



**CAIO APRESENTA
AO MERCADO A NOVA GERAÇÃO
DO APACHE VIP**



Caio apresenta a nova geração do Apache VIP

Após 20 anos do lançamento do modelo e 50,5 mil unidades produzidas neste período, a encarroçadora traz para o mercado a versão mais recente do Apache VIP, com novo design e mais espaço interno

A Caio, que completa 75 anos de marca e 20 anos sob administração de um novo grupo gestor, também comemora duas décadas do ônibus urbano

Apache VIP, que ganha a sua quinta versão em 2021.

“Foi um trabalho multiáreas, que aliou o know-how de 75 anos de tradição

da marca com a intensa busca por conhecer as necessidades e oportunidades de melhoria do produto, resultando em um modelo que traz ainda mais benefícios aos nossos clientes. Queremos continuar fazendo a diferença no transporte coletivo de passageiros, e acredito que o novo Apache VIP permanecerá cumprindo essa missão com sucesso”, detalha Paulo Ruas, diretor comercial e de marketing.

“Quem tem um ônibus Caio em sua frota conhece a qualidade superior que entregamos. E sempre queremos entregar mais e mais soluções, porque a melhoria contínua está no DNA da marca. Ao longo das gerações do Apache VIP, por exemplo, fomos desenvolvendo novas soluções e aprimorando materiais para que o veículo tivesse sempre uma performance acima da média para nossos clientes”, completa Maurício Lourenço da Cunha, diretor industrial da Caio.

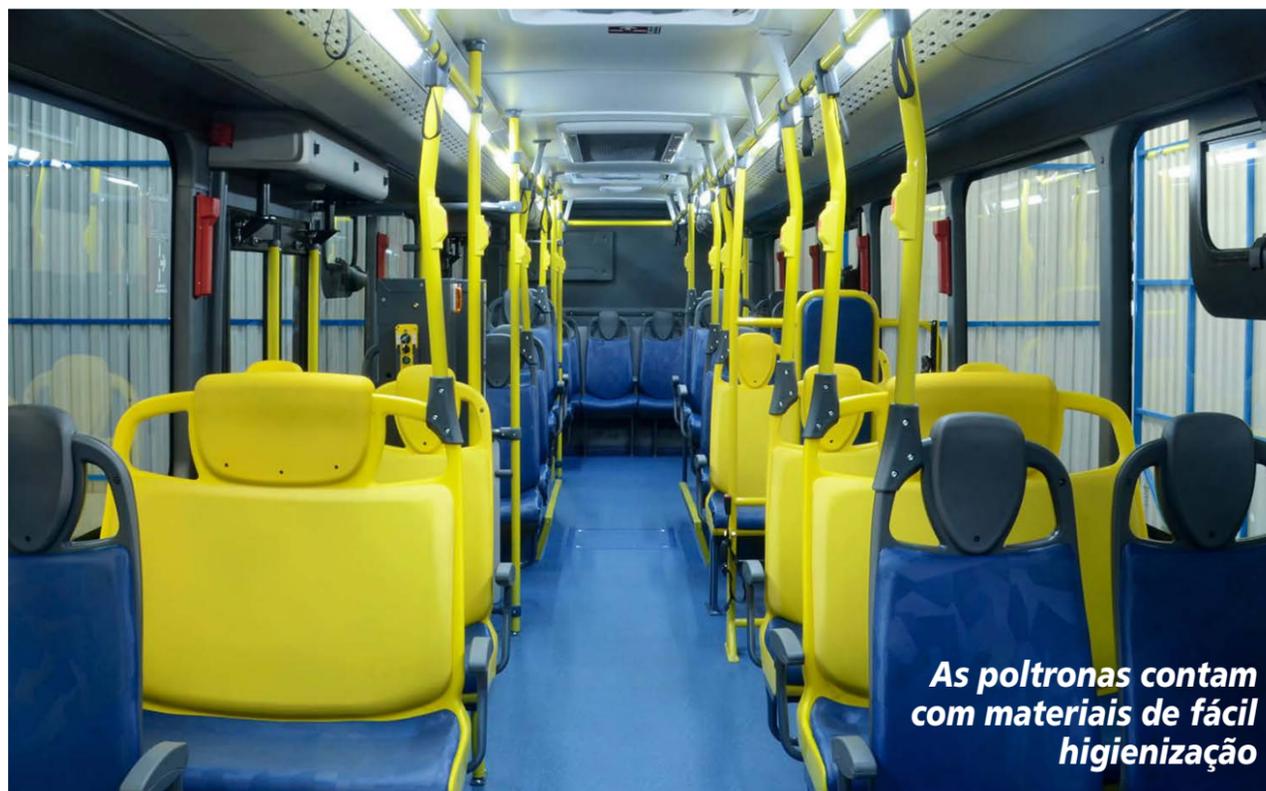
“Hoje podemos celebrar as quatro gerações e dar as boas-vindas para a quinta geração do Apache VIP, que mantém a força da marca Caio e de nosso produto mais vendido”, ressalta José Gildo Vendramini, gerente nacional de vendas. Na ocasião de seu lançamento, a Caio já havia vendido mais de 30 unidades do novo Apache VIP,



