

**Manaus
privilegia
o passageiro**



PLANOS DA CAIO A PARTIR DO RODOVIÁRIO GIRO



**Ônibus Volkswagen
capricha na Arábia Saudita**

ANÁLISE: CHASSIS E CARROCERIAS
Desempenho por fábrica até 2002
Planos e perspectivas para 2003



Rode

GIRO
3400

A CAIO vai desbravar as estradas deste país.
Chegou GIRO da CAIO. Um avião!

bem. Rode Caio.

com todo o conforto e a segurança que um ônibus rodoviário pode ter.



ANUÁRIO DO ÔNIBUS 2003



ANÁLISES

FABRICAÇÃO

A indústria brasileira de chassis para ônibus.
A indústria brasileira de carrocerias para ônibus.
Avanços nos fornecedores do setor.
Terceirização nas encarroçadoras de ônibus.

OPERAÇÃO

Desempenho do transporte urbano e interurbano, perspectivas para os próximos cinco anos.
Perfil da frota de ônibus e de automóveis que circulam nas cidades.
O crescimento da operação regular com mini e microônibus.
O desempenho do transporte rodoviário de passageiros – radiografia de 2002 e perspectivas para os próximos cinco anos. Análise comparativa entre avião e ônibus (quem subiu, quem desceu).
Guia dos pontos de parada nas rodoviárias brasileiras e os grupos que os operam.
Treinamento de pessoal.
Bilhetagem eletrônica.

GUIA DA INDÚSTRIA DO ÔNIBUS

Montadoras e encarroçadoras, linhas de chassis e carrocerias, fichas técnicas.
Quem é quem em marketing, compras e vendas.

GUIA DE EMPRESAS DE ÔNIBUS URBANAS, RODOVIÁRIAS, FRETAMENTO E TURISMO

GUIA DE FORNECEDORES DE PRODUTOS E SERVIÇOS

GUIA DE ENTIDADES

GUIA DE SECRETARIAS DE TRANSPORTE

FECHAMENTO PUBLICITÁRIO:

2ª QUINZENA DE FEVEREIRO DE 2003

Consulte sua agência de publicidade ou nosso depto. comercial



Tel/Fax: (11) 5096-8104

E-mail: otmeditora@otmeditora.com.br

Cidades, um ministério que dá esperança



O novo governo Luiz Inácio Lula da Silva criou alguns ministérios, entre eles o das Cidades, para cuidar de transporte, trânsito, habitação, saneamento e urbanismo. O comando da pasta foi entregue ao ex-governador gaúcho Olívio Dutra, que numa das falas iniciais no cargo montou um jogo de palavras para definir seu propósito: “Não uma cidade para sofrer, mas para usufruir”.

Louve-se a iniciativa, até porque ninguém mora no País, tampouco no Estado, mas nas cidades. Que, por isso mesmo, são fontes de problemas infundáveis, principalmente nos modelos econômicos que literalmente forçam o sujeito a abandonar sua cidadezinha para tentar a sorte na “cidadona”. Não há infra-estrutura que agüente o afluxo de tantos migrantes, certamente. Metrôpoles como São Paulo, Rio, crescem – perdão, incham – da noite para o dia. É evidente que o poder público não tem como acompanhar esse ritmo e, de descompasso em descompasso, sobrevêm as mazelas urbanas traduzidas em violência, explosão das favelas e outros graves indicadores que semeiam o sofrimento.

O governo federal sempre olhou as cidades à distância, com as lentes ofuscadas de Brasília. Os ministérios nunca tiveram foco na cidade, a grande panela de pressão brasileira.

Trânsito, transporte, cidade, são faces de uma só moeda, que devem, por isso mesmo, ser tratadas de forma conjunta. O ministro Dutra sabe que o dedo federal é providencial, mas se deve sempre levar em conta a contribuição localizada. “Queremos instigar as ações de cada município. Não vamos padronizar as ações, vamos considerar as diferentes características de cada região”, disse.

O transporte, particularmente, Olívio Dutra conhece bem. Sua capital, Porto Alegre, tem um bom sistema, construído há décadas. “Exportar” experiências locais bem sucedidas parece fácil, mas esbarra, quase sempre, na má vontade política em acatar as boas idéias.

Basta lembrar que o ex-governador do Paraná Jaime Lerner, competente criador do sistema de transporte integrado por ônibus em Curitiba, não teve êxito em transplantar a experiência para o Rio e São Paulo. Atacado por ciúme político – o pior entre os ciúmes – Lerner frustrou-se nas duas ocasiões.

O Ministério das Cidades poderá trazer dinheiro e, pagando a conta, terá condições de exigir contrapartidas, uma delas é o cumprimento de projetos de transporte que efetivamente ajudem a minorar o sofrimento e os custos dos usuários.



