



OPINIÃO

Gilda Collet Bruna:
"Mobilidade e
qualidade de vida"

TECHNI

bus

TRANSPORTE COLETIVO
E TRÂNSITO

Nº 45 - Ano 9 - junho/julho 1999 - R\$ 8,00

OTM
EDITORA LTDA.

MICROÔNIBUS

BUSSCAR ENCARA O SEGMENTO DE FRENTE

LANÇAMENTOS

MERCEDES-BENZ
AGITA O MERCADO

IMPORTADO

"AGORA", O ECOLÓGICO
DA RENAULT

CRIME ORGANIZADO

O SETPESP CONTRA
OS CLANDESTINOS



Os resultados
do 12º Congresso
Brasileiro de
Transporte e Trânsito

Onde é que nós vamos parar?

500
anos de
transporte

SUPLEMENTO ESPECIAL
Marcopolo 50 anos



Claudio
de Senna
Frederico

Entrevista

O que pensa
o novo presidente
da ANTP

DEPOIMENTO: CLÁUDIO REGINA EXPLICA A CONCORDATA DA CAIO



É COM ISSO QUE MEDIMOS CAPITAL DE GIRO.

A VOLVO SERVIÇOS FINANCEIROS É UMA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA ESPECIALIZADA EM TRANSPORTE COMPROMETIDA COM O SEU SUCESSO. POR ISSO, OFERECE AS MAIS VARIADAS OPÇÕES PARA VOCÊ ADQUIRIR E MANTER O SEU VEÍCULO VOLVO, FORMANDO UM VERDADEIRO PACOTE DE SOLUÇÕES:

- PLANOS DE AQUISIÇÃO VOLVO, COM DIVERSAS MODALIDADES E CONDIÇÕES DE FINANCIAMENTO.
- CONSÓRCIO NACIONAL VOLVO, QUE PARCELA CAMINHÕES E ÔNIBUS EM ATÉ 100 VEZES.
- LEASING VOLVO, PARA VOCÊ OBTER OS BENEFÍCIOS SEM TER A RESPONSABILIDADE DE UM PROPRIETÁRIO.
- PLANOS DE MANUTENÇÃO VOLVO, QUE AUMENTAM A DISPONIBILIDADE DO VEÍCULO, COM CUSTOS CONHECIDOS.

COM AS ALTERNATIVAS DA VOLVO SERVIÇOS FINANCEIROS, VOCÊ VAI LUCRAR MAIS A CADA QUILOMÉTRIO RODADO, PORQUE IRÁ:

- GERENCIAR OS CUSTOS E OS RISCOS E PLANEJAR MELHOR O FLUXO DE CAIXA.
- AUMENTAR A DISPONIBILIDADE DO VEÍCULO, OBTENDO MAIOR PRODUTIVIDADE.
- COMPROMETER-SE COM CUSTOS CONHECIDOS, PARA UM PLANEJAMENTO CONSISTENTE.
- VALORIZAR O SEU INVESTIMENTO, GARANTINDO MELHOR VALOR DE REVENDA AO VEÍCULO.
- TRABALHAR COM ESPECIALISTAS FINANCEIROS QUE CONHECEM AS SUAS NECESSIDADES.

E TODAS ESSAS SOLUÇÕES E VANTAGENS SÃO OFERECIDAS POR QUEM MAIS ENTENDE DO SEU NEGÓCIO. VOLVO SERVIÇOS FINANCEIROS. A INSTITUIÇÃO FINANCEIRA QUE SÓ PENSA EM TRANSPORTE.



O SEU SUCESSO É O NOSSO COMPROMISSO.

VOLVO

Serviços Financeiros

320



Concurso de Comunicação Visual e Pintura de Frota



Estão abertas até 17 de setembro de 1999 as inscrições para o 31º Concurso de Comunicação Visual e Pintura de Frotas.

Poderão se inscrever empresas de transporte rodoviário de carga e passageiros que tenham em suas frotas no mínimo três veículos.

O Concurso, promovido pela revista Transporte Moderno há trinta e dois anos, tem como objetivo estimular a criatividade e a utilização dos veículos como instrumento de divulgação e marketing das empresas.



Mais informações com Maria Penha
pelo fone (011) 3662.0277
ou fax (011) 3662.4630

transporte
MODERNO

DIRETOR
Marcelo Ricardo Fontana

REDAÇÃO

Editor-Chefe
Cássio Schubsky
cassiootm@uol.com.br

Editor-Assistente
Ivan Garcia
ivanotm@uol.com.br

Colaboradores
Débora Yuri Nakaie
Leonardo Fuhrmann
Rafael de Aguiar Covr.

Diretor de Arte
Alexandre Henrique Batista

Editor de Arte
Victor Padalko

Fotografia
Eduardo Ruegg

Secretária (Redação)
Maria Penha da Silva

Assessora de Diretoria
Ho Yen de Castro

Administração e Contabilidade
Aquiles José Baffa

Departamento Comercial
São Paulo
Carlos A. Criscuolo, Vito Cardaci Neto
Mana Rita Fleury Zani

Circulação
Cláudia Regina de Andrade

Representante R. de Janeiro
Sérgio Ribeiro
Tel.: (021) 262-8390 e 220-5515

Representante Paraná e Sta. Catarina
Gilberto A. Paulin
Tel. (041) 222-1766

Representante R. Grande do Sul
Ivano Casagrande
Telefax: (051) 231-0157 - Celular (051) 963-5748

Representante Brasília
Walter Filipetti
Telefax (061) 327 2572

Redação, Administração, Publicidade
Av. Marques de São Vicente 10
CEP 01139-000 - Barra Funda
São Paulo - SP - Brasil
Tel.: (011) 3662-0277 (Sequencial)
Fax: (011) 3662-4630 (Redação)
825-6869 (Comercial)

Tiragem
15 000 exemplares

Assinatura
Anual R\$ 94,00 (oito edições mais dois Anuários)
à vista. Pedidos com cheque ou vale postal a favor de
Editora TM Ltda. Exemplar avulso: R\$ 8,00.
Em estoque apenas as últimas edições. Dispensada
de emissão de documentação fiscal conforme R.E.
Proc.DRT 1 nº14498/85 de 06/12/85

Periodicidade
Circula no mês subsequente ao de capa

Registrado no 2º Ofício de Registro de Títulos
e Documentos sob o nº 705 em 23/07/1988.
As opiniões expressas nos artigos e pelos entrevistados não
são necessariamente as mesmas
de TechniBus.



Av. Marques de São Vicente, 10, Barra Funda,
CEP 01139-000, São Paulo, SP
Tel.: (011) 3662-0277
Fax: (011) 825-6869 e 3662-6120

Filiada à ANATEC e à ABEMD

E-mail:
otmeditora@uol.com.br

SUMÁRIO



ENTREVISTA

14

Claudio de Senna Frederico, o novo presidente da ANTP, defende uma nova sociedade brasileira, amparada no transporte público, e critica o Governo Federal: "Só há benefícios para a indústria do automóvel".

EXPOSIÇÃO

18

Mais de 150 expositores divulgam suas soluções para o transporte coletivo na Intrans (Exposição Internacional de Transporte e Trânsito), em Recife (PE).



TRANSPORTE E TRÂNSITO

19

12º Congresso Brasileiro de Transporte e Trânsito: autoridades e especialistas expressam suas opiniões sobre temas polêmicos que envolvem o transporte coletivo.

LANÇAMENTOS

24

Mercedes-Benz lança novos chassis e plataformas, além de apostar na motorização eletrônica.



MICROÔNIBUS

27

Busscar entra no quente mercado de microônibus e avisa: a América Latina também está na mira. Conheça Micruss, a nova linha da montadora.

CRIME ORGANIZADO

30

Guerra às vans: Setpesp (Sindicato das Empresas de Transporte Público do Estado de São Paulo) lança campanha contra o transporte clandestino.

DEPOIMENTO

32

O empresário Cláudio Regina explica a concordata da CAIO e conta, com exclusividade, como pretende reerguer seu império.



IMPORTADO

34

Renault apresenta ao mercado brasileiro o Agora, seu ônibus ecológico.

QUALIDADE

38

Nossa Senhora da Penha, de Curitiba (PR), ganha a ISO oferecendo qualidade e conforto aos passageiros.



OPINIÃO

42

Professora titular aposentada da FAU e presidente da Empresa Metropolitana de Planejamento da Grande São Paulo S/A, Gilda Collet Bruna analisa a relação entre transporte público, urbanização e o alcance de uma satisfatória qualidade de vida.

SEÇÕES

Editorial 6

Panorama 7

Market Share 40

Estado de Direito

A questão do chamado transporte clandestino, em megacidades como São Paulo, não pode mais ser tratada com delongas ou tergiversações. Já não há mais espaço para a “van” filosofia. É chegada a hora de tratar o fenômeno de frente.

A direção agressiva (contrária ao princípio da direção defensiva instituído pelo novo Código de Trânsito Brasileiro), a circulação sem levar em conta os critérios mínimos de inspeção veicular e a criação de organizações alheias aos mandamentos legais para aferir lucro já seriam, per si, motivos de preocupação aos que trabalham e produzem sob a tutela da lei.

Mas a coisa é mais grave. Muito mais grave. Porque estamos assistindo, verdadeiramente, à instauração de mais uma faceta do crime organizado, desta feita travestido de “serviço de transporte”. Intimidar, ameaçar e matar não são ações que estejam em consonância com o Estado de Direito, que deve reger as sociedades democráticas modernas. O pretexto da solução de problemas sócio-econômicos gravíssimos, como é o desemprego, não pode justificar o banditismo. O argumento de que vans e congêneres significam maior fluidez ao trânsito é, no mínimo, discutível.

Ao contrário do que possam imaginar os desavisados, a competição engendrada pelos perueiros ilegais não é um simples problema de concorrência empresarial, de ameaça à reserva de mercado das operadoras de ônibus. Mais do que afetar o sistema regular de transporte coletivo, a ação dos clandestinos desorganiza a própria noção de coisa pública, de espaço público, de bem público, de transporte público. Cabe à sociedade reagir a essa ameaça. Cabe ao Poder Concedente, às autoridades constituídas, à polícia e à Justiça coibir a ação inconseqüente, levada a cabo pelo transporte clandestino, ao arrepio da lei. Cabe às organizações representativas do transporte regular – serviço público de primeira necessidade – reagir, para deter o avanço da ilegalidade e para manter passageiros bem atendidos e satisfeitos. Como vem fazendo o Setpesp (Sindicato das Empresas de Transporte Público do Estado de São Paulo), que lançou uma campanha de esclarecimento sobre os riscos inerentes ao transporte clandestino. Uma campanha que já nasceu vitoriosa.

A redação

MERCADO

Gontijo faz a maior compra da história da Scania

A Gontijo, operadora de Belo Horizonte (MG), realizou a maior compra de ônibus rodoviários da história mundial da Scania. O negócio, de R\$ 14 milhões, envolveu a comercialização de 104 chassis K124, equipados com motor eletrônico de 420 cv, 4 chassis K124 com motor convencional de 360 cv e 8 chassis F94, também com motor convencional de 310 cv.