para empresas do Rio de Janeiro e São Paulo.

Vários itens do novo Apache VIP foram desenvolvidos por empresas que fazem parte do Grupo Caio, como Fiberbus, que fornece peças de fibras e compósitos; Inbrasp, fabricante de peças de plásticos automotivas; Tecglass, especializada em vidros temperados; e GR3, centro de distribuição de alumínio.

Maurício Lourenço da Cunha informa que o Apache VIP da geração anterior continuará ser vendido, pelo menos até o final do ano. “Deve haver uma migração gradativa de uma geração de produto para outra. O próprio mercado



As poltronas contam com materiais de fácil higienização

vai determinar como será feita a transição de um modelo para o outro, mas acreditamos que até o final do ano é possível que haja negócios do modelo da quarta geração, ao mesmo tempo, em que a comercialização da nova versão deve aumentar”, pondera.

O modelo recém-lançado deve continuar com a trajetória de sucesso das gerações anteriores, com perspectivas bastante favoráveis de mercado. “Até a quarta geração do Apache VIP foram produzidas 50,5 mil unidades, número que coloca o modelo de motor dianteiro na posição de ônibus mais vendido do portfólio de produtos da marca

Caio e do segmento que ele participa. Pelas contribuições que o modelo continua oferecendo ao transporte coletivo e aos operadores, a expectativa de vendas é positiva. Pela dificuldade enfrentada no setor de transporte de passageiros, não é possível quantificar o volume de vendas”, avalia o diretor industrial da Caio.

DESIGN E PRATICIDADE

Segundo o fabricante, a funcionalidade é um dos pontos de destaque do Apache VIP, com itens repensados para oferecer ainda mais durabilidade,

facilidade de manutenção e economia. Um exemplo são os para-choques traseiro e dianteiro tripartidos, com as ponteiros redimensionadas para facilidade na manutenção.

“O acesso ao itinerário também foi otimizado e agora a manutenção pode ser feita pela parte interna do ônibus, de maneira mais rápida e fácil. A central elétrica teve seu espaço ampliado; com isso, melhoramos o acesso à manutenção e ganhamos mais espaço para inserir componentes de tecnologia embarcada. Cada componente foi estudado e agregado ao modelo, pensando na praticidade e na redução de custos que envolve um veículo parado na garagem para manutenção”, explicam os gerentes de engenharia, João Roberto dos Santos, e de métodos e processos,



Detalhe das lanternas em led

Anthony Espitia.

O conceito das caixas de porta, separadas da cortina de vento, tornou o item ainda mais leve e de fácil acesso à manutenção e limpeza. O mesmo conceito se aplica ao duto de ar condicionado, com placas removíveis.

O design externo foi totalmente redesenhado, ganhando linhas mais marcantes e limpas. “O novo Apache não perdeu a essência da geração anterior. Se você olhar a dianteira do veículo, irá imediatamente fazer a associação. Nossa equipe priorizou manter esse mesmo conceito, para que a identificação fosse mantida. Nesta atualização, também fizemos uma homenagem à

Conjunto óptico renovado





O design do novo Apache VIP foi completamente redesenhado

primeira geração do Apache VIP, aplicando no logotipo o mesmo tom de dourado usado há 20 anos”, conta Roberto Barduco, gerente de design.

O conjunto óptico dianteiro em full led traz a assinatura exclusiva da marca Caio, primeira fabricante a utilizar este item no mercado de ônibus urbano. O layout das grades também traz formato exclusivo.

A lanterna traseira, também em led, possui efeito homogêneo e desenho que envolve as laterais. Os espelhos retrovisores estão mais robustos e o para-brisa, com nova curvatura, oferece melhor visão para o motorista. As portas de acesso foram reposicionadas, para melhor alinhamento com a lateral da carroceria, proporcionando ganho

estético e de espaço interno.