Ano 12 - nº 57 - dez. 2002/jan 2003
R\$ 10,00

DIRETOR

Marcelo Ricardo Fontana
marcelofontana@otmeditora.com.br

SECRETÁRIA EXECUTIVA

Maria Penha da Silva
mariapenha@otmeditora.com.br

FINANCEIRO

Vidal Rodrigues
vidal@otmeditora.com.br

REDAÇÃO

Editor

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

Colaboradores

Sonia Crespo
Carmen Ligia Torres

Diretor de Arte

Alexandre Henrique Batista
alexandre@otmeditora.com.br

DEPARTAMENTO COMERCIAL

Carlos A. Criscuolo
carlos@otmeditora.com.br

Vito Cardaci Neto
vito@otmeditora.com.br

Maria Rita Fleury Zani
rita@otmeditora.com.br

CIRCULAÇÃO

Tania Nascimento
tania@otmeditora.com.br

Representante Paraná e Santa Catarina

Gilberto A. Paulin
Tel.: (41) 222-1766

Tiragem

10.000 exemplares

Assinatura

Anual: R\$ 65,00 (cinco edições mais um Anuário) Pagamento à vista: através de boleto bancário, depósito em conta-corrente ou cheque nominal à OTM Editora Ltda. Em estoque apenas as últimas edições

Periodicidade

Circula no mês subsequente ao de capa

As opiniões expressas nos artigos e pelos entrevistados não são necessariamente as mesmas de Technibus



Redação, Administração, Publicidade e Correspondência:

Av. Vereador José Diniz, 3.300 - 7º andar, cj 702 - Campo Belo - CEP 04604-006

São Paulo, SP

Tel/Fax: (11) 5096 8104 (seqüencial)

otmeditora@otmeditora.com.br

SUMÁRIO

CHASSIS

Ao contrário dos tradicionais fabricantes, novatos do setor encerraram o ano de 2002 com recordes de comercialização

8

EXPORTAÇÕES

De olho em novas exportações à Arábia Saudita, a Volkswagen investe na assistência técnica para os ônibus da marca que rodam no país

10

CARROCERIAS

Fabricantes esperam reação do mercado doméstico para 2003, já que em 2002 a boa produção refletiu em grande parte as exportações

11

EMPRESAS

A encarregadora espanhola Irizar está reestruturando a linha de produção para dobrar o volume de unidades fabricadas por mês

13

INDUSCAR

A nova Caio desacelera o ritmo de expansão, lança o modelo rodoviário Giro e prepara-se para explorar o mercado externo

14

NEOBUS

Encarregadora gaúcha aposta no novo modelo rodoviário Spectrum para enfrentar a retração do mercado nacional

16

URBANO

Sistema de transporte por ônibus na cidade de São Paulo tem novas regras de operação para resgatar passageiros perdidos em dez anos

18

EXPRESSO

Manaus inaugura corredor exclusivo para ônibus que interliga as zonas Norte e Leste da cidade e transporta até 350 mil passageiros por dia

22

RODOVIÁRIO

Viação Cometa mostra novo visual de sua frota de ônibus, que passou a incorporar chassis da marca Mercedes-Benz

24

INTERNACIONAL

Londres renova seus tradicionais ônibus vermelhos de dois andares com chassi desenvolvido pela Volvo especialmente para a cidade

28

MAIORES 2002

Gontijo, Três Amigos e Empresa de Ônibus Guarulhos foram as vencedoras do prêmio "As Maiores e Melhores do Transporte"

30

PINTURA DE FROTAS

Concurso de pintura de 2002 premiou o equilíbrio da imagem e a ousadia das cores nos ônibus da Viação São Luiz

32

COMPONENTES

Bosch do Brasil amplia produção e fornece sistemas inovadores para motores eletrônicos, como o Common Rail e o Unit Pump

34

SEÇÕES

Editorial 5

Panorama 36

Custos Operacionais 42



Bom é ver o que passou
e saber que ainda tem
muito chão pela frente.

Conte com a gente em 2003

TIPLER

www.tipler.com.br

A ascensão da ala jovem

Em 2002 os fabricantes com menos tempo de mercado avançaram nas vendas domésticas, enquanto as marcas tradicionais tiveram retração de volumes e conseqüente queda de participação



Os tradicionais fabricantes de chassis para ônibus, Mercedes-Benz (DaimlerChrysler), Scania e Volvo não tiveram em 2002 bons resultados nas vendas domésticas. Em compensação, os “novatos”, Volkswagen, Agrale e Iveco bateram ano passado seus recordes de comercialização. Pode-se dizer que os três novos fabricantes compensaram as perdas do trio que está há mais tempo no mercado, já que o volume de vendas totais de 2002, de 16.331 chassis, ficou apenas 200 unidades abaixo do ano anterior, de 16.531 chassis.

