de longa distância. “Isso ainda não é possível, mas é um dos nossos objetivos. Hoje, o passageiro pode comprar a passagem rodoviária e, chegando ao destino, buscar uma opção de carona para completar o trajeto. Mas, o usuário ainda pode não fazer isso de uma só vez. Dentro de um ou dois anos, acredito que poderemos dar esse passo”, explica Leite.

O pagamento das passagens pode ser feito com cartão de crédito. É cobrada uma taxa de conveniência do passageiro, mas Leite afirma que o valor é menor que das outros portais virtuais. O empresário de ônibus não paga nada para oferecer suas passagens na BlaBlaCar, mas se for realizada a venda, paga uma comissão de valor semelhante ao que é cobrado por sites e aplicativos de comercialização de bilhetes, como uma espécie de taxa de agenciamento.

De acordo com Igor Soares, o novo sistema ainda não está terminado, pois outras funcionalidades serão agregadas. “Hoje, não é possível parcelar os valores, mas em breve haverá essa possibilidade. Os usuários também poderão avaliar a viagem e a empresa de transporte rodoviário, o que é importante tanto para o passageiro quanto para o operador”, comenta.

Soares destaca que a BlaBlaCar oferece uma série de vantagens em relação às outras plataformas semelhantes, sendo um sistema mais amigável para o usuário. “A usabilidade é diferenciada, e também disponibilizamos funcionalidades como a possibilidade de escolha de diferentes classes de assento e uma lista de informações úteis que ajudam na hora de planejar a viagem. Não há necessidade de telefonar para o operador ou ir pessoalmente aos guichês de venda para obter todas informações”, garante.

Em termos de mobilidade, Leite acredita que a BlaBlaCar tem um papel importante para quebrar paradigmas. “A

compra virtual evita as filas em rodoviárias e permite que o usuário faça as melhores escolhas. Munido de todas as informações necessárias, ele pode escolher o que lhe é mais conveniente”, aponta o diretor da companhia.

NO MUNDO – No segmento de carona, a BlaBlaCar opera conectando os condutores que circulam com assentos vazios em seu veículo com passageiros viajando na mesma direção, para que compartilhem a viagem e os custos. Segundo a empresa, a plataforma pode deixar uma viagem de carro até 75% mais econômica. O percurso de ida e volta entre São Paulo e Rio de Janeiro (cerca de 430 quilômetros por trecho), por exemplo, pode custar até R\$ 400 para um condutor. A participação sugerida para cada passageiro é de R\$ 65 por trecho. Compartilhando a viagem com dois passageiros na ida e na volta, a economia será de R\$ 260.

Na França e na Alemanha, além das caronas, a empresa atua na venda de passagens e na operação das linhas rodoviárias, com uma frota terceirizada. “Nesses países, contamos com ônibus que usam a nossa marca, apesar da frota não ser própria”, detalha Leite. No Brasil, Leite garante que a BlaBlaCar não pretende atuar na operação de transporte. “Somos especialistas em market place e iremos manter o foco nisso”, destaca.

Já nos países do leste europeu, a companhia trabalha de forma semelhante ao que ocorre no Brasil, com parceria com operadores de transporte rodoviário. Assim, a BlaBlaCar pretende tornar-se a



Ricardo Leite: “Somos especialistas em market place e vamos manter o foco”

principal referência em viagens rodoviárias compartilhadas. “Já somos a maior plataforma de transporte terrestre no Brasil”, afirma Igor Soares.

A ideia de criar a BlaBlaCar surgiu no natal de 2003, quando o fundador Frédéric Mazzella, então estudante de Stanford em férias em Paris, queria visitar a família no interior da França. Ele não tinha carro e os trens estavam cheios. Sua irmã fez um longo desvio para pegá-lo e, no caminho, ele viu estradas cheias de carros com apenas um ocupante. Mazzella resolveu criar uma solução que conectasse condutores e passageiros para a divisão de custos. A proposta saiu do papel três anos depois.

De acordo com dados fornecidos pela companhia, mais de 1,4 bilhão de euros foram economizados pelos usuários da BlaBlaCar desde sua criação e 30 bilhões de quilômetros já foram compartilhados pela comunidade desde a sua criação. Hoje, a empresa tem 700 funcionários em 12 escritórios internacionais.