MAIS ESPAÇO

O Apache VIP teve um ganho de 50 mm de largura externa, passando de 2500 mm a 2550 mm e 70 mm de espaço interno, passando de 2.360 mm a 2.430 mm, possibilitando maior lotação. Essa melhoria, resultado de testes estruturais e de materiais, não impactou no peso do veículo, que se manteve o mesmo comparado à geração anterior. Os testes estruturais foram realizados de forma digital, com uso de inteligência artificial e em campo de provas, comprovando a eficiência da estrutura do Apache VIP.

As poltronas trazem padrões de cores



O modelo recém-lançado ganhou mais espaço interno, sem impactar seu peso

e texturas, em materiais que permitem rápida e eficiente higienização. Nos itens internos, foram incorporadas novas tonalidades, seguindo o novo conceito das cores de transição, definição surgida na Europa com o objetivo de tornar mais clean e visualmente mais confortável, o ambiente interno dos veículos usados no transporte urbano.

Os cuidados da marca se estendem aos colaboradores da área comercial e de atendimento ao cliente. Segundo o engenheiro de produto, Rafael Ting, a Caio deu especial atenção aos treinamentos das equipes internas e de representação de vendas. “Todos os profissionais que possuem contato com nossos clientes foram instruídos sobre os diferenciais e particularidades do

novo Apache VIP, o que é fundamental para mantermos a excelência no atendimento e demais processos”.

Outro aspecto fundamental neste lançamento é a comunicação. “A intenção é atingir todos os nossos públicos: clientes, colaboradores, fornecedores, parceiros de negócios, imprensa, admiradores de ônibus e comunidade. Para isso, estamos realizando ações externas, nas redes sociais e veículos de imprensa, e ações internas, para que nosso time conheça por completo o lançamento. É com muito orgulho que apresentamos ao mercado um produto com tantos atributos”, ressalta Tânia Pires de Souza, gerente corporativa de comunicação e marketing da Caio.



APACHE VIP

O URBANO MAIS VIP DO PAÍS
ESTÁ DE CARA NOVA.



SIGAM NOSSAS
REDES SOCIAIS



CAIO 
75 anos
1946 • 2021
GRUPO CAIO • 20 ANOS

Superando os obstáculos

Maurício Lourenço da Cunha, diretor industrial da Caio, aborda a situação do mercado brasileiro, ainda sob forte impacto da pandemia de Covid-19, e apresenta as estratégias e expectativas da companhia.

“Acreditamos que as vendas, ao final de 2021, manterão os mesmos patamares do fechamento do ano de 2020.”

Como tem sido o ano de 2021 para a Caio?

Maurício Lourenço da Cunha - Assim como todo o segmento de transporte coletivo de passageiros, a Caio tem sofrido os efeitos decorrentes da pandemia, com o mercado bem mais fraco do que o esperado.

Que modelos têm se destacado no mercado brasileiro?

Maurício Lourenço da Cunha - A Caio possui diversas soluções para o transporte coletivo de passageiros no segmento urbano. O modelo Apache VIP IV tem sido o veículo com maior número de emplacamentos anuais no Brasil, desde 2016 e, conseqüentemente, assim será com a



Maurício Lourenço da Cunha,
diretor industrial da Caio

nova geração do VIP. No segmento de urbanos de motor traseiro, a Caio domina o mercado também, com mais de 90% das vendas, com os modelos Millennium IV (padron) e os articulados

Millennium IV e Millennium BRT.

Quais segmentos estão mais aquecidos?

Maurício Lourenço da Cunha - O fretamento é o segmento que cresceu nos últimos anos, sofrendo menor impacto com a crise sanitária. Muitas empresas aumentaram suas frotas de veículos fretados, devido à uma maior segurança no transporte de funcionários das empresas, mantendo o distanciamento social. Esse modelo essencialmente é vendido pela empresa Busscar, que faz parte do Grupo Caio.

O programa Caminho na Escola deve continuar relevante para os fabricantes de ônibus?

Maurício Lourenço da Cunha - Sim. Cerca de 32% dos veículos emplacados em 2021 foram para o segmento de escolares. Em 2020, corresponderam a 20,8% do total de veículos emplacados. Com a grande crise no mercado de ônibus, os escolares aumentaram gradativamente sua participação (em

porcentagem) na produção das empresas encarroçadoras. A nova licitação, que ocorreu há algumas semanas, gerará a demanda de mais sete mil escolares nos próximos anos.

O transporte público continua bastante afetado pela pandemia e pelas medidas de isolamento social. O senhor acredita em uma recuperação – mesmo que parcial – desse setor ainda em 2021?