Com isso, foi mantida a estabilidade do mercado. Em 46 anos de indústria, o ano de 2002 foi o quarto melhor resultado.

Não se esperam para 2003 grandes alterações. Os dois maiores vendedores de chassis para ônibus, Mercedes e Volkswagen, responsáveis por 70% da comercialização, prevêem para o ano vendas internas totais ao redor de 17 mil unidades.

SOBE E DESCE – Do time das tradicionais fábricas, a Mercedes, que comercializou 7.575 unidades

– abaixo do volume de 2001, de 8.184 chassis – continua líder do segmento de chassis para ônibus, com quase metade do mercado. A Volkswagen, no páreo desde 1993, há dez anos, vice-líder, vem subindo, ano a ano. Enquanto a Mercedes realizou seu 21º melhor resultado em 46 anos de participação, a Volkswagen, no ano passado, obteve o recorde de comercialização, com 4.316 chassis, ficando com cerca de um quarto do mercado. A empresa, em 2002, lançou seu chassi com motor traseiro, ampliando a linha de produtos.

Outra empresa que vem ampliando sua participação é a brasileira Agrale, instalada no Rio Grande do Sul. Em 2002, com 3.692 chassis, também obteve seu recorde de todos os tempos. A empresa gaúcha concentra grande parte de sua força de venda no chassi para microônibus encarroçado pela parceira Marcopolo.

Se a Agrale vem mantendo a terceira classificação no ranking de vendas domésticas, a antes quarta colocada, a sueca Scania, perdeu essa posição, em 2002, para a conterrânea Volvo, que vendeu 359 chassis, poucos é verdade, mas suficientes para superar a Scania, que comercializou 327 unidades. Não foi a

Volvo que cresceu (em 2001, vendeu 514 chassis), mas a Scania que sofreu alguns baques. No início do ano passado a montadora elevou os preços dos chassis em 25%, um fator que pode ter inibido negócios, já que os competidores, pelo menos naquele instante, não fizeram o mesmo.

Em 2002, a marca Scania teve também alguns reveses. A Viação Cometa, cliente fiel da marca durante décadas, foi vendida para o grupo de Niterói que opera a Auto Viação 1001. O novo controlador, entre as mudanças realizadas, decidiu diversificar as compras de chassis e, pelo menos no ano passado, concentrou a quase totalidade dos pedidos na marca Mercedes-Benz. Outro dissabor da Scania foi não ter recebido um pedido de 100 chassis que anualmente obtém da Empresa Gontijo, de Belo Horizonte (MG). O negócio foi adiado para 2003.

AR-CONDICIONADO – Nos centros urbanos – onde segundo levantamento da Associação Nacional de Transporte Urbano (NTU) há uma frota de 100 mil ônibus regulares – persiste há anos uma queda no volume de passageiros movimentados pelas empresas. De 20 bilhões de usuários transportados em meados dos anos 90, estima-se atualmente um total em torno de 15 bilhões de passageiros.

Outros meios de transportes, como metrô, trens e automóveis, podem ter ficado com uma parte daquilo que os ônibus perderam. Mas, é notório, também, que houve uma forte migração do passageiro

OS CINCO MELHORES ANOS

Chassis de ônibus

Produção		Vendas internas		Exportações	
Ano	Unidades	Ano	Unidades	Ano	Unidades
1992	24.286	1991	16.865	1992	9.176
2001	23.373	2001	16.531	1994	8.284
1991	23.012	2000	16.383	1993	7.953
2002	22.678	2002	16.331	1997	7.075
2000	22.672	1998	15.228	2001	6.886
				2002*	6.760

* 6º melhor resultado em 42 anos (1961/2002)
Fonte: Anfavea

OS CINCO MELHORES ANOS

Chassis de ônibus

(Vendas internas - por fabricante)

DaimlerChrysler		Volkswagen		Agrale		Volvo		Scania		Iveco	
Ano	Unidades	Ano	Unidades	Ano	Unidades	Ano	Unidades	Ano	Unidades	Ano	Unidades
1991	13.540	2002	4.316	2002	3.692	1996	1.169	1991	1.969	2002	246
1995	11.651	2001	3.991	2001	2.900	1998	1.085	1995	1.516	2000	142
1992	11.323	2000	3.451	2000	2.760	1991	1.069	1990	1.372		
1978	11.289	1998	2.521	1999	1.417	1995	1.012	1996	1.369		
1977	11.288	1997	2.301	1998	703	1992	951	1997	1.351		
2002*	7.575					2002**	359	2002***	327		

* 21º melhor resultado em 46 anos (1957/2002); ** 20º melhor resultado em 24 anos (1979/2002); *** 28º melhor resultado em 44 anos (1959/2002)

Fonte: Anfavea

para o chamado transporte informal, que aos poucos vem se transformando em formal (regulado) e, nessa evolução, mudando o perfil do veículo: de peruas para minis e microônibus, com maior capacidade.