Em depoimento à **TechniBus**, o diretor-presidente da transportadora, Abílio Pinto Gontijo (foto), afirmou que a compra é quase

uma "rotina" na empresa. "Todo ano fazemos uma reposição de pelo menos 100 carros, para renovar e melhorar a frota", revela. Sobre o desempenho do transporte rodoviário de passageiros, Gontijo mostrou-se bastante confiante. "A queda de passageiro chegou ao fundo do poço. Agora deverá começar uma reação, que ainda será muito lenta." O empresário mineiro é otimista com o futuro do rodoviário.

"As empresas melhoraram muito o serviço, continuam melhorando e vão melhorar mais ainda no futuro", aposta. E prevê, com satisfação: "Nos

próximos anos, o setor vai crescer de 2% a 3% ao ano, o que será excelente".



À esquerda, o chassi 124K, da Scania; acima, veículos da frota sempre renovada da Gontijo

Passageiros preferem grandes aos micros, revela pesquisa



Pássaro Marron: sondagem entre clientes

A empresa de ônibus Pássaro Marron, de São Paulo, promoveu uma pesquisa de satisfação com 2.087 passageiros de 20 linhas intermunicipais na Grande São Paulo e no interior paulista. O levantamento foi feito pela Medida Certa Pesquisa e Estratégia de Gestão. Entre outros resultados, metade dos

usuários da empresa afirmou que se disporia a pagar mais por ônibus equipados com ar-condicionado e 2 em cada 3 entrevistados manifestaram preferência pelo "ônibus grande" em relação ao microônibus, em função de questões como conforto, espaço e segurança. A fatia que prefere o microônibus destaca a suposta maior rapidez do veículo. Cerca de 80% dos clientes entrevistados ale-

garam que não utilizam peruas como meio de transporte, principalmente pelo fator segurança.

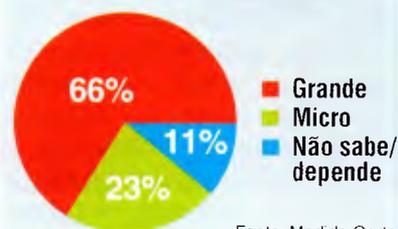
"O nível de satisfação do usuário da nossa empresa é bastante alto", comenta Thadeu Luciano Marcondes Penido, diretor vice-presidente. "Mas o triste foi constatar o aumento de passageiros de faixa de renda maior utilizando nossos ônibus", lamenta Penido.

A vontade dos usuários

Segundo a pesquisa da Pássaro Marron, por ordem de importância:

- ônibus confortáveis, equipados e bem cuidados
- modo de guiar do motorista seguro e confortável
- saídas e chegadas pontuais
- preços convenientes e justos
- diversidade de horários, com pouca espera
- tempo de viagem o menor possível
- linhas diretas, sem paradas/desvios
- bom atendimento aos passageiros
- segurança e conforto na rodoviária

Ônibus grande ou microônibus?



Nova direção na Abrati

Oscar Conte (foto), diretor-superintendente da Pluma Conforto e Turismo, foi eleito presidente da Abrati (Associação Brasileira das Empresas de Transporte Rodoviário Intermunicipal, Interestadual e Internacional de Passageiros). À **TechniBus**, Conte garantiu: "Vamos revitalizar o transporte rodoviário, que responde por 90% dos deslocamentos intermunicipais e interestaduais de passageiros".



Dinheiro para o passageiro

"No caso dos ramais ferroviários de São Paulo, não se trata de competição, mas de tráfego mútuo entre passageiros e cargas. Agora, tem que ver o interesse social. A sociedade tem interesse no transporte de passageiros. Nós temos que resolver o problema do transporte de passageiros sem prejudicar o transporte de cargas. Os ramais estão arrendados para o transporte de cargas, que cria as condições de uso do transporte de passageiros. O transporte de passageiros, normalmente, não é muito amplo, exatamente pela impossibilidade de custeio. Quando não há subvenção pública, o transporte de passageiro não vai muito longe, não."



(Eliseu Padilha, Ministro dos Transportes, em 28/06/99, ao ser questionado pela revista **TechniBus** sobre o conflito entre o transporte de cargas e passageiros nos ramais ferroviários da Grande São Paulo)

Rota registrada

Road Guard é o nome do novo sistema de controle automatizado de rotas lançado pela Personal Software, de Recife (PE). O programa une duas tecnologias: a Leitura de Imagens Digitalizadas, desenvolvida pela Personal, que lê automaticamente os discos de tacógrafos com a ajuda de um scanner, e a Memória de Contato, que atribui as viagens realizadas em um determinado período a um par motorista/veículo, através da identificação do motorista em um painel eletrônico. Mais informações: telefone (0xx81) 9132-1605.

Rede Brasil amplia serviços

A Rede Brasil de Viagens, *pool* criado em novembro de 1998 que reúne 26 empresas de transporte rodoviário de passageiros, coloca em operação dois novos serviços a partir de agosto. Um deles é um programa de descontos semelhante ao que vinha sendo utilizado pelas companhias aéreas no ano passado. Os valores dos descontos ainda não foram definidos. O outro serviço é o Brasil Rotas, um projeto de informatização que fornecerá aos passageiros informações sobre conexões, tempo de espera nos terminais e outros dados, consolidados *on line* com mais de 1.500 agências de viagens em todo o país. "Com esses serviços, queremos passar para os passageiros os ganhos que estamos conseguindo com a Rede", afirma José Ribeiro Sobrinho, coordenador da



Sobrinho: "Queremos repassar benefícios da Rede para os clientes"

Rede Brasil de Viagens e diretor de marketing da Viação São Geraldo.

Sobrinho revela também a intenção de montar um serviço nacional para o transporte de encomendas expressas nos ônibus rodoviários. "Nosso objetivo é concorrer com os Correios e as empresas de *courier*, já que temos cobertura nacional e custos compatíveis", adianta. Segundo o coordenador, o grupo de trabalho de Logística, responsável pelo projeto, já está em fase adiantada de estudo sobre a viabilidade do serviço.

METROFERROVIÁRIO

Alstom lança novos trens metroviários

A Alstom apresentou ao mercado brasileiro a família Metropolis Inox de carros para metrô. Construídos em aço inoxidável austenítico, os veículos metroferroviários da nova linha foram desenvolvidos na unidade de pesquisa da Alstom na cidade de São Paulo, considerada centro de excelência mundial da empresa no segmento de soluções para o transporte urbano.



Ficha Técnica do Metropolis Inox

Configuração do trem:	4 a 8 carros
Capacidade de transporte:	1.030 a 2.000 passageiros/trem
Comprimento por carro:	16,6 m a 24 m
Largura:	2.600 mm a 3.200 mm
Altura do piso:	1.050 mm a 1.305 mm
Portas:	3 a 5
Tensão de linha (VDC):	750, 1.500 e 3.000

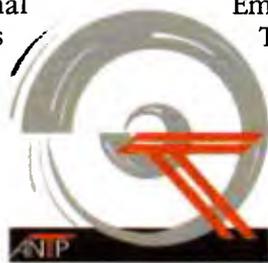
Metrô em Salvador

A Secretaria da Promoção de Investimentos e Projetos Especiais de Salvador (BA) e a Secretaria do Planejamento, Ciência e Tecnologia do Estado da Bahia divulgaram, em junho, os detalhes do projeto do metrô da capital baiana. O primeiro trecho implantado será o Lapa-Pirajá, com 11,9 Km, no sistema *Heavy Rail Transit*. Desse

total, 1,4 Km será em túnel, entre Bonocô e Lapa, 4,8 Km em elevado e 5,7 Km em superfície. Haverá ainda uma interligação, por ônibus, com o trecho ferroviário Calçada-Paripe, de 13,5 Km, que será restaurado. O processo de licitação já está em andamento, e as obras estão previstas para acontecer entre 1999 e 2003.

ANTP entrega Prêmio de Qualidade

A Associação Nacional dos Transportes Públicos (ANTP) realizou, em 15 de junho, a cerimônia de entrega do 2º Prêmio ANTP de Qualidade, que contempla programas de modernização, treinamento e educação voltados para o desenvolvimento da gestão do transporte e trânsito urbanos. A premiação aconteceu paralelamente ao 12º Congresso Brasileiro de Transporte e Trânsito, em Recife (PE). "A crise da mobilidade urbana obriga-nos a repensar o transporte e o trânsito nas cidades. O incentivo à modernização gerencial é um dos caminhos para a solução dos problemas", ressalta Iêda Maria de Oliveira Lima, coordenadora do Prêmio. Os projetos foram analisados em três categorias. Na categoria "Empresas Rodoviárias Urbanas e Metropolitanas", as premiadas foram a Companhia Carris Porto Alegre, de Porto Alegre (RS); a Rodoviária Metropolitana, de Recife; e a Empresa Vitória, de Fortaleza (CE).



PRÊMIO ANTP DE QUALIDADE

ANTP premia iniciativas de sucesso no transporte público

Em "Órgãos de Gerência de Transporte", destacou-se a BHTrans, Empresa de Transportes e Trânsito de Belo Horizonte (MG). Na categoria "Órgãos Gestores de Trânsito", a BHTrans foi novamente premiada, juntamente com a CET (Companhia de Engenharia de Tráfego de São Paulo). O 2º Prêmio ANTP de Qualidade selecionou projetos realizados no ciclo 1997-1999.

Simpósio em Brasília

Depois de realizar com sucesso o seu 12º congresso nacional, o próximo evento promovido pela ANTP será o simpósio *Sistemas Integrados de Transportes Urbanos*, em conjunto com a Associação Nacional das Empresas de Transportes Urbanos (NTU), em 25 de agosto, em Brasília (DF) Com o apoio da **TechniBus Feiras e Eventos**, o encontro reunirá empresários, técnicos e lideranças do setor, para a troca de experiências no desenvolvimento do transporte urbano brasileiro. Mais informações: telefone (0xx61) 321-9293

Viagem sem bug do milênio



Quick Ticket 2.0: gerenciamento de passageiros

A G&M Soluções, de Uberlândia (MG), lançou a versão 2.0 do software Quick Ticket, para gerenciamento do fluxo de passa-

gens e faturamento de agências de viagem e empresas de transporte rodoviário de passageiros. Segundo a empresa, a nova versão elimina o risco de panes e falhas no gerenciamento de passagens na virada para o ano 2000. Além disso, incorpora mais formas de conexão on-line, incluindo o X.28 e o Top Net, e um módulo de controle financeiro e descontos. Mais informações pela Internet, em www.gmsolucoes.com.br, ou pelo telefone (0xx34) 236-2191.

ÔNIBUS

Paratodos compara aço e alumínio

A Viação Paratodos concluiu um estudo em que comparou os custos envolvidos na utilização de rodas de aço e alumínio. Foram comparados dois ônibus urbanos Ford, modelo B-1618, de mesmo ano, com carrocerias Neobus Mega, pneus Michelin e que circularam na mesma linha, a Largo São Francisco - Vila Santa Catarina, na cidade de São Paulo. Após oito meses de teste, o ônibus com rodas forjadas de alumínio registrou redução de 40 L por mês no consumo de óleo diesel. Os conjuntos em aço apresentaram um desgaste 9% maior dos pneus e 120% maior das lonas de freio. "Após esse tempo de teste, os resultados são surpreendentes", diz o diretor técnico da viação, Manuel Ferreira. As rodas de alumínio foram fornecidas pela Alcoa.