Maurício Lourenço da Cunha - Acreditamos que as vendas, ao final de 2021, manterão os mesmos patamares do fechamento do ano de 2020.

Em termos de exportação, quais mercados têm registrado maior demanda e por quais modelos?

Maurício Lourenço da Cunha - Na América do Sul, o país que tem gerado maior demanda é o Chile, com os modelos de ônibus urbano motor traseiro: Mondego e Mondego Articulado. Na África, Angola gerou uma grande demanda, com o modelo Apache VIP.

O compromisso da Caio com sustentabilidade e inovação

A história da Caio está diretamente ligada à evolução do transporte coletivo de passageiros. O pioneirismo no uso de materiais, as inovações técnicas e processuais revolucionaram a construção de carrocerias para ônibus

Há muitos anos, a Caio estuda formas de tornar suas soluções de mobilidade adequadas para atender a uma necessidade cada vez mais presente: a de integrar de forma inteligente e estratégica pessoas aos seus destinos. Com isso há estudos de novos materiais que aliam durabilidade, economia, facilidade de limpeza e de manutenção, mantendo o custo benefício dos produtos marca.

“O nosso principal diferencial é atender

às necessidades dos clientes e do mercado com produtos inovadores, robustos e duráveis. Procuramos ouvir todas as partes, entender o que o mercado está usando, quais as tendências. É um trabalho incessante de departamentos como de inovação, marketing, inteligência de mercado, diretorias e demais áreas estratégicas”, comenta Maurício Lourenço da Cunha, diretor industrial da Caio.

Na visão do executivo, a empresa se destaca pela flexibilidade, ou seja, pela capacidade de produzir diversos produtos configurados de acordo com as solicitações dos clientes, além da qualidade dos produtos e serviços.

“Visamos o aprimoramento do serviço de vendas de peças de reposição por meio de parcerias. Temos um novo espaço no Rio de Janeiro, e estamos implementando um centro de serviços e peças em São Paulo, que está em fase de construção. É uma nova estrutura com foco na ampliação, facilidade e agilidade de atendimento, que inclui também plataforma on-line além dos canais que a Caio já possui”, comenta Cunha.

A Caio também mantém sinergia com outras empresas, para que a marca contribua de forma perene para a evolução do transporte com diferentes tipos de propulsões. A empresa conta com um grupo interno de inovação, que estuda e desenvolve

soluções e estratégias na busca constante por um transporte coletivo inteligente e sustentável. Além disso, a parceria com as universidades e centros de estudo garante que a companhia esteja sempre em sintonia com as principais tendências em mobilidade e transporte de passageiros.

Nesse sentido, a eletrificação tem sido um dos aspectos mais presentes quando se aborda o futuro dos transportes e seu papel nos centros urbanos. Os trólebus, ônibus movidos a eletricidade e alimentados por meio de hastes presas no teto do veículo, conectadas em uma rede aérea instalada no trajeto pelo qual o ônibus irá percorrer, são produzidos pela Caio desde a década de 1960. Em parceria com fabricantes de chassis e empresas de tecnologia em propulsão elétrica, a companhia participa ativamente de estudos que resultaram em protótipos de ônibus movidos a energia limpa.

Aliada à Eletra, a marca Caio produz ônibus utilizados em sistema trólebus. Com tecnologia nacional, atualmente, os trólebus são movimentados por um motor elétrico alimentado por uma rede aérea de distribuição. Possuem também baterias que garantem autonomia de até sete quilômetros, sem estarem conectados à rede elétrica, com zero emissão de gases poluentes no ambiente. Por meio do sistema de frenagem eletromecânica, os veículos



Ônibus Caio, encarroçados sobre chassi 100% elétricos, já circulam em cidades como Volta Redonda, Uberlândia e Cuiabá

regeneram a energia para acumular nas baterias. Todo o sistema tem gerenciamento eletrônico, incluindo a aceleração.

Outros projetos de mobilidade em conjunto com empresas especializadas em tecnologia de tração elétrica, são: híbrido (motor a combustão + motor gerador ou elétrico e baterias); E-Bus elétrico puro (baterias), além do Dual Bus em duas versões: híbrido + trólebus e híbrido + elétrico puro. O modelo utilizado em todos os projetos foi o urbano Millennium marca Caio, nas versões padrão, BRT, BRT articulado e superarticulado.

A Caio também realizou projetos em parceria com fabricantes de chassis em modelos híbrido paralelo e 100% elétrico puro, movido a bateria. Com as novas

regras do Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores (Proconve 8), que entram em vigor a partir de 2023, a tecnologia de motores Euro 6 começam a integrar os chassis de ônibus. Com isso, a Caio fará adaptações necessárias em suas carrocerias.