É visível a mudança da frota. Minis e microônibus invadiram as cidades, em boa medida, também, operados pelas empresas tradicionais, com o objetivo de aumentar frequências e adequação a uma nova realidade de trânsito e de competição com o transporte informal.

Entre outras medidas adotadas pelas empresas tradicionais em algumas cidades está a instalação de ar-condicionado em ônibus urbanos convencionais de duas portas. Não há, certamente, uma generalização, mas, o Rio, em boa medida, elegeu o ar como um atrativo para conquistar ou reaver o passageiro.

Nota-se, ainda, uma forte tendência de ampliação dos sistemas integrados de ônibus, uma saída que nesses momentos de crise, tem mais chance de ser consensual. A integração reduz tempo de viagem, barateia a tarifa, cativa o usuário convencional, além de ser eficaz na tarefa de trazer para o transporte coletivo até mesmo adeptos do automóvel.

No âmbito do transporte rodoviário, nota-se uma “simplificação”

nos ônibus de curtas distâncias e uma amplitude na sofisticação em certas linhas de médias e longas distâncias. Em certos estados, com a profusão das praças de pedágios, troca-se o ônibus de três eixos pelo de dois como forma de reduzir o custo, já que a taxa é cobrada por eixo.

Nas linhas onde a competição é mais intensa – com o automóvel, avião ou mesmo com outras empresas de ônibus – amplia-se o movimento de tornar a viagem de ônibus mais rápida, confortável, segura ou até mesmo mais sofisticada. A generalização do ar-condicionado, o surgimento de carros de dois andares, a ampliação do espaço entre as poltronas são ações cada vez mais corriqueiras.

EXPORTAÇÕES CRESCEM

Desde 1961, quando o Brasil começou a exportar ônibus, 2002 foi o quarto melhor resultado, com 6.886 chassis colocados no exterior (é claro que a venda se dá em grande parte com o chassi encaroçado).

Mas, o fato é que o País, como um dos maiores fabricantes de ônibus do mundo, tem aproveitado as vantagens da escala para vender no exterior. Sem dizer que o câmbio favorável tem sido fundamental para ampliar a competitividade e, por extensão, consolidar a base exportadora.

Com isso, mesmo eventuais abalos – como o registrado na Argentina, que estava na lista dos maiores importadores – foram compensados pela diversificação de mercados. A Arábia Saudita nos três anos que se encerram em 2002 comprou 1,5 mil ônibus do Brasil, um pedido extraordinário e que poderá ser renovado.

Com os ventos favoráveis da exportação, a Mercedes-Benz compensa a queda de volumes no mercado interno. Em 2001, a subsidiária brasileira vendeu domesticamente 8,2 mil chassis e outros 4,2 mil no exterior. Com a produção de 12,3 mil unidades, respondeu por 46% do volume tal de ônibus fabricado pela companhia no mundo.

Em 2002, não foi diferente. Repetiu a dose de 12 mil unidades, destinando mais de um terço para o exterior. De cada dez chassis exportados, a Mercedes figura em sete.

Uma das conquistas relatadas com orgulho pela subsidiária da Mercedes é o fato de que se tornou o centro mundial de competência para o desenvolvimento de chassis para ônibus.

Na mesma linha, a Volkswagen – que não produz ônibus em outro país – faz de sua fábrica de Resende (RJ) um centro único do negócio.

Volkswagen quer vender mais à Arábia Saudita

Montadora de Resende, que vendeu 700 ônibus para operar nas difíceis condições do deserto saudita, capricha na assistência técnica para garantir novos pedidos



Ônibus da Volkswagen em operação: viagem a 10 km por hora sob um calor de 40 graus



Os ônibus completos brasileiros encarroçados pela gaúcha Marcopolo sobre chassis Volkswagen, fabricados em Resende (RJ), e Mercedes-Benz, em São Bernardo do Campo, ABC paulista, quando chegam fevereiro, entram em operação especial. Neste mês se dá o auge das comemorações que resultam nas viagens à Meca e Medina, cidades sagradas dos muçulmanos na Arábia Saudita.