Rodas de alumínio: economia nas ruas

Verdade cabal

"Nada traz mais benefícios à população do que um bom sistema de transporte. Cerca de 80% dos habitantes das cidades usam transporte coletivo e muitas vezes dependem dele."



(Oswaldo Schmitt, diretor da divisão de ônibus da Volvo do Brasil, em entrevista publicada na edição nº 85 da revista *Eu Rodar*)

Pensamento positivo

“Os resultados da produção e vendas de ônibus (e caminhões) de junho são os primeiros números favoráveis no ano. Muito mais do que uma previsão otimista, eu deixaria registrado um desejo de que eles permaneçam assim.”



José Carlos Pinheiro Neto, presidente da Anfavea, à **TechniBus e Transporte Moderno**, durante o evento de divulgação da Carta da Anfavea de junho)

Troca de informações

A Transporte Coletivo Geórgia, da cidade de São Paulo, decidiu realizar, mensalmente, um *benchmarking* com a participação de diversas empresas do setor. “É a melhor maneira de aprender com as outras empresas e não estagnar”, diz à **TechniBus** Luiz Carlos Brandão, diretor da empresa.



Benchmarking da Geórgia: aprendendo com os concorrentes

Há três anos, a Geórgia já vinha realizando eventualmente encontros do gênero, mas, para acompanhar o dinamismo do mercado, passou a organizá-los mensalmente. “Recebemos representantes de empresas do Brasil inteiro”, comemora Brandão. “A cada evento, aumenta nossa vontade de mostrar mais novidades na edição seguinte. E para poder mostrá-las, nós temos de realmente colocá-las em prática no dia-a-dia da empresa”, resume o empresário.

BILHETAGEM ELETRÔNICA

Novos sistemas de tíquetes automáticos



Easypass: teste em Curitiba (PR)

A Schlumberger está trazendo para o Brasil novas soluções para a automação de tíquetes e cartões para o transporte público. Em Curitiba (PR), a empresa iniciou os testes para a implantação do sistema de bilhetes eletrônicos em

toda a rede municipal de transporte, que vai operar com os cartões Easypass. Outra novidade apresentada em junho pela empresa é o terminal TPV, em uso no metrô de Paris. O equipamento confecciona na hora os bilhetes, de acordo com a opção pedida pelo usuário em um painel, acabando com prejuízos causados por roubo ou falsificação de passagens. “Além disso, com a opção do pagamento eletrônico, não há necessidade do uso de dinheiro na compra”, informa o gerente de soluções da Schlumberger, Sidney Santos.

Renner DuPont e Cesvi dão cursos para oficinas

A Renner DuPont e o Centro de Experimentação e Segurança Viária (Cesvi) estão oferecendo diversos cursos ligados ao trânsito urbano. Dois cursos de destaque são o que ensina métodos de reconstituição de acidentes de trânsito e o de consolidação de dados técnicos sobre segurança de vias públicas e veículos. As aulas deverão atingir 200 oficinas clientes da Renner DuPont, que terão direito a desconto, mas também poderão ser agendadas por oficinas que não trabalham com produtos da empresa. A partir do curso, elas são

classificadas nas categorias A (boa capacitação), B (atende parcialmente as exigências) e C (necessita de adequações), permitindo o planejamento de ações de aperfeiçoamento do serviço. “Decidimos unir esforços com o Cesvi para poder ampliar a oferta de treinamento às oficinas”, assinala Jorge Arruda, gerente de treinamento e serviços da Renner DuPont. O Cesvi é um centro de pesquisa privado que testa novos processos de recuperação de veículos. Mais informações e agendamento de cursos: telefone 0800 19 40 30.

Publicidade no ponto

A Markas, especializada em mídias alternativas, apresentou o MídiaPonto, um *backlight* especialmente projetado para a colocação de anúncios publicitários na parte superior do abrigo de pontos de ônibus. A novidade já está sendo instalada em Natal (RN). Além de painéis iluminados de 4,0 m X 0,7 m na parte



MídiaPonto: espaço padronizado nos abrigos

frontal e 2,4 m X 0,7 m nas laterais, o “pacote” do MídiaPonto oferece a padronização das paradas de ônibus, incluindo uma cobertura de chapa de policarbonato com alta resistência a impactos e raios ultra-violeta, com manutenção periódica e gratuita. Mais informações no telefone (0xx84) 213-6136.

**Quando você
pensa que seu
pneu está perto
do fim,** o nosso
trabalho está só
começando.



ZF comemora 40 anos com lançamentos

A ZF do Brasil, fabricante de sistemas de transmissão e direção, eixos e componentes de chassi, está comemorando 40 anos de operação no país com lançamentos em todos os segmentos de transporte. Uma das novidades é a transmissão automática Ecomat HP-500, importada da Alemanha, para utilização em ônibus da Mercedes-Benz, Scania e Volvo, que já vem sendo usada em modelos urbanos na cidade de São Paulo desde o início do ano. O produto passará a ser fabricado no Brasil em novembro de 1999, após investimento de US\$ 3 milhões na preparação de uma nova linha de produção, na fábrica de Sorocaba (SP).

A fábrica de embreagens da ZF, fundada em São Caetano do Sul (SP), em 1959, foi a primeira unidade da empresa fora da Alemanha. Na década de 60, a ZF já exportava para a Europa uma ampla



Ecomat HP-500: nova transmissão da ZF para ônibus

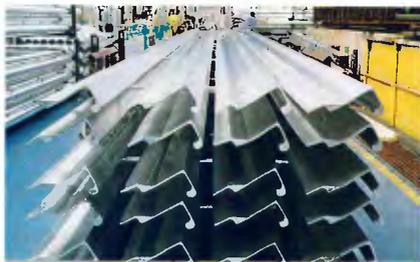
variedade de equipamentos, com a mesma tecnologia da matriz alemã. Na década de 70, com o Proálcool, a ZF iniciou a produção de direções mecânicas para os modelos Passat, da Volkswagen, e Chevette, da General Motors. Nas décadas de 80 e 90, já com a fábrica em Sorocaba, a empresa diversificou sua produção também para o setor de veículos agrícolas. Em 1998, ano em que firmou uma *joint venture* com a Robert Bosch, a ZF faturou US\$ 248,6 milhões.

Volvo Ocean Race terá etapa no Brasil

O Rio de Janeiro foi a cidade escolhida para sediar a etapa sul-americana da regata Volvo Ocean Race, competição náutica que reunirá veleiros em uma volta ao mundo, entre 2001 e 2002. A regata deverá chegar ao Brasil em março de 2002, após um dos tre-

chos mais longos e difíceis da circunavegação, vinda do oceano Pacífico. Para Ulf Selvin, presidente da Volvo do Brasil, a escolha do Rio de Janeiro ressalta a condição da unidade brasileira da montadora como base da atuação da Volvo na América do Sul.

Alcoa lança perfis para vagões e ônibus



Perfis de 17 m: opção à importação

A Alcoa investiu US\$ 500 mil para iniciar a fabricação de perfis de alumínio com 17 m. Com o novo produto, a empresa pretende atender, entre outros, os fabrican-

tes de carrocerias de ônibus e de vagões ferroviários, que passam a ter uma opção mais barata à importação dos EUA ou Europa. Os novos perfis reduzem a necessidade de emendas, baixando custos operacionais e agilizando o processo de fabricação. "Com a adaptação do leiaute, a Alcoa se alinha com os países mais avançados do mundo em termos de oferta de extrudados de alumínio", afirma Adilson de Souza Molero, gerente de desenvolvimento de produtos.

Obstáculos para a navegação eletrônica

A Blaupunkt, empresa do grupo Bosch sediada em Campinas (SP), está estudando a viabilidade de adaptação de um sistema informatizado de navegação, já utilizado na Alemanha, para as estradas e cidades brasileiras. O equipamento oferece rotas alternativas para que qualquer tipo de veículo possa evitar congestionamentos, baseado em informações recebidas via satélite comparadas com mapas digitalizados em CD-ROM. Segundo a empresa, ainda não há uma decisão final sobre a implementação do projeto no país. O maior obstáculo para a adaptação ao Brasil seria o custo de digitalização dos mapas de grandes cidades como São Paulo, já que, na Europa, os centros urbanos raramente ultrapassam um milhão de habitantes. A Blaupunkt estima que apenas a digitalização da capital paulista custaria US\$ 1 milhão.

HIDROVIÁRIO

Sistemas urbanos em queda

Os sistemas de transporte hidroviário urbano do Rio de Janeiro (RJ), Santos (SP), Salvador (BA), Aracaju (SE) e Vitória (ES) registraram uma queda de 33,8% no fluxo anual de passageiros entre 1991 e 1998, em relação à década de 80. A informação foi dada em maio, em uma edição especial sobre o transporte hidroviário do *Informe Infra-Estrutura*, órgão de divulgação da área de Projetos e Infra-Estrutura Urbana do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). No período dos anos 90, os sistemas das cidades estudadas transportaram 40,5 milhões de passageiros por ano, contra 61,2 milhões na década anterior.

Pirelli Novateck.

A tecnologia Pirelli na reconstrução de pneus.

Sendo o pneu o segundo maior item do custo operacional do setor de transporte, é necessária a **otimização** da carcaça em toda a sua vida e não simplesmente do pneu quando novo. Portanto, as sucessivas reformas da carcaça são fundamentais para se obter a melhor **relação custo/benefício**. Como resposta a essa necessidade do mercado, a **Pirelli** desenvolveu a linha **Pirelli Novateck**. Trata-se de um novo conceito em reforma que contempla os materiais utilizados tanto no processo "a quente" quanto "a frio". A formulação exclusiva da linha **Pirelli Novateck** contou com o **know-how Pirelli** na fabricação de pneus novos, resultando em materiais para reconstrução totalmente compatíveis com os compostos da carcaça **Pirelli**, proporcionando **maior rendimento** quilométrico. O pneu **Pirelli** reconstruído com a tecnologia **Novateck** tem a garantia **Pirelli** ampliada para até o final da **2ª reforma**, desde que reformado com selo **Reforma Garantida Pirelli - Tecnologia Novateck** em ambas reformas.

Procure um dos nossos reformadores credenciados.

VOCÊ PERGUNTA E A PIRELLI RESPONDE:

9(011) 715-5617

<http://www.pirelli.com.br>

**PIRELLI
NOVATECK**



POTÊNCIA NÃO É NADA SEM CONTROLE.