A BlaBlaCar chegou ao Brasil em novembro de 2015, com o site e o app para iPhone e Android. Desde o lançamento da filial brasileira, já foram criadas mais de 28 mil rotas para viagens intermunicipais, mais de 30 milhões de assentos foram compartilhados. As rotas mais percorridas no Brasil nos últimos 12 meses foram entre Campinas e São Paulo, Florianópolis e Porto Alegre, Cabo Frio e Rio de Janeiro, e São José dos Campos e a capital paulista. ■

Volkswagen entrega ônibus para turismo ecológico em Galápagos



o turista tem quando chega a Galápagos, porque nossos veículos transmitem respeito pelo meio ambiente”, afirma Rubén Román, gerente da Intran.

A Volkswagen Caminhões e Ônibus enviou para o Arquipélago de Galápagos, província do Equador, cinco Volksbus 17.230 OD. Os veículos serão utilizados pela Buzztrans, empresa responsável pelo transporte de passageiros para o aeroporto na ilha de Baltra, no aeroporto ecológico de Galápagos, contribuindo para a redução de emissões e beneficiando todas as espécies únicas de Galápagos.

Os ônibus ecológicos, atendem às normas de emissões Euro 5 e foram entregues pela Intran, representante oficial da VW Caminhões e Ônibus. “Estamos orgulhosos por sermos a primeira imagem que

Os veículos contam com TV de 22 polegadas, câmeras de segurança, reproduzidor de vídeo, computador com GPS e dois deles possuem elevadores hidráulicos, totalmente adaptados para o transporte de pessoas com deficiência.

As ilhas Galápagos são um arquipélago vulcânico localizado no Oceano Pacífico. Suas terras isoladas abrigam espécies de plantas e animais não encontradas em outros lugares. Foi lá que Charles Darwin encontrou nas diferenças dos bicos de várias aves, adaptados à alimentação, um argumento para a sua futura teoria da evolução.

Busscar entrega dez ônibus El Buss 320 para empresa capixaba



A Busscar vendeu dez unidades do ônibus El Buss 320 para a Unimar, empresa capixaba que atua no transporte de passageiros no segmento municipal, fretamento e locação.

Os veículos serão utilizados para o transporte de funcionários da Vale, mineradora localizada em Vitória, que coloca o Estado do Espírito Santo no patamar de maior polo exportador de minério de ferro e pelotas do mundo.

Outras empresas do Espírito Santo, que operam no transporte de passageiros, como a Águia Branca, Aritur e Amanda, também adquiriram recentemente produtos marca Busscar, totalizando oito unidades, dos modelos VisstaBuss 340, VisstaBuss

400 e VisstaBuss DD.

Com motorização dianteira e suspensão pneumática, os El Buss 320 são ideais para trafegar em médias e curtas distâncias. O ônibus possui atributos como força e durabilidade estrutural, além de design clean, inspirado em conceitos automotivos. O dispositivo de poltrona móvel (DPM), garante a acessibilidade para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.

O veículo tem 47 poltronas reclináveis e estofadas com revestimentos exclusivos e de qualidade superior, proporcionando conforto e aconchego. São equipados com ar-condicionado, sistema wi-fi, itinerários eletrônicos e conjunto ótico em Led.

Volvo utiliza energia de fontes renováveis na fábrica de ônibus na Suécia



A fábrica de ônibus da Volvo localizada na cidade sueca de Borås tornou-se uma das primeiras instalações de produção deste tipo de veículo a usar apenas energia renovável.

Todo consumo da unidade vem de fontes como geração hidrelétrica e biocombustíveis.

“Temos muito orgulho de reduzir o impacto climático por meio do uso de fontes

renováveis, livres de combustíveis fósseis. Nossa eletricidade vem de geração hidrelétrica, o aquecimento usa biocombustíveis e nas empilhadeiras usamos eletricidade ou HVO, que é um combustível renovável”, afirma Joakim Wretman, gerente de produção da fábrica da Volvo Buses em Borås.

Nos últimos anos, também foram implantadas medidas que

reduziram o consumo de energia em 15%. “Substituímos as tradicionais lâmpadas fluorescentes por Led e a iluminação da área de manufatura passou a ser regulada automaticamente para permanecer ativa somente durante a produção efetiva. Também nos asseguramos que nenhum equipamento permaneça ligado quando não houver necessidade”, diz Wretman.