Por isso mesmo, fevereiro é considerado a prova de fogo. O comprador dos ônibus brasileiros, a Transportadora Tamimi & Saihati (Taseco) é um dos responsáveis pela viagem de 5 milhões de muçulmanos às cidades sagradas. Mas, não é uma viagem qualquer. Ela dura em média três dias, envolvendo uma frota na casa de 10 mil ônibus. O percurso, de 380 km, é transportado numa velocidade muito baixa, numa toada de 10 km horários. Não bastasse isso, a temperatura é

entregues. Não precisa dizer que sob condições tão adversas, o pós-venda é fundamental – não só para cumprir o contrato, mas com vistas a futuros pedidos. “Os veículos precisam estar em ótimas condições. Se algum deles apresentar problemas, o caos é total”, diz Diogo Pupo Nogueira, gerente executivo de assistência técnica da Volkswagen brasileira, que, em 2003, completa o segundo ano na coordenação da operação, cujo ponto mais agudo acontece a cada fevereiro.

Segundo a Volkswagen, a operação, por exigir bastante complexidade, tem a presença de pelo menos oito técnicos brasileiros, que se responsabilizam pelos serviços de manutenção. Ainda de acordo com a empresa, a qualidade do trabalho é supervisionada por líderes religiosos.

Para as empresas brasileiras, especialmente a Volkswagen, que ainda é novata no ramo, a experiência tem sido proveitosa. Um de seus

abrasadora – mesmo no inverno, atinge 40 graus Celsius.

A Volkswagen, que vendeu 700 dos 1.500 chassis e já entregou mais da metade do lote, completa neste fevereiro o segundo ano de experiência na Arábia Saudita fornecendo apoio e assistência técnica aos veículos

compromissos assumidos consiste em treinar os motoristas – que obrigatoriamente devem ser muçulmanos. Os motoristas não têm experiência com veículos de transmissão mecânica. Isso fez com que a montadora instalasse na capital da saudita, Jedá, simuladores e painéis didáticos para garantir a eficácia do treinamento.

Outra tarefa de apoio à operação no deserto é prestar assistência integral. Para isso, a Volkswagen colocou um caminhão adaptado como oficina a serviço do trabalho na Arábia Saudita, o que tem contribuído para o bom desempenho dos ônibus. “Treinamos três mecânicos e dois gerentes da Taseco na fábrica de Resende e desenvolvemos literatura técnica em árabe, agilizando nosso trabalho no País”, explica Pupo, certo de que em 2004 os técnicos da empresa serão auto-suficientes.

Os chassis Volkswagen exportados são modelo 17.240 OT, ou seja, com motor traseiro. A Mercedes-Benz manda o modelo O 500 M. Todos os chassis são encarroçados com o modelo Andare, da Marcopolo.

Como a legião de muçulmanos é extensa e arraigada em várias partes do mundo – e seus seguidores devem cumprir o ritual de ir à Meca pelo menos uma vez na vida – o transporte tem público cativo. Assim, os fabricantes brasileiros – que nem entregaram todo o lote de 1,5 mil ônibus, já que o cronograma inicial vai até 2005 – estão inscritos numa nova licitação, na casa de mil ônibus, prevista para ser aberta neste início de 2003.

Ano recorde para três

Marcopolo, Ciferal e Comil, ligadas à Fabus, registraram em 2002 seu maior volume de produção, embaladas em grande parte pelas exportações. Para 2003 espera-se reação no mercado doméstico

Os fabricantes de carrocerias tiveram em 2002 o segundo melhor resultado em 32 anos, desde 1971 quando a Fabus, a entidade que reúne os fabricantes, iniciou a divulgação de informações sobre seus associados. Nos números finais – além dos quatro atuais filiados (Marcopolo, Ciferal, Busscar e Comil) – está incluído o desempenho da marca Caio (hoje operada pela Induscar) que deixou de integrar a Fabus a partir de 2001.

O ano de 2002 também foi o segundo melhor desempenho do setor em 32 anos.

Nos últimos dois anos, 2001 e 2002, o que se nota é um incremento das exportações, que passaram a representar, nesse período, um terço do total produzido.

A Marcopolo é a líder disparada em vendas externas. O fabricante de Caxias do Sul exportou em 2002 um total de 4.390 carrocerias, 71,5% do volume total, de 6.139 unidades. O segundo maior vendedor externo, a catarinense Busscar, colocou 631 unidades.



A líder Marcopolo exportou 4.390 carrocerias em 2002, 71,5% da produção

O que se vê claramente é que o tamanho do mercado brasileiro é pequeno para os fabricantes de carrocerias – que, assim, tratam de exportar para manter o ritmo das fábricas.

RECORDE DE TRÊS – Com a ajuda das exportações, em 2002, três fabricantes de carrocerias bateram seu recorde de produção. A Marcopolo, a líder disparada, fabricou 8.217 unidades, segundo a

Fabus, superando seu recorde anterior, de 1998, quando produziu 7.572 carrocerias.