Pensamento coletivo

O secretário estadual de Transportes Metropolitanos de São Paulo e novo presidente da Associação Nacional de Transportes Públicos, Claudio de Senna Frederico, defende que todas as instâncias de governo dêem prioridade ao transporte coletivo

por Cássio Schubsky
Fotos: Eduardo Ruegg

T*echniBus: Que avaliação o senhor faz deste 12º Congresso da Associação Nacional de Transportes Públicos? As questões de trânsito vêm merecendo grande atenção, sobretudo a partir da municipalização do transporte público e do trânsito, definida pelo novo Código de Trânsito, não é?*

Claudio de Senna Frederico: O Congresso é, por um lado, um tanto quanto surpreendente. Acreditava-se que os congressos da ANTP realizados no quadrilátero Rio, São Paulo, Belo Horizonte e Brasília estavam mais predispostos ao sucesso. Este Congresso, em Recife, está sendo um sucesso, por se realizar no momento certo. E o trânsito é um dos eixos de atração para este encontro, porque é um problema universal, existe em todos os locais.

TB: *A posição da ANTP, expressa pela maioria de seus diretores, é bastante contrária à primazia do automóvel, não é?*

Senna: Sem dúvida. A ANTP não é contrária ao automóvel, como ela não é contrária a nada que é legal. O automóvel tem uma série de qualidades...

TB: *Sim, eu disse que a ANTP é contrária à primazia do automóvel...*

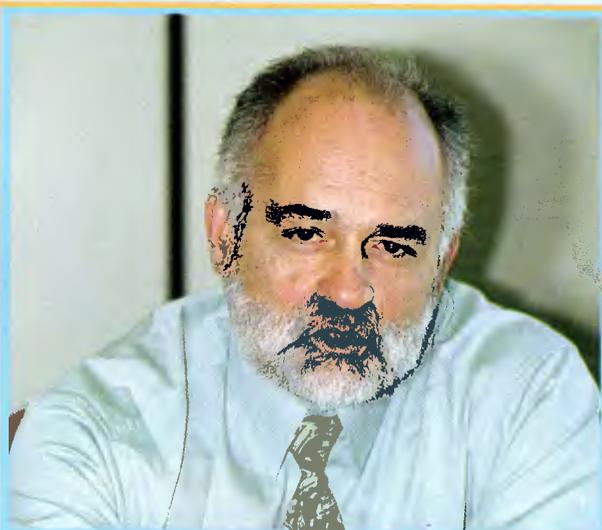
Senna: É isso aí, exatamente isso. O que a ANTP discute é que a opção pelo automóvel é exacerbada pela falta de apoio ao transporte público. Além disso, o Governo Federal tem tomado muitas medidas de apoio à indústria automobilística de uma maneira geral e não tem dado o mesmo tratamento em relação ao transporte público, que deveria ser, este sim, o eixo motriz no processo de transporte. A crise da indústria automobilística deveria ser compensada, in-

clusive, pelo investimento em outros tipos de indústria mais saudáveis. O automóvel certamente não precisa de ajuda. A posição da ANTP evoluiu e, hoje, o que ela está vendo é a vida na cidade, e esse investimento no automóvel não leva a uma cidade sadia. O transporte coletivo bem estruturado, bem

montado, principalmente dentro de um modelo europeu, é um paradigma muito mais interessante, gera cidades mais habitáveis, gera melhores condições de saúde, gera menos violência na cidade.

TB: *No início do metrô de São Paulo, poder-se-ia imaginar que a população não iria conviver com um transporte de alta qualidade, que haveria degradação. O senhor é secretário de Transportes Metropolitanos do Estado de São Paulo e tem tido experiência com os novos trens de passageiros. De fato, a população aceita a melhoria substancial da qualidade do transporte?*

Senna: O processo é diferente. O metrô, quando chegou, não existia nada. O próprio rótulo de uma construção nova, de uma solução a partir do zero e que só funciona quando fica pronto, facilita enormemente a questão. O trem, não. O trem tem muitos anos, tem uma carga de preconceitos em relação a ele. Ele já está num determinado lugar. E você tem meio que ir fazendo a mudança ao longo do tempo em que ele continua a funcionar. E, muitas vezes, a percepção de quem usa, já que ele vai sendo usado à medida que vai sendo melhorado, não é tão dramática, às vezes você desanima ao longo do processo. Nós temos tido exemplos muito bons, em que a entrada de um material rodante novo ou a reforma de determinadas estações tiveram gran-



“O transporte coletivo bem estruturado, bem montado, gera cidades mais habitáveis, gera melhores condições de saúde, gera menos violência.”

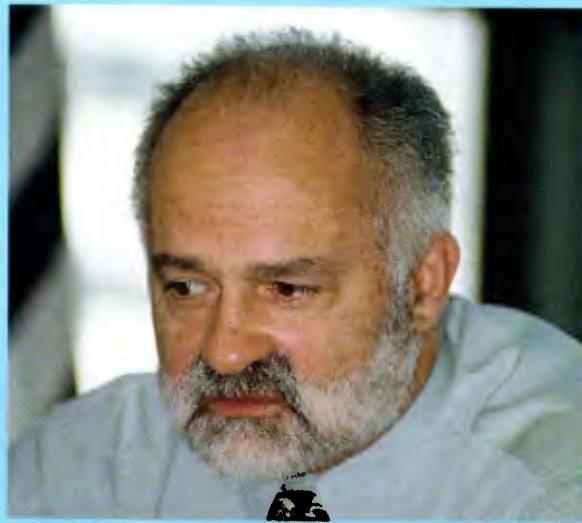
de impacto, e o comportamento do usuário mudou radicalmente depois disso – quase como no caso do metrô. E nós temos tido também regiões extremamente problemáticas, caso da região Leste da cidade de São Paulo. Aí você tem milhões de coisas. Desde uma questão histórica, isto é, de uma população que historicamente foi maltratada pela ferrovia. Nós temos tido muitos problemas na Zona Leste, porque era a região em que predominavam os surfistas e os pingentes, que tinha um comércio ambulante extenso e intensivo, e não só de produtos de consumo usuais, era uma região em que tecnicamente o equipamento esta-

va em pior condição, era a faixa em que havia a maior evasão de receita, ainda é a região em que há os maiores conflitos com o trem de carga e, portanto, sem uma faixa segregada, própria, para o transporte de passageiros. Com a decisão judicial de que se acabasse com o surfista, o pingente, o comércio ambulante e a evasão, a coisa virou, até certo ponto, uma guerra civil. Conseguiu-se eliminar o pingente e o surfista, e diminuiu-se muito pouco o comércio ambulante e a evasão. Essa parte Leste só terá sucesso quando puder acumular melhorias numa quantidade maior, mais dramática, mais visível do que outras regiões.

TB: Aumentou a procura por trem com essa oferta melhorada?

Um homem do transporte público

Atual secretário dos Transportes Metropolitanos do Estado de São Paulo e recém-eleito presidente da ANTP (Associação Nacional de Transportes Públicos), Claudio de Senna Frederico tem 56 anos e é engenheiro mecânico formado pela PUC/RJ, com mestrado em Engenharia Mecânica pela mesma universidade. Foi secretário de Serviços e Obras da Prefeitura de São Paulo em 1984/85, diretor comercial e chefe de gabinete da presidência da VASP em 1983 e 1986, diretor de operações do Metrô do Rio de Janeiro em 1976/83 e gerente de operações do Metrô de São Paulo em 1971/76.



“Há benefícios para as pessoas comprarem carros, inclusive renúncias fiscais. Quais os benefícios que o ônibus tem? É incrível, é inacreditável, mas não tem.”

Senna: Não é ainda claro esse fato. Tem lugares em que aumentou a demanda; tem lugares em que não aumentou. Ainda não está clara essa relação, tanto mais não seja porque não aumentou a capacidade instalada. Isso é agora o horizonte para os próximos dois anos, quando a capacidade instalada deve melhorar.

TB: E aí o trem vai “roubar” o passageiro do ônibus?

Senna: Com certeza.

TB: E essa mudança vai ser significativa?

Senna: Eu acho que vai ser significativa, não nos próximos dois anos, mas olhando para um horizonte de 4 ou 5 anos. Eu acho que a expansão do metrô e de um trem melhor deve, a meu ver, praticamente dobrar o número de passageiros na Grande São Paulo – se não dobrar, um aumento de 60% pelo menos terá. Hoje você tem o metrô com 2,5 milhões de passageiros por dia e o trem com 1 milhão de passageiros por dia, o que dá 3,5 milhões; você irá para 5 milhões, 6 milhões de pas-

sageiros por dia nos próximos 5 anos. Isso é uma mudança muito forte, que certamente ocorrerá saindo do ônibus, e não significará, necessariamente, aumento de viagens na região. A maioria será passageiro a menos no ônibus. Isso é uma situação previsível e desejável. A demanda do trem, diferentemente do metrô, é por longas distâncias. E a alimentação das linhas de trem com ônibus tem condições de ser de melhor qualidade, e daí a pergunta fica sendo a seguinte: e esse ônibus, será que não vai “roubar” de ninguém? Não é uma questão de ver a coisa estaticamente. É inevitável que o metrô e o trem cresçam em cima de uma fatia do ônibus. Mas, também, o ônibus, sendo um sistema melhor por causa disso, será que ele também não deixa de diminuir? Será que ele não consegue ter maior competitividade, com serviços seletivos? Será que o ônibus não consegue entrar numa fatia do carro?

TB: Como o senhor vê essa questão das vans?

Senna: É preciso separar a posição da ANTP da minha pessoal. Eu acho que a ANTP ainda está amadurecendo esse assunto. Dentro de algum tempo, alguma coisa acontecerá em termos de um consenso. Isso significa que uma série de participantes da ANTP vai ter que fazer experiências numa série de locais. A ANTP tem aprendido a respeitar essa flexibilidade das administrações, ou seja, não ter uma posição dogmática. O assunto é complicado, tem muitos ângulos diferentes, tem características completamente diferentes dependendo da cidade.

Agora, para mim, a van não está ligada ao transporte coletivo. A van está ligada à competição entre transporte de ônibus e automóvel. O problema não

começa no ônibus, na ineficiência do ônibus. A van é o resultado de um sistema viário inadequado, que tem como primeira prioridade o automóvel, que é o mais ágil, o mais livre, o mais solto. Há um ponto importante, que ninguém coloca: o ônibus é de boa qualidade. O ônibus se torna inaceitável pelo usuário em função daquilo que o trânsito traz para ele. Então, a van não surge por uma deficiência inerente ao ônibus, mas por uma característica de uma cidade ocupada pelo automóvel. Outra coisa: a van tem a agilidade e a independência do automóvel, mas tem um preço ainda acessível a quem não pode tê-lo. A van é um pré-automóvel. O problema não é a van e não é o ônibus. O problema são as condições de mobilidade do sistema viário da cidade.

TB: Mas por que esse fenômeno da van acontece agora? Esses problemas viários já existem há tanto tempo...

Senna: Não há dúvida de que a van é melhor... O

carro, inicialmente, é melhor. O problema é que, se todo mundo tiver carro, a situação fica pior. A van é parecida com a droga, ou seja, no início é bom, depois cria certos problemas.