Aumenta a reciclagem na fábrica da Volkswagen em Resende



A Volkswagen Caminhões e Ônibus aumentou a reciclagem de resíduos gerados com suas atividades na fábrica de Resende (RJ). O volume passou de 56% a 81% em três anos. “Nosso plano é melhorar esses índices cada vez mais como parte de nosso compromisso ambiental, ao mesmo tempo em que investimos para o consumo mais eficiente de energia, água e outros recursos naturais”, afirma Adilson Dezoto, vice-presidente de produção e logística da VWCO.

Além de aprimorar a coleta seletiva e tornar a triagem mais eficiente, a montadora incorporou melhorias em seu processo

e desenvolveu uma larga campanha de conscientização entre seus colaboradores de forma a atingir esse crescimento contínuo na porcentagem de reciclagem de seus resíduos.

A empresa também modernizou sua produção para economizar recursos, com um novo sistema de banhos de pré-tratamento na pintura de cabines. Com a utilização de uma nova tecnologia a partir do fim do ano passado, a fábrica vai reduzir seu consumo de água anual em 450 mil litros. “Apesar de uma produção maior em 2019, avançamos também para reduzir o consumo de energia em 5% a partir de uma melhor gestão com sistemas automatizados e da instalação de equipamentos mais eficientes”, afirma Marcelo Vidal, gerente executivo da engenharia de manufatura.

Fábio D’Angelo assume a gerência de vendas de ônibus da Scania

Fábio D’Angelo é o novo gerente de vendas de ônibus da Scania no Brasil. Ele assume o cargo antes ocupado por Alan Frizeiro que foi transferido para vendas de caminhões.

Formado em engenharia elétrica pela faculdade de Engenharia Industrial (FEI) em 2001, com pós-graduação em administração de empresas pelo centro universitário Unifei em 2004, D’Angelo, com 41 anos, ingressou na Scania em setembro de 2007 na área de motores industriais e marítimos. Iniciou como responsável pelo desenvolvimento do segmento de geração de energia e, a seguir, como gerente de contas estratégicas e suporte às unidades de negócio da Scania na América Latina.

Em maio de 2013 foi promovido a gerente de vendas na América Latina para a



gestão estratégica e comercial de todo o portfólio na região. Em janeiro de 2016, foi convidado para comandar o mercado brasileiro.

No cargo de gerente de vendas Brasil colocou em prática uma revolução no modo da gestão comercial, da atuação da rede de concessionárias, explorou novos nichos e elevou a relação de parceria com os clientes. Ficou no cargo até o primeiro semestre de 2019.

Marcopolo fornece primeiro New Senior para o Nordeste



A RCR Locação, um dos principais operadores de transporte das regiões Norte e Nordeste, recebeu 21 micro-ônibus New Senior,

os primeiros do novo modelo que entram em operação no Estado de Pernambuco. Os veículos fazem parte de uma negociação que envolveu também 24 unida-

des do rodoviário Ideale e dois Paradiso 1200, que se destinarão às aplicações de fretamento para as empresas Alcoa-Allumar, Mondelez e Unilever.

“A venda reforça a presença da Marcopolo na região e em um segmento muito importante, pois a RCR tem grande penetração em outros estados, como Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão e Paraíba, além de Pernambu-

co”, afirma Rodrigo Pikussa, diretor do negócio ônibus da Marcopolo. Este ano a RCR já adquiriu mais de 100 ônibus de vários modelos da Marcopolo.

Os 21 micro-ônibus Senior têm duas diferentes configurações, com 23 e 31 poltronas rodoviárias. Os 24 ônibus Marcopolo Ideale possuem configuração para aplicação fretamento, com 48 poltronas do modelo rodoviário.

Linha opera apenas com modelos 100% elétricos em São Paulo

Segundo a Transwolff, os ônibus movidos a eletricidade trazem mais economia e mais conforto para os funcionários e passageiros, além de gerar menos poluição do ar e sonora

MÁRCIA PINNA RASPANTI



Linha com ônibus elétricos a bateria tem custos menores, de acordo com a Transwolff

Enquanto continua a polêmica em torno das exigências ambientais contidas nos novos contratos das empresas que atuam em São Paulo, a Transwolff celebra os benefícios dos veículos movidos a eletricidade, que utilizam baterias. Em novembro de 2019, a empresa adquiriu 15 ônibus totalmente elétricos, fabricados pela BYD. Os veículos, após serem apresentados pelo prefeito Bruno Covas, começaram a circular imediatamente na linha 6030 Unisa-Campus 1 até o Terminal Sato Amaro.