Em 2002, entre os associados da Fabus, a carioca Ciferal, pertencente ao grupo Marcopolo, foi a vice-líder em produção, com 2.570 carrocerias, tomando a posição que pertencia à Busscar, que passou a ocupar a terceira posição (2.130 unidades) apenas quatro carrocerias à frente da Comil, que mon-

tou 2.126 unidades. Enquanto a gaúcha Comil, de Erechim, também registrou em 2002 seu recorde histórico de produção, a Busscar, no ano passado, anotou seu 12º melhor desempenho em 32 anos.

A marca paulista Caio, desde 2001 arrendada pela Induscar,

OS CINCO MELHORES ANOS

Carrocerias de ônibus

Produção		Exportações		Exportações por marca	
Ano	Unidades	Ano	Unidades	Fabricante	Unidades
2001	19.874	2001	6.254	Marcopolo	4.390
2002	19.843	2002	6.139	Busscar	631
1998	18.791	2000	4.831	Caio	576
1996	18.498	1997	3.614	Comil	359
1997	18.339	1998	3.408	Ciferal	183

Fontes: Fabus e Induscar (Caio)

OS CINCO MELHORES ANOS DE CADA FABRICANTE

Carrocerias de ônibus

(vendas internas - por fabricante)

Marcopolo		Ciferal		Comil		Busscar		Caio	
Ano	Unidades	Ano	Unidades	Ano	Unidades	Ano	Unidades	Ano	Unidades
2002	8.217	2002	2.570	2002	2.126	2001	5.538	1996	5.642
1998	7.572	1996	2.288	2001	1.821	2000	5.458	1995	4.833
2001	7.554	2001	2.261	2000	1.628	1995	4.146	2002	4.800
1997	6.899	1998	2.257	1998	1.313	1998	4.069	1997	4.614
2000	6.845	1995	2.156	1999	1.216	1997	3.869	1992	4.474
						2002*	2.130		

* 12º melhor ano no ranking da empresa
Fontes: Fabus e Induscar

operador de ônibus urbano em São Paulo, registrou em 2002 seu terceiro maior volume de produção, com 4,8 mil unidades, superado por dois anos anteriores: em 1995 fez 5.642 carrocerias e, no ano seguinte, 4.833 unidades.

Em 2002, as carrocerias urbanas convencionais lideraram a participação, com 48,7% do volume produzido. Em seguida, vieram as carrocerias rodoviárias, com 30,9%. Carrocerias para microônibus (13,3%) e miniônibus (7,1%) representaram 20,4% do volume dos quatro associados da Fabus.

Para 2003, as perspectivas são de manter ou até ampliar um pouco o volume de produção em relação ao ano anterior. Há esperanças de que, sob a égide do governo Luiz Inácio Lula da Silva, desabroche a renovação no mercado interno, já que o partido do presidente, o PT, tem identificação com o transporte coletivo.

No terreno das exportações, os fabricantes de carrocerias prevêem níveis elevados de vendas, no patamar de um terço do total produzido. A exceção é a Marcopolo, que, a exemplo do que registrou no ano passado, destinou 54% do que

fez para o mercado externo.

É de se esperar – sem grandes alardes, pelo menos no primeiro ano do governo Lula – que haja uma reação do mercado interno. Várias correntes empresariais colaboraram monetariamente na campanha do novo presidente e, por certo, aguardam um movimento de reação nas compras.

A partir da confirmação da vitória de Lula houve uma reação no movimento de passageiros. Nada que espante, mas, pelo menos, traz esperanças. No âmbito do transporte rodoviário, por exemplo, algumas operadoras anotaram, nos últimos meses do ano, aumento de até 10% no volume de passageiros.

De outro lado, a pressão de custos operacionais é contínua, sobretudo do óleo diesel, combustível que move os ônibus e que tem registrado altas de preços frequentes – mais por conta do ambiente externo agitado que eleva as cotações do petróleo no mercado internacional – do que domesticamente. Isto porque, o Brasil, hoje produz 90% do óleo que consome – situação inversa à vivida, por exemplo, no início da década de 80 quando os conflitos no Oriente Médio provocaram estonteantes subidas de cotação.



A Comil atingiu no ano passado seu recorde de produção, com 2.126 unidades

Exportação num ritmo maior

Encarroçadora de origem espanhola destinou no ano passado 55% da produção para o exterior e prevê uma aceleração nesse nicho em 2003, quando estima exportar 60% do volume de carrocerias fabricadas

A partir do segundo semestre de 2003 a Irizar Brasil, fabricante de origem espanhola instalada em Botucatu, no interior paulista, estará preparada para um novo ritmo de produção, numa cadência de quatro unidades diárias, se a demanda aumentar. Isto significa dobrar o volume.

No ano de 2002, ainda de acordo com a empresa, a produção foi de 650 carrocerias. O mercado externo absorveu a maioria – ficou com 55% das unidades.