Por que agora? Eu acho que é uma questão de oportunidade. Alguém começa o fenômeno, é um problema de moda. Simultaneamente houve um processo inicial de desempregados... O mercado é aberto para você comprar as vans a preços interessantes, facilitados. E as pessoas querem se auto-empregar. É como o fenômeno do cachorro quente. Sempre existiu o cachorro quente. Por que hoje a cidade está cheia de carrinhos de cachorro quente? A onda vai proliferando. Eu não acho que o problema da van é determinado pelo desemprego. É mais o desejo de as pessoas empreenderem, de ganhar melhor.

TB: O senhor acha que não dá pra coibir um fenômeno que seria irrepresável?

Senna: Numa cidade média ou pequena, você pode

De olho no futuro



A criação de muitos novos corredores é uma das ações propostas

Buscando planejar a metrópole em que iremos viver daqui a 20 anos, a Secretaria de Estado dos Transportes Metropolitanos de São Paulo elaborou o PITU 2020 (Plano Integrado de Transportes Urbanos para 2020), que foi lançado em junho deste ano. O PITU 2020 traça diversos objetivos da política de transportes, entre os quais destacam-se os seguintes:

- aumento da acessibilidade geral
- redução dos congestionamentos
- reversão da tendência de predomínio do transporte individual
- melhoria da qualidade do serviço de transporte
- preservação e promoção do espaço urbano

Para atingir tais objetivos, o PITU 2020 prevê ações como estas:

- racionalizar o sistema sobre pneus, de modo a manter o atendimento com redução de frota
- incentivar o uso de combustíveis não poluentes
- prover serviços especiais e facilidades de integração, de modo a atrair

para o transporte público os usuários de automóveis

- tratamento preferencial ao sistema de ônibus
- implantação do sistema de média capacidade no município de São Paulo – o veículo leve sobre pneus (VLP), ou “Fura-fila”
- implantação de corredores segregados (semi-canaletas), complementados por microônibus seletivos no centro expandido
- terminais de ônibus articulando e integrando os modais
- implantação completa do rodoanel



A ampliação da rede metroviária é uma das prioridades do PITU 2020

- implementação de anéis de tráfego prioritário de trânsito rápido
- pedágio urbano cobrado pelo uso no centro expandido, em dias e horários pré-definidos
- ritmo de implantação de linhas metroviárias superior à média dos últimos anos
- operação conjugada do trem regional de longo percurso nos atuais leitos ferroviários que atravessam a região metropolitana



Trens de boa qualidade deverão melhorar o transporte coletivo

- trem especial dos aeroportos, ligando Guarulhos, Congonhas e Campo de Marte e áreas atratoras de viagens de negócio

Como resultado das ações sugeridas, o PITU 2020 deverá produzir os seguintes resultados:

- ▼ reversão da tendência de queda da divisão modal a favor do coletivo
- ▼ aumento em aproximadamente 35% da velocidade das viagens coletivas
- ▼ ampliação em 38% no raio de alcance das viagens por modo coletivo
- ▼ aumento significativo das viagens com integração modal auto X coletivo



O veículo leve sobre pneus (Fura-Fila) também está previsto no PITU 2020

proibir. Numa macro cidade, feito São Paulo...

TB: E o senhor acha que é o caso de proibir na pequena e na média cidade?

Senna: Eu acho que é o caso, eventualmente. Eu acho que não é nenhum desastre ou você tentar proibir, ou você conseguir regulamentar.

TB: Até para que os empresários operem linhas executivas, por exemplo?

Senna: Exatamente. É preciso distinguir o uso do veículo de como é estruturada a atividade econômica. Será que não existem transportes que devam ser feitos de van? Existem muitos. Agora, eu não tenho a menor dúvida de que esse método autônomo, independente, espontâneo,

em que qualquer um compra um veículo e sai operando, assim como ele desapareceu na aviação no final da década de 30, vai desaparecer com as vans.

O problema é na macro cidade, feito São Paulo. Da mesma forma que não funciona a mera proibição do camelô, do marreteiro... Você tem que limitar, que controlar e você tem que, gradativamente, institucionalizar – até pela expansão das empresas de ônibus oferecendo serviços semelhantes ou soluções que, para o passageiro, resultem numa atração. Ninguém tem dúvidas de que o ônibus poderia ter muito mais agressividade em atender as demandas de passageiros e com isso ser mais competitivo.

TB: Agora, o senhor é otimista em relação à melhoria da fluidez do trânsito, ao aumento da mobilidade nas grandes metrópoles?

Senna: Eu estou um misto assim: estou preocupado e tenho, até certo ponto, um otimismo – pelo fato de que a situação está muito ruim e ainda vai ficar pior. Há uma teoria muito forte em tratamento de neuroses, por exemplo, de que ninguém procura a análise se não chegar ao fundo do poço. Há pessoas que ficam no meio termo, passam a vida inteira infelizes. E alguns sofrem uma grande crise, batem no fundo do poço e sobem. O perigo é que o cara se suicide antes. Por isso existe uma preocupação muito grande, de que as pessoas percam o rumo, achando que a solução é a viabilização cada vez mais de um modelo de transporte por carro, que eu tenho a certeza de que não é. Mas o meu grande otimismo é que as pessoas estão começando a se sentir muito



“Esse método autônomo, espontâneo, em que qualquer um compra um veículo e sai operando, assim como ele desapareceu na aviação, vai desaparecer com as vans.”

incomodadas com o problema do trânsito, de congestionamento, de falta de opção de transporte. A mobilidade está caindo. Por mais que as pessoas comprem carros, elas estão conseguindo ir a menos lugares. A minha sensação é de que o nível de consciência vá aumentando e nós consigamos chegar lá. Agora, nós precisamos que o Governo Federal adote uma posição diferente daquela que ele tem hoje e que volte a agir, diretamente, em benefício do transporte coletivo e do modelo de mobilidade pública das cidades.

TB: E como é que ele poderia agir nesse sentido?

Senna: Há vários mecanismos. Nós temos benefícios

para as pessoas comprarem carros, inclusive renúncias fiscais, para preservar a indústria e o emprego – aliás é uma indústria que dá muito pouco emprego. Do outro lado, a pergunta é simples: quais são os subsídios, isenções ou renúncias fiscais que o ônibus tem? É incrível, é inacreditável, mas não tem. A tração elétrica de transporte – no caso do trólebus – é tratada como você e o seu chuveiro elétrico. Chega na hora do pico, a tarifa é altíssima. E o grande consumo de transporte é na hora de pico, quando a tarifa de energia elétrica é mais alta. Mas o uso do chuveiro elétrico é sua opção: você pode tomar banho de manhã, mais tarde ou à noite. E o transporte, não: ele tem que atender uma demanda quando ela ocorre. A quantidade de exemplos em que o Governo Federal poderia desonerar ou melhorar as condições do transporte público é imensa.

TB: Mas não é só o Governo Federal. As prefeituras também têm poder de destinar os recursos para privilegiar menos o automóvel e mais o transporte coletivo...

Senna: No nível estadual também, que interfere no municipal. A minha Secretaria (*de Transportes Metropolitanos do Estado de São Paulo*), por exemplo, é meio estadual e meio municipal. A dificuldade é que as posições não são tão fáceis de percepção política. E a pressão a exercer é muito difícil, porque essa questão da priorização do automóvel, por exemplo, não vai ser tão relevante na hora das eleições federais. A pressão precisa ser mais fortemente exercida por entidades do tipo da ANTP e pelos próprios Estados e municípios. Esse é o lobby.

Intrans destaca novas soluções para o transporte coletivo

Fotos: Evandro Alves/Feibrás



A Prodata, em parceria com a Motorola, mostrou soluções de automação...



... o mesmo ocorrendo com a Tacom...



... e com a Digicom, entre tantos outros

TECH bus

Feiras e Eventos Ltda.

A Intrans (Exposição Internacional de Transporte e Trânsito), realizada de 15 a 18 de junho, em Recife (PE), mostrou grandes novidades no que se refere a soluções para o transporte coletivo. O evento ocorreu paralelamente à realização do 12º Congresso Brasileiro de Transporte e Trânsito, organizado pela ANTP (Associação Nacional de Transportes Públicos).

A feira, organizada pela TechniBus Feiras e Eventos, reuniu mais de 150 expositores, numa área de 6 mil metros quadrados, e teve vários destaques. A bilhetagem eletrônica, envolvendo modernos sistemas de gestão do desempenho das frotas de transporte urbano, esteve representada por mais de uma dezena de expositores. Os fabricantes de carrocerias para ônibus ocuparam um espaço comum, no estande da Fabus (Associação Nacional dos Fabricantes de Carrocerias para Ônibus). As montadoras de chassis para ônibus também estiveram presentes, com destaque para a Volvo e a Mercedes-Benz.

Outro destaque importante da Intrans foram os estandes de prefeituras municipais e variados órgãos públicos relacionados ao transporte público e trânsito nas esferas federal, estadual e municipal. Também os produtos de sinalização estiveram representados por vários expositores.



O estande da Fabus reuniu produtos da Busscar, Caio, Ciferal, Comil e Marcopolo



A Mercedes-Benz marcou presença apresentando seus modelos de chassis



... da mesma forma que a Volvo

Cidade com qualidade

Congresso da ANTP é marcado por preocupação generalizada com a qualidade de vida das cidades brasileiras, que precisam priorizar, com urgência, sistemas eficientes de transporte coletivo



Daqui a 10 anos, o Brasil poderá ter 47 milhões de veículos "trafegando" pelas cidades. As aspas na palavra trafegando se justificam plenamente, porque, a perdurar a tendência de crescimento dos congestionamentos, a verdade é que, na maioria das metrópoles brasileiras, no futuro ninguém vai conseguir se mover com o mínimo de rapidez pelas vias asfaltadas. Conclusão: ou cidadãos e Poder Público mudam radicalmente sua atitude em relação ao transporte coletivo – que precisa passar a ser considerado prioridade absoluta – ou a coisa vai complicar. E muito. Esta foi a principal



discussão que marcou o 12º Congresso Brasileiro de Transporte e Trânsito, que reuniu mais de 1.300 participantes, de 15 a 18 de junho, no Centro de Convenções de Pernambuco, em Olinda. O evento, organizado pela ANTP (Associação Nacional de Transportes Públicos), se constituiu numa mostra que incluiu debates sobre os mais variados assuntos, exposições fotográficas e de desenhos, além de painéis expostos principalmente por órgãos gestores.

Nas duas próximas páginas, **TechniBus** traz depoimentos importantes de autoridades e especialistas que participaram do Congresso da ANTP.

Pode entrar
com seu anúncio.
O retorno
é garantido!



LIGUE JÁ

3662-0277

VEÍCULOS, PEÇAS
SERVIÇOS

Controlador Eletrônico de Fluxo de Passageiros

Patente Concedida



Para cada veículo existe um modelo diferente, que pode variar conforme as características do carro.