Com autonomia entre 250 e 300 quilômetros, a frota é composta por três veículos com carroceria Marcopolo e 12 com carroceria Caio. "A capacidade de passageiros dos elétricos é a mesma dos modelos movidos a diesel. A

linha 6030 transporta em média nove mil passageiros por dia", informa Paulo Lima, diretor de novas tecnologias da Transwolff.

Lima conta que a estrutura para a recarga foi realizada em sete meses. "A empresa que fornece a energia é a Enel, mesma companhia que fornece energia para toda a cidade de São Paulo. A recarga dos ônibus é feita em quatro horas ou no tempo proporcional ao que houver de energia nas baterias", explica. Entre as vantagens dos ônibus elétricos, Lima destaca os aspectos econômicos. "A linha tem um custo bem menor, se comparada a outras semelhantes, que usam frota a diesel", declara.

De acordo com o diretor da Transwolff, ainda não há um estudo que mostre a

velocidade média da linha que utiliza apenas veículos movidos a eletricidade. "Um estudo da SPTrans, empresa que gerencia o transporte coletivo na cidade de São Paulo, realizado em 2019, aponta que no horário de pico a velocidade média é de 17 quilômetros por hora na região", destaca.

Na opinião de Lima, os benefícios são muitos. "Os ônibus têm zero emissão de poluentes, trazem economia na hora do abastecimento, menor custo de manutenção, e ainda são totalmente silenciosos e contribuem para reduzir o aquecimento global. E os usuários têm se mostrado bastante satisfeitos, de acordo com os depoimentos que recebemos por meio de nossas mídias sociais", enumera.

Os ônibus elétricos da Transwolff contam com sistema de telemetria, rede wi-fi, tomadas USB para carregamento de celulares, letreiros eletrônicos, validação da passagem com o cartão de crédito ou por meio do celular.

Na hora de avaliar as metas de redução de emissões estabelecidas pelos novos contratos firmados no ano passado, Lima lembra que as empresas deverão analisar quais as melhores opções para suas operações. "A Transwolff é responsável pelos testes da primeira frota de ônibus elétricos de São Paulo e está satisfeita com os primeiros resultados, mas ainda há muito o que se aprender com este teste e outros que ainda precisam ser feitos", resume. ■



Participe do maior evento da América Latina que promove a **integração** da indústria automobilística e a indústria de tecnologia criando **soluções inovadoras** para ganhos de **eficiência e competitividade** em Logística e Transporte

Vem aí!

Em Agosto
2020

(Data a ser definida em breve)

Local:

Auditório InvesteSP

Parque Tecnológico do Estado de São Paulo (USP)

Av. Politécnica, 82, Bairro do Jaguaré - São Paulo - SP

Veja no mapa



Frotas conectadas

@caminhões 2020

INICIATIVA E REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO EDITORIAL



Gestão e conectividade de frotas

CURADORIA TÉCNICA



PATROCÍNIO







PEÇAS &
SERVIÇOS
SOLUÇÕES COMPLETAS



No trânsito, dê sentido à vida.

Ônibus rodoviário Mercedes-Benz. Tecnologia que não para de atrair novos passageiros.

Os novos ônibus rodoviários da Mercedes-Benz possuem inovação e tecnologia em cada detalhe. Desde o projeto à concepção, utilizamos o que há de mais moderno, alcançando um padrão de conforto e segurança nunca visto. Tudo isso aliado aos mais baixos índices de emissão de poluentes, à economia e à durabilidade para rodar em diversas condições de pavimento. Uma verdadeira revolução no transporte coletivo, que eleva a outro nível sua experiência a bordo de um Mercedes-Benz.

 [mercedesbenzonibus](#)  [mercedesbenz_onibus](#) www.busclub.com.br

CRC: 0800 970 9090 | www.mercedes-benz.com.br

Mercedes-Benz

Referência em ônibus.