Por ora, a Irizar prevê, para 2003, um ritmo de produção idêntico ao de 2002, na casa de 650 carrocerias, mas, a importância da exportação no mix da produção aumentará – em vez de 55%, deverá absorver 60% do volume.

Desempenho da Irizar

Ano	Produção (em unidades)	Exportação (em %)
2002	650	55
2003 *	650	60

* Estimativa

Com um quadro de 250 funcionários, a Irizar Brasil tem como maiores mercados externos os países da América Latina – com destaque para México, Chile, Peru, Bolívia – e da África e Ásia.

No mercado doméstico, a empresa destaca, entre seus clientes, a Viação Cometa, Reunidas Paulista, Normandy, Breda, Expresso União, Empresa Cruz, Expresso de Prata, Novo Horizonte e Entram.

BRASIL NO RANKING – A Irizar informa que é a segunda maior fabricante mundial de ônibus para aplicações rodoviárias, atrás apenas da DaimlerChrysler, responsável pela marca Mercedes-Benz. Com um detalhe: “Especificamente, na Espanha, Itália, França, Inglaterra, Suíça e Suécia, a Irizar é a primeira no ranking”, ainda de acordo com a encarroçadora de origem espanhola. A fábrica da Irizar brasileira, em particular, é a terceira em importância entre as sete fábricas do grupo mantidas no mundo.

Nos planos da subsidiária brasileira, para os próximos anos, estão



Principais mercados externos da Irizar Brasil: México, Chile, Peru e Bolívia

investimentos voltados à “qualidade e novos produtos e direcionados para os segmentos do transporte rodoviário e turismo.”

A Irizar Brasil fatura ao redor de R\$ 100 milhões.

DISTRIBUIDOR ORIGINAL DE PEÇAS COMIL

•Linha Completa



Multibus Comércio de Peças Ltda
Rua Lamenha Lins 941
Tel/Fax 41 322-9737
80250-020 Curitiba, PR

Nova Caio cresce a ritmo mais lento

A Induscar, que assumiu a marca Caio, depois de acelerada expansão, reduz o ritmo e concentra-se em duas promissoras áreas de negócios: exportações e carroceria rodoviária, com modelo batizado de Giro

D aqui pra frente, tudo vai ser diferente... O trecho da letra de uma conhecida canção da jovem guarda se encaixa na realidade que a fabricante

de carrocerias Induscar espera para sua trajetória. Inaugurada em 2001 ao arrendar os ativos da tradicional marca Caio, com mais de 50 anos de existência, a Induscar – Indústria e Comércio de Carrocerias, do grupo Ruas, operador de 4 mil ônibus urbanos na cidade de São Paulo, está consciente de que a rápida ascensão nos níveis de produção, agora, entrará numa fase de abrandamento.

Com efeito, depois de assumir a Caio em frangalhos, a Induscar, já no primeiro ano de atividade, conseguiu produzir 2,7 mil carrocerias, número que subiu para 4,8 mil unidades em 2002. “De agora em diante esperamos crescer menos, entre 10% e 15% em 2003”, diz o diretor comercial Paulo Ruas.

Para crescer, o executivo conta com o apoio das exportações, que representaram, em 2002, 12% do total produzido. “Para 2003 achamos que as vendas externas devem se situar entre 15% e 18% do volume total”, assinala. Em comparação, as vendas externas de 2001



Paulo Ruas: exportar é fundamental para melhorar a rentabilidade

totalizaram 135 unidades, 5% da produção de 2,7 mil carrocerias.

Outra sustentação para o crescimento virá da diversificação de portfólio de produtos. Até 2002 apoiada nas carrocerias urbanas, nas versões mini, micro e convencional, a Induscar começa na terceira semana de fevereiro a produzir seu primeiro modelo rodoviário para aplicações rodoviárias, em curtas e médias distâncias. O objetivo em 2003 é produzir em torno de 400 carrocerias do produto que foi batizado com o nome de Giro. A versão inicial será o Giro 3400, já anunciado em publicidade com a seguinte mensagem: “A Caio vai desbravar as estradas deste país com todo o conforto e a segurança que um ônibus rodoviário pode ter.”

A Induscar foi beneficiada claramente pela herança da Caio. Mas, para isso, o grupo Ruas teve de tomar uma

decisão pelo arrendamento levado pelo fato de ser o maior frotista da marca. Na época, José Ruas, comandante do grupo, disse que a não continuidade da Caio significaria incalculável desvalorização de seus ativos.

Paulo Ruas lembra que a manutenção de boa parte do quadro de pessoal da Caio foi um dos fatores decisivos do sucesso. “Praticamente, só não mantivemos a direção anterior, substituída por gente de nossa confiança”, explica.