*Foto ilustrativa de um dos modelos

Conheça mais sobre o produto!
Ligue hoje mesmo
e confira as nossas vantagens.
Instalação & Manutenção
Digicounter

- O equipamento é composto por uma armação modular instalado na porta de acesso do veículo;
- Não interfere na entrada e saída dos passageiros;
- Sensores eletrônicos instalados registram o número de passageiros que sobem e/ou descem do veículo;
- Distingue passageiros adultos e crianças;
- Apresenta totais e horário das viagens;
- Paga-se sozinho com o fim da evasão de receita;



Conte com a gente
10
anos

DIGICOUNTER[®]
PRODUTOS ELETRÔNICOS

Tele - vendas: (051) 338-3988
Rua Original, 55 - CEP 91430-170
Porto Alegre/ RS

e-mail: digicoun@portoweb.com.br
http://www.digicounter.com.br



Rogério Belda, ex-presidente da ANTP

Clandestinos

“A proliferação do transporte clandestino está provocando a destruição do transporte regular. A perda de passageiros tem sido muito grande – São Paulo, por exemplo, perdeu 10% da demanda no ano passado e já tinha perdido outros 10% antes. As pessoas julgam que o transporte público de um lado e as vans e peruas de outro operam em condições semelhantes. E isso não é verdade. O transporte clandestino não paga impostos, não tem obrigação de levar os idosos, o estudante não tem meia passagem, não existe obrigação de atender áreas que não tenham demanda, enquanto que a empresa de ônibus tem que manter a regularidade, o mesmo trajeto, tem que transportar o idoso gratuitamente e o estudante pela metade do preço.”

Micros

“O microônibus executivo é uma alternativa – como em Porto Alegre ou Belém. O problema é que esse tipo de transporte não pode crescer em detrimento do transporte regular, ele tem que ser uma das atividades do transporte regular. Senão o improvisado liquida o organizado.”

Demanda feminina

“Um aspecto que vai mudar muito na demanda, mas que ainda não está sendo percebido, é o aumento do transporte feminino: tem muito mais mulheres usando transporte coletivo hoje do que no passado. Na França, por exemplo, estudos recentes mostram que 2/3 da demanda é de mulheres. Primeiro porque elas entraram no



mercado de trabalho. Segundo porque os hábitos mudaram, as mulheres têm mais atividades hoje. Terceiro pelo uso que as mulheres fazem do transporte coletivo – normalmente, o homem só se desloca para ir ao trabalho ou tomar um drink com os amigos, enquanto as mulheres têm muitos afazeres: trabalha, cuida das crianças, faz as compras etc.”

Mais idosos

“Existe também um aumento da demanda de idosos, porque a população está envelhecendo. E há a perda da demanda de jovens, que querem a liberdade do automóvel. Os responsáveis pela oferta de transporte coletivo – os empresários e o Poder Público – precisam estar atentos a essas mudanças na demanda. Precisam fidelizar a clientela, mantendo os jovens,

atendendo a demanda feminina e o idoso, que representa a humanização do transporte coletivo.”

Vale-transporte

“O operador tem que ampliar o vale-transporte, que foi uma invenção brasileira muito inteligente, porque a subvenção é através do passageiro, não é subvenção à empresa. O empregador complementa o montante da tarifa, o trabalhador paga só uma parte, tendo garantida a possibilidade de usar o sistema de transporte coletivo. O vale-transporte deve ser estendido ao idoso e ao desempregado.”

Subsídio governamental

“É preciso que o idoso seja transportado de graça, mas não às custas dos outros passageiros do transporte coletivo, que na grande maioria são de baixa renda. O governo tem que pagar. Isso ainda é uma coisa pouco discutida no Brasil, mas nós vamos ter que bater nessa tecla, porque é uma aberração. O transporte do idoso e do estudante não pode ser feito às custas do trabalhador, da dona de casa.”

Kátia Born, prefeita de Maceió, do Partido Socialista Brasileiro (PSB)

Clandestinos

“Um ônibus leva em média 60 passageiros; uma van leva, em média, 15 passageiros. Então, para cada ônibus, são quatro vans. Existe também a questão da própria segurança do transporte. Em Maceió, a



Polícia Militar nos ajudou, a Justiça nos ajudou, e a gente consegue ter um controle. A van emprega, no máximo, 2 ou 3 pessoas, enquanto o ônibus emprega 6. Seis pessoas que têm FGTS, têm registro de carteira. E nas vans, não.”



Nazareno Stanislau Affonso, diretor-presidente do Rua Viva/Instituto da Mobilidade Sustentável



Instituto Rua Viva

“O propósito do Instituto Rua Viva, recentemente criado, é contribuir para que a sociedade defenda qualidade de vida e equidade na apropriação do espaço de mobilidade urbana. Em boa parte das cidades, o transporte público carrega mais de 70% dos passageiros, mas ocupa no máximo 30% do espaço viário. Não há mais espaço para a solução clássica: mais veículos, mais obras viárias... Isso tem gerado uma congestão, uma enchente de carros. Não existe equidade na apropriação do espaço de mobilidade do país. Mais de 50% dos mortos no trânsito são pedestres, a via do pedestre é mal iluminada, não é asfaltada, não tem sinalização, ele é considerado quase um cidadão de terceira categoria. Acontece que mais de 30% da mobilidade é a pé no país.”

O reinado do automóvel

“Hoje o carro-chefe da econo-

mia é voltado para o setor automotivo. E a qualidade de vida nas cidades vai se degradando. Uma pessoa de alta renda chega a ocupar 9 vezes mais espaço viário que uma pessoa de baixa renda. Na Europa, por exemplo, você está vendo o espaço das ruas estreitar, os estacionamentos diminuir... O automóvel trouxe qualidade de vida para o ser humano, mas o automóvel tem que ser disciplinado, ordenado. É preciso haver uma inversão do paradigma de que o automóvel tem todos os direitos, inclusive de poluir e de degradar.”

Soluções para o trânsito

“O pedágio urbano é uma das soluções propostas – já existe em Atenas e Cingapura, por exemplo. Uma medida melhor ainda do que o pedágio urbano é a taxação da gasolina. Porque, se eu quiser deixar meu carro em casa, eu não pago nada. Mas, se eu quiser sair de casa, eu pago. E o rodízio de São Paulo foi uma experiência muito positiva. Houve uma redução efetiva do número de veículos circulando.”

Espaço mutável

“Muita gente pensa o espaço urbano como se ele fosse imutável. Mas o viaduto que é necessário hoje pode-se não ter necessidade dele amanhã.”

A cidade do século XXI

“Com a sofisticação da comunicação, há quem acredite que, no

futuro, não vá existir o horário de pico, as ações vão ser anárquicas. Vai ter gente trabalhando de madrugada. Apesar disso, vai aumentar a mobilidade em alguns lugares e essa mobilidade vai ser complexa.”

Eduardo Pacheco, secretário de formação da Confederação Nacional dos Trabalhadores em Transportes (CNTT)



Bilhetagem eletrônica

“Nós vemos riscos e benefícios na implantação da bilhetagem automática. A eliminação de postos de trabalho é um risco, tanto por questões operacionais quanto pela evasão de receitas ou pela degradação do sistema. Agora, quando se usa, por exemplo, o *smart card*, se trabalha com muita informação, o que pode possibilitar outros ganhos para o sistema de transportes: o controle da evasão de receita, a diminuição das chamadas gratuidades etc.”