SEGURANÇA

A pandemia da Covid-19 e seus impactos na locomoção das pessoas exigiram soluções rápidas e eficientes. “No início da pandemia desenvolvemos o Caio Protect, itens de biossegurança disponíveis para todos os produtos Caio, priorizando um ambiente ainda mais seguro para os usuários do transporte coletivo”, conta

Maurício Lourenço da Cunha. O Caio Protect foi concebido com foco no desenvolvimento de materiais e soluções técnicas que atendem à nova necessidade global. Foi criado um site exclusivo para o conjunto de soluções: WWW.CAIO.COM.BR/CAIO-PROTECT

A Caio disponibiliza atualmente ao mercado, soluções de biossegurança nos ônibus da marca, que por meio de estudos concedeu a itens que compõem o salão interno, alta performance antiviral e antimicrobiana. Balaústres, apoios de braços, poltronas, garras e materiais encapsulados em PVC, recebem um aditivo durante o processo de manufatura, o que confere a cada um deles a propriedade antiviral, sem alterar o design, aparência (textura), durabilidade, limpeza e manutenção desses itens.

A eficácia foi comprovada por meio de estudo in vitro de atividade antiviral, realizada por laboratório certificado de acordo com a ISO 21702:2019, norma padrão que se refere à medição da atividade antiviral em plásticos e outras superfícies não porosas.

Usado em áreas que podem ter contato com os usuários, o tecido antiviral também é uma solução oferecida pela Caio. Desenvolvido com fio de Poliamida AMI-NI® VIRUS-BAC OFF, o tecido inativa vírus e bactérias que entram em contato com o material. O efeito da ação é permanente, permanecendo durante toda a vida útil do tecido.



Item de biossegurança, o tecido antiviral é usado em áreas que podem ter contato com os usuários

Os kits de proteção para cabine do motorista, do cobrador e de passageiros que estão em grupo de risco dificultam o contato direto com outros passageiros e podem ser instalados em veículos em operação. O kit é de fácil limpeza e manutenção. A sinalização de assento identificado em vinil ou silk promove o adequado distanciamento social, por meio de cores

que identificam os assentos que podem ou não ser utilizados, de forma rápida e com custo acessível.

Já o medidor de temperatura, com tempo curto de resposta, acusa por alerta sonoro se o passageiro está ou não com a temperatura fora do padrão. O higienizador de mãos, com sensor de aproximação e vazão ajustável, possui acionamento automático e capacidade para 700 ml de álcool em gel, e também disponível na versão manual (dispenser).

O purificador de ar (plasma fotoelétrico) mantém os ocupantes do salão interno do ônibus livres de agentes nocivos como micróbios, odores e contaminação. O biocida pode ser aplicado nos itens que compõem o salão interno com alta performance antiviral e antimicrobiana, testados com vírus da mesma família do Sars-CoV-2, sem alterar a aparência, textura, usabilidade e manutenção desses materiais.

PIONEIRISMO

A Caio é gerida há 20 anos por um novo grupo, que, com visão empreendedora, criou um conglomerado de empresas que formam o Grupo Caio. “Estamos alicerçados nos mesmos valores sólidos que foram firmados há 75 anos, que fizeram e fazem da Caio uma empresa reconhecida globalmente. As maiores conquistas estão ligadas

à força da marca, nosso time de colaboradores e, não menos importante, a confiança que os clientes depositam na empresa e nos produtos que entregamos. São esses fatores que fazem com que a Caio tenha os olhos voltados para o futuro, com o compromisso de trabalhar em prol da mobilidade inteligente”, enfatiza Cunha.

Nessa trajetória bem sucedida, a Caio comemora conquistas como ter desenvolvido um dos produtos mais vendidos no mercado brasileiro (Apache VIP); as parcerias com empresas montadoras na África do Sul e México; e a verticalização no fornecimento de itens para fabricação dos ônibus.

A Caio também é a precursora na formação do Grupo Caio, que hoje possui as empresas:

- Busscar, fabricante de ônibus para os segmentos rodoviário e fretamento;
- Centro de Processamento de Alumínio (CPA);
- Fiberbus, que produz de peças em fibras;
- GR3 (centro de distribuição de alumínio);
- Inbrasp, fabricante de peças de plásticos automotivas, com duas unidades fabris, uma em Botucatu (SP) outra em Betim (MG);
- Tecglass, especializada em vidros temperados.