Pode-se argumentar que a Induscar foi beneficiada pela crise ou vacilos de um ou outro competidor. Mas, a recíproca é verdadeira: nos anos pré-Ruas, de convulsões administrativas na Caio, foi a vez dos concorrentes se aproveitarem dos cochilos da marca paulista, funda-

Desempenho da Induscar			
(em unidades – carrocerias)			
	2001	2002	2003 (*)
Produção	2.700	4.800	5.500
Vendas Internas	2.565	4.220	4.500
Exportações	135	580	1.000

(*) Previsão

Fonte: Induscar – Indústria e Comércio de Carrocerias

Ficha Técnica - Giro 3400

Número de passageiros	40 a 52
Comprimento	12 m a 14 m
Largura	2,50 m
Altura	3,40 m
Pára-brisa bipartido (inteiriço opcional)	
Bagageiros passantes com portas pantográficas	
Poltronas reclináveis	
Teto externo em fibra de vidro	
Laterais e saias em alumínio	
Estrutura tubular galvanizada*	
Sanitário opcional	
Divisória para o motorista opcional	
Passadeira em Taraflex ou borracha	
Porta-pacote com luz individual**	

* Com poliuretano injetado da janela para baixo

** Sem tirantes de fixação



Giro 3400, versão inicial da linha de carrocerias rodoviárias da Induscar/Caio



Modelo transporta entre 40 e 52 passageiros

da em 1946 por José Massa e instalada, de alguns anos para cá, em Botucatu, cidade do estado de São Paulo próxima de Bauru.

A Induscar arrendou a marca e as instalações da Caio por um período de seis anos, a vencer em fins de 2005. O grupo Ruas paga por isso, mas também está inscrito na massa de credores. “Na época que assumimos, encontramos chassis no pátio com carrocerias já faturadas, mas não entregues. Honramos o compromisso, que não era nosso, fato que gerou um crédito”, lembra Paulo Ruas. Tal recebível poderá ser utilizado pelos arrendatários para garantir a aquisição da marca.

O próximo passo da Induscar é iniciar a produção da carroceria rodoviária, o que implica elevar o quadro de pessoal para 1,5 mil funcionários. A empresa retoma, assim, a posição de importante empregador da cidade.

Ao assumir a Caio, no início de

2001, o grupo Ruas valeu-se da contratação de pessoal pelo regime de cooperativa. A mão-de-obra organizou-se na Coopermetal, que passou a fornecer a força de trabalho à Induscar. Alguns meses depois, no entanto, houve pressão de sindicatos patronais, alegando à justiça de trabalho que a Induscar estaria praticando “dumping trabalhista.”

Os arrendatários da Caio foram surpreendidos, mas passada essa fase, tomaram uma decisão: não polemizar. E, para isso, reverteram o quadro: de contratantes de cooperados, passaram à condição de empregadores, seguindo o regime convencional da Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT). “Achamos por bem tomar esse caminho”, disse na ocasião o diretor industrial, Maurício Lourenço da Cunha.

Para 2003, a previsão da Induscar é obter um faturamento da ordem de R\$ 250 milhões. Em 2002, o montante chegou próximo de R\$ 200 milhões e, em 2001, foi de R\$ 115 milhões. Paulo Ruas não diz quanto, mas afirma: “Não sabemos trabalhar sem lucro.” Admite, no entanto, que o mercado é bastante competitivo, com margens apertadas e insumos que são indexados por cotações do mercado internacional. “Por isso mesmo precisamos

exportar, decisão fundamental para melhorar a rentabilidade, já que no exterior conseguimos colocar nossa carroceria por um preço superior ao comercializado no mercado interno.”

PERSPECTIVAS E MERCADO

– A Induscar entrou em 2003 com uma carteira de pedidos de 500 carrocerias, cerca de um mês e meio de produção. “Não estamos folgados, mas até que estamos bem se levarmos em conta que os meses finais de 2002 foram de baixas encomendas em decorrência da própria sazonalidade que esfria o mercado nesse período e da expansão das taxas de juros, que naturalmente inibem os negócios”, acentua Paulo Ruas.

O início de ano promete, segundo ele, pela conjunção de alguns fatores. “Praticamente todas as cidades reajustaram as tarifas urbanas e, nessas condições, há sempre uma motivação para melhorar o estado das frotas.”

Na frente externa, Paulo Ruas conta com a ampliação dos volumes por conta de alguns fatores. “Há várias negociações em andamento. Uma delas, já iniciada há tempos, envolve a exportação de 140 carrocerias modelo Apache para a República Dominicana. Como este, outros negócios estão acertados, Mas, só consideramos concretizado o acordo quando se dá a liberação da carta de crédito. Aí, sim, damos o passo seguinte, que é a produção efetiva”, ressalta. ■