100% EMI

**ELEVADO
DESEMPENHO**

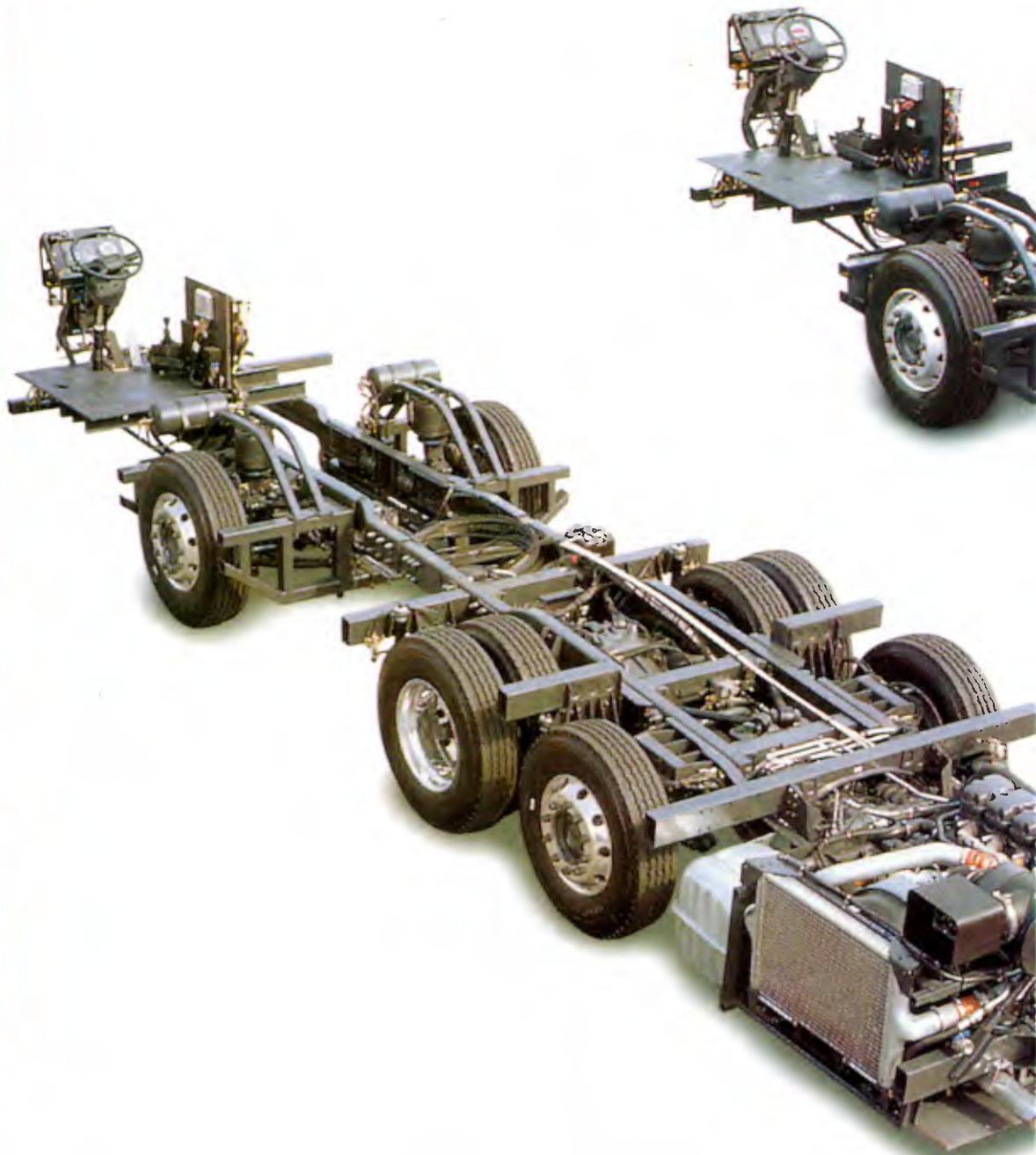
**RENTABILIDADE
TOTAL**

**ECONOMIA
OPERACIONAL**

**MENOR CONSUMO
DE COMBUSTÍVEL**

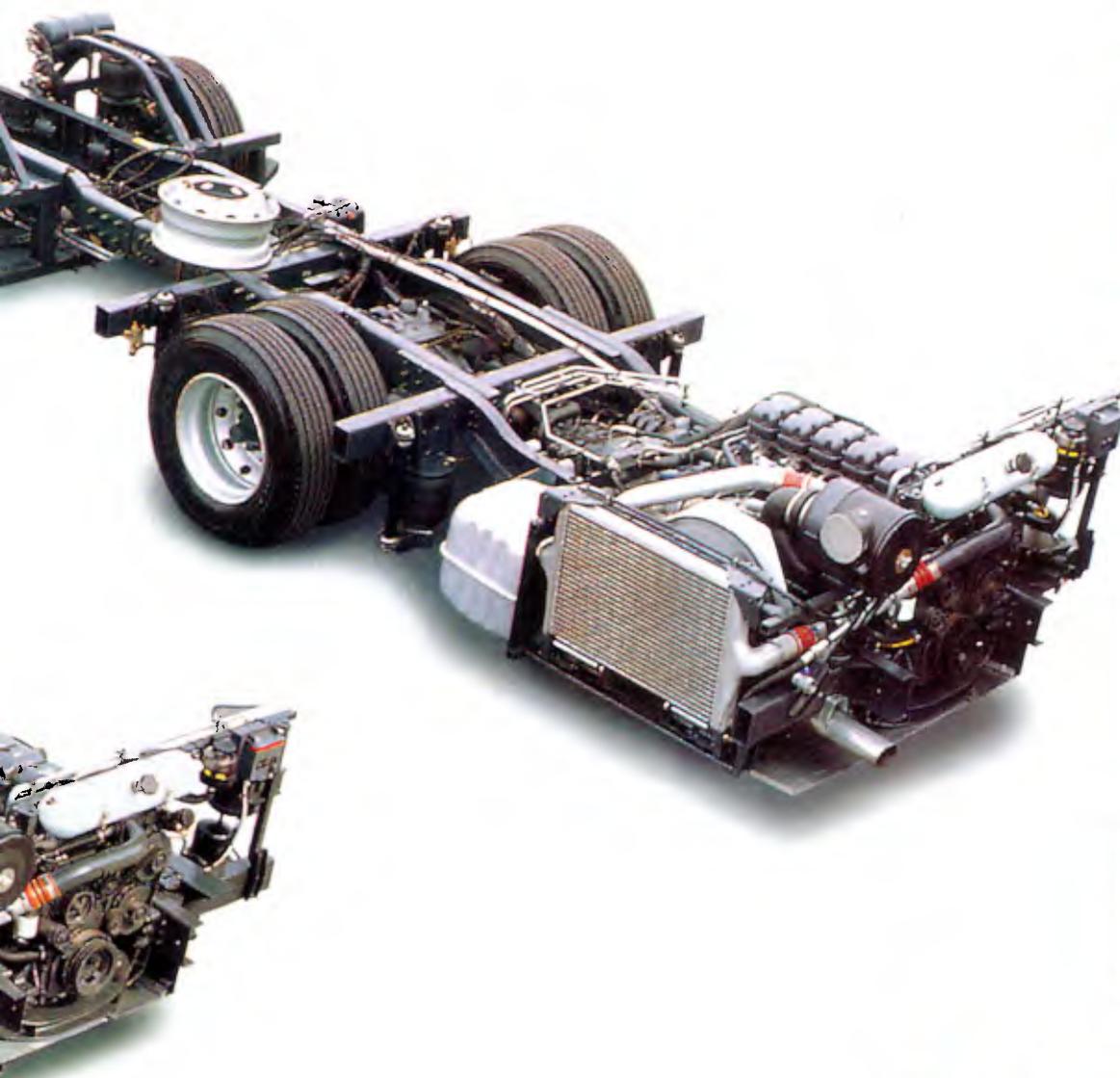
**ALTA VELOCIDADE
DE CRUZEIRO**

**MAIOR
VIDA ÚTIL**



SOLICITE INFORMAÇÕES DETALHADAS A

PRESÁRIO.



ENGENHARIA
DE APLICAÇÃO

4 CLASSES
DE CHASSIS

SISTEMA
MODULAR

ALTO TORQUE
BAIXA ROTAÇÃO

RETARDER
FREIOS A DISCO

SUSPENSÃO
INDEPENDENTE

SEU CONCESSIONÁRIO

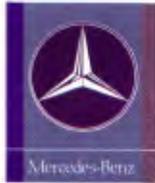


SCANIA

CLASSE EM TRANSPORTE PESADO

Tecnologia para vender

Mercedes-Benz lança quatro modelos de chassis e plataformas, além de um novo motor com gerenciamento eletrônico



De olho nas vendas ainda fracas em todos os segmentos de ônibus, a Mercedes-Benz lançou, em junho, uma verdadeira ofensiva para garantir sua fatia de mercado. De uma só vez, a montadora anunciou dois novos chassis – o OH 1421 L, para transporte urbano, e o LO 914, para microônibus – e duas versões da plataforma O 400 – a RSD (6x2) e a RSE (4x2). Nestes lançamentos, a principal arma da empresa para garantir as vendas e até ampliar sua participação no mercado é o investimento na motorização eletrônica. A Mercedes apresentou o novo OM 457 LA, motor que vai equipar as plataformas O 400 e traz novidades no gerenciamento automatizado da manutenção e da engenharia de injeção de combustível.

Com as novidades, a marca da estrela também procura garantir suas vendas para o exterior, desti-



nando boa parte da produção para a América Latina (principalmente Chile e Argentina), Ásia, Oriente Médio e norte da África.

ELETRÔNICA NO MOTOR - Produzidas na fábrica de Campinas (SP), as novas plataformas do modelo O 400, nas versões RSD (6x2) e RSE (4x2), são as primeiras de sua categoria oferecidas ao mer-

As novidades da Mercedes: na foto 1, as plataformas O 400 RSD (6x2) e RSE (4x2); na 2, o chassis para microônibus LO 914; e na 3, o OH 1421 L, indicado para linhas entre bairros



1



cado com motorização eletrônica. Para isso, incorporam outro lançamento da MBB, o motor OM 457 LA. Desenvolvido inteiramente no Brasil, o OM 457 LA tem 360 cv e traz um conceito inovador para o segmento de ônibus, ao eliminar a bomba injetora convencional. Os bicos injetores foram separados das unidades injetoras, o que, aliado a um sistema de autodiagnóstico, tem reflexos positivos na redução de custos e do tempo de manutenção do equipamento. Com a tecnologia eletrônica, por exemplo, a troca de óleo pode ser feita a cada 20 mil Km, contra os 15 mil Km dos motores convencionais. A garantia dada pela montadora para o trem de força é de 200 mil Km ou dois anos. Além de suprir o mercado interno, as plataformas O 400 RSD e RSE serão exportadas para América Latina, África e Oriente Médio.

MICROÔNIBUS - As novidades da Merce-

des em motorização eletrônica também atingem o segmento de microônibus, que vem apresentando forte crescimento nos

últimos anos. O novo chassis LO 914 incorpora o motor OM 904 LA, equipamento que também elimina a bomba injetora tradicional e possui pós-resfriamento do ar de admissão, quatro cilindros em linha e 136 cv de potência. Além disso, conta com freios a disco e opcionais como a caixa de câmbio automática. Segundo a Mercedes, o LO 914 vai complementar a produção do modelo LO 814, já existente no mercado brasileiro, e não substituí-la, com demanda sob encomenda. “A Mercedes-Benz manterá estoque contínuo para evitar que o consumidor tenha de esperar pelo recebimento do novo modelo”, garante Christian Gerber, gerente de marketing da montadora. Inicialmente, serão produzidas 50 unidades do LO 914 por



3



O novo motor OM 457 LA: 360 cv sem bomba injetora convencional

Parte da produção será destinada aos mercados do Chile e Argentina, onde o produto poderá ser comercializado com ou sem carroceria, conforme solicitação dos clientes. No Brasil, os compradores do chassi podem optar por qualquer empresa encarregadora.

CONSOLIDANDO MERCADO - Já com o novo chassi OH 1421 L, a Mercedes visa manter (ou ampliar) seu domínio no segmento de transporte urbano. “Esperamos reforçar nossa participação de 65% no segmento”, diz Gerber. Produzido em São Bernardo do Campo (SP), o modelo é indicado para linhas entre bairros. Incorpora o motor traseiro OM 366 LA, de 211 cv e torque de 660 Nm. Segundo a montadora, o OH 1421 L pode ser encarregado com carrocerias de 11 metros e capacidade para 40 passageiros sentados. Dependendo das condições de uso, o modelo permite o ajuste da suspensão pneumática, que pode ser rebaixada para até 37 cm acima do solo, facilitando o acesso dos passageiros, ou elevada a até 47 centímetros, em regiões com terreno mais acidentado.

O novo modelo atende as exigências técnicas da Portaria 147/98, da Secretaria Municipal dos Transportes de São Paulo, que exige o uso de motor traseiro, transmissão automática com retarder incorporado, suspensão pneumática, limitador de velocidade, sistema de bloqueio de portas e sistema de movimentação vertical da suspensão. Além de concentrar a produção para aplicação no transporte

FICHAS TÉCNICAS

Plataformas O 400 RSE/RSD

Motor:	OM 457 LA, gerenciamento eletrônico 6 cilindros em linha, Turbocooler
Potência:	265 Kw / 360 cv / 1.900 rpm
Torque máximo:	1.650 Nm / 168 mkgf / 1.100 rpm
Caixa de câmbio:	ZF S 6-1550/6,98 ou Easy Shift (opcional)
Suspensão dianteira:	Pneumática, com 2 bolsões de ar, batentes auxiliares internos, 3 barras tensoras longitudinais, 1 transversal, 1 válvula reguladora de altura, amortecedores telescópicos de dupla ação e barra estabilizadora
Suspensão traseira:	Pneumática, com 4 bolsões de ar, batentes auxiliares internos, 2 barras tensoras longitudinais, 2 dispostas em triângulo, 2 válvulas reguladoras de altura, amortecedores telescópicos de dupla ação e barra estabilizadora
Peso Bruto Total:	16.000 Kg (RSE) 19.500 Kg (RSD)
Entre-eixos:	2.413 mm + 1.480 mm (RSD) 2.493 mm (RSE)
Comprimento:	9.278 mm (RSD) - antes do alongamento 8.168 mm (RSE) - antes do alongamento
Largura:	2.500 mm
Balanço dianteiro/traseiro:	2.285 mm / 3.300 mm

Chassi OH 1421 L

Motor:	OM 366 LA 6 cilindros verticais em linha, Turbocooler
Potência:	155 Kw / 211 cv / 2.600 rpm
Torque máximo:	660 Nm / 67 mkgf / 1.400 rpm
Caixa de câmbio:	Allison MT 643R automática
Suspensão:	Pneumática, com 2 bolsões de ar, batentes auxiliares internos e externos (na traseira), válvulas reguladoras de altura (1 na dianteira e 2 na traseira), amortecedores telescópicos de dupla ação e barra estabilizadora (opcional na traseira), regulador de altura tipo Ecas, controle de nível
Peso Bruto Total:	15.000 Kg
Entre-eixos:	5.250 mm
Comprimento:	10.376 mm
Largura:	2.452 mm
Balanço dianteiro/traseiro:	2.036 mm / 3.010 mm

Chassi LO 914 (microônibus)

Motor:	OM 904 LA 4 cilindros em linha, Turbocooler
Potência:	100 Kw / 136 cv / 2.300 rpm
Torque máximo:	520 Nm / 53 mkgf / 1.200 rpm a 1.400 rpm
Caixa de câmbio:	ZF S 6-1550/6,98 ou Easy Shift (opcional)
Suspensão:	Feixe de molas semi-elípticas com amortecedores telescópicos de dupla ação e barra estabilizadora (dianteira e traseira)
Peso Bruto Total:	8.500 Kg
Entre-eixos:	4.250 mm
Comprimento:	6.918 mm
Largura:	2.200 mm
Balanço dianteiro/traseiro:	811 mm / 1.700 mm

urbano brasileiro, principalmente nas cidades de São Paulo(SP) e Belo Horizonte (MG), a Mercedes-Benz também vai exportar o OH 1421 L para a América Latina, nor-

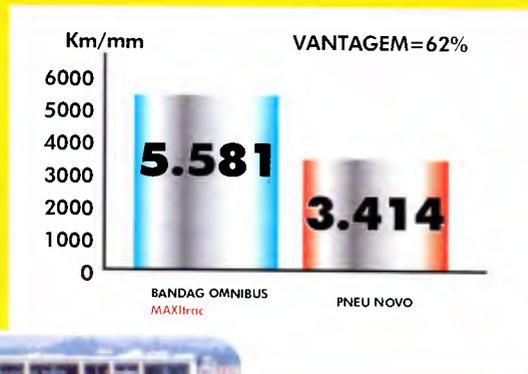
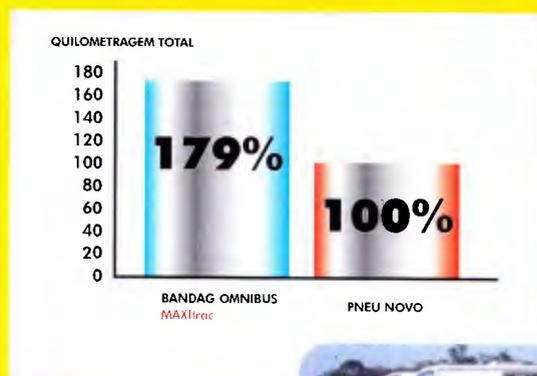
te da África, Ásia e Oriente Médio. No exterior, o modelo deverá ter sua principal aplicação no transporte rodoviário e de fretamento e turismo.

O QUE A GENTE MAIS QUER É QUE A BANDA OMNIBUS CONTINUE SENDO COMPARADA COM AS OUTRAS.

ASSIM FICA AINDA MAIS FÁCIL COMPROVAR SUA SUPERIORIDADE.

Ideal para pneus radiais, a banda Omnibus é mais uma inovação Bandag desenvolvida com tecnologia de ponta para ônibus urbano e suburbano. Além de proporcionar excelente quilometragem e alta proteção para a carcaça, com a Omnibus você tem melhor disponibilidade da frota e uma performance incomparável. Os testes comprovam: a banda Omnibus é sinônimo de vantagem. Ande de Omnibus. É mais seguro.

Também disponível na versão **MAXItrac**



Testes realizados pela empresa Viação Cidade Tiradentes.



LÍDER MUNDIAL EM RECAPAGEM.

Av. Mercedes-Benz, 580 - Distrito Industrial
Campinas - SP - CEP 13055-720
Fone: (019) 725.4800 - Fax: (019) 725.4881
E-mail: bandag@bandagcom.br
www.bandag.com.br

Do tamanho da América Latina

Busscar entra na briga pelo mercado de microônibus com a linha Micruss, de olho também no México, Argentina e Chile

Ivan Garcia
Fotos: Eduardo Ruegg



Pelas estimativas da Fabus (Associação Nacional dos Fabricantes de Carroçarias para Ônibus), as vendas de microônibus deverão fechar o ano de 1999 ultrapassando 1.200 unidades, na contramão da paradeira geral que vem assolando os outros segmen-

México, Argentina e Chile.

Apesar de todo esse potencial, o segmento de microônibus sofre com uma "ilustre ausência": a Busscar, com fábrica em Joinville (SC), que, segundo a Fabus, é atualmente a segunda maior fabricante de carrocerias do país na produção global, não possuía uma li-



A nova Ilha Micruss: design moderno e preocupação com a legislação de grandes centros urbanos no Brasil e na América Latina

tos de carrocerias (confira as últimas estatísticas da Fabus na seção *Market Share*). Puxando esse crescimento estão a adesão gradativa ao uso do microônibus nos sistemas de transporte coletivo das grandes metrópoles brasileiras e a exportação para outros países latino-americanos, principalmente

na para o segmento. Pois essa lacuna acaba de ser preenchida com a linha Micruss, apresentada ao mercado no início de julho.

PEDIDO DOS CLIENTES - "O mercado de ônibus hoje está em extrema transição. Por isso, os nossos clientes estão procurando no-



Nielson: atendendo a demanda por um portfólio variado de veículos

vos caminhos que possibilitem prestar um serviço melhor, para que o passageiro que aderiu ao transporte alternativo retorne ao ônibus", afirma Cláudio Nielson, diretor comercial e de desenvolvimento de produtos da Busscar. Com a linha Micruss, a encarroçadora catarinense entra no mercado de microônibus no momento exato em que este tipo de veículo começa a se tornar a principal opção das empresas para ampliar o leque de veículos que atendam o transporte urbano e o rodoviário de curta distância.

Segundo Nielson, a Busscar deverá entregar 250 unidades do Micruss até o final de 1999, o que garantiria um faturamento adicional de cerca de R\$ 7 milhões. "Mas este número poderá ser revisto, já que, por exemplo, fala-se em colocar no sistema de transporte público da cidade de São Paulo, até o fim do ano, entre 500 e 700 microônibus", diz o executivo. Mesmo considerando apenas a estimativa conservadora de 250 unidades, a Busscar terminaria o ano com algo entre 15% e 20% do mercado brasileiro. Para o ano 2000, a intenção é ultrapassar os 500 veículos produzidos. Capacidade de produção não seria um obstáculo, já que a empresa construiu em Joinville uma linha de montagem exclusiva para o Micruss, com investimento de R\$ 2,5 milhões. O projeto foi desenvolvido entre janeiro e junho de 1999



AS NOVIDADES - As marcas da nova linha Micruss são a preocupação com o design e o oferecimento de várias versões de comprimento e volume de bagageiro. A decoração interior inova ao valorizar tonalidades mais claras nas **poltronas e revestimentos** e disposição diferenciada dos elementos de **iluminação**. A visibilidade do motorista segue a linha já tradicional dos veículos da Busscar, com **pára-brisa amplo e painel de instrumentos** moderno e ergonômico. O design exterior também apresenta traços mais modernos, com linhas arredondadas em todo o veículo, com destaque para os **faróis e lanternas dianteiros e traseiros**.

Para atender as diferenças de legislação, a linha Micruss está disponível nas versões Executivo, Turismo e Escolar, além de modelos especialmente desenvolvidos para a cidade de Porto Alegre (táxi lotação), a Argentina (urbano e rodoviário) e o Chile (urbano). “São diferenças principalmente no que diz respeito ao comprimento do veículo”, explica Milton Giumelli, gerente de desenvolvimento de produtos. Além disso, as versões brasileiras do Micruss foram projetadas de forma a aten-



der o leque mais amplo possível de mercados, incluindo o mexicano, onde a legislação é mais parecida com a do Brasil.

Os preços variam de R\$ 28 mil a R\$ 34 mil, fora os opcionais. A Busscar já possui um plano de consórcio que também estará disponível para a nova linha Micruss. “Estimamos que a demanda pelos modelos se divida entre 50% para o urbano e 50% para os restantes”, adianta Cláudio Nielson.

EXPANSÃO - Com a linha Micruss, a Busscar demonstra estar disposta a expandir sua presença nos principais mercados latino-americanos. Além da Argentina e do Chile, para os quais a linha Micruss possui modelos específicos que já atendem as particularidades da

LINHA MICRUSS - FICHA TÉCNICA

Versões:	Executivo - 24 poltronas + auxiliar + motorista Turismo - 24 poltronas + auxiliar + motorista Urbano - 29 poltronas Escolar - 30 poltronas Táxi Lotação - 21 poltronas
Chassis Encarroçáveis:	Mercedes-Benz LO-814 e LO-914 / Volkswagen 8-140 CO-CE / Agrale MA 7.5T e MA 8.5T
Comprimentos:	8.150 mm (Urbano/Executivo/Turismo/Escolar) 7.100 mm (Táxi Lotação) 7.740 mm (Argentina) 7.930 mm (Chile - urbano)
Altura interna:	1.920 mm
Altura externa:	2.850 mm
Largura:	2.280 mm
Peso Bruto Total:	7.000 Kg
Tanque de combustível:	Original do chassi, entre eixos
Suspensão:	Mola
Portas:	Urbana estreita, urbana larga, pantográfica ou dobradiça
Ar-condicionado:	Carrier, Thermo King, Tuto AR ou Cold King

México e Cuba na mira da Busscar

Além de lançar a linha Micruss, a Busscar anunciou em julho a aquisição de uma das principais encarregadoras mexicanas. O nome da empresa, sediada em Aguascalientes, próximo à Cidade do México,



Andrade: rede de fornecimento entre Brasil, México e Cuba

ainda é mantido em sigilo para preservar as negociações finais. "A partir de setembro, um executivo brasileiro será responsável pelos mercados mexicano e caribenho", afirma Edson Andrade, diretor superintendente da Busscar. O objetivo é conquistar, em um ano, 30% do mercado mexicano, o que corresponderia a cerca de 600 veículos, principalmente no segmento de microônibus.

A fábrica do México será estratégica para outro grande lance da Busscar em sua expansão na América Latina: a empresa assinou uma carta de intenções com o governo cu-

bano, para o fornecimento de 1.400 ônibus urbanos e rodoviários, nos próximos cinco anos. Em outubro, Cuba receberá as primeiras 150 unidades. "Na verdade, só existe contrato fechado para o pri-

meiro fornecimento, mas pretendemos transformar a carta em um contrato definitivo", revela Andrade. A negociação incluiu o treinamento dos cubanos para a montagem final dos veículos. "O fornecimento acontecerá provavelmente em regime CKD (completamente desmontado), do Brasil para o México, de onde os ônibus seguirão SKD (parcialmente montados) para Cuba", explica. Os 1.400 veículos representariam uma receita de US\$ 200 milhões, cabendo à Busscar cerca de US\$ 80 milhões e o restante à Mercedes-Benz, que coordenou a negociação.

legislação local, os olhos da encarregadora estão voltados especialmente para o México. "É o mercado com maior potencial para exportações", garante Edson Andrade, diretor superintendente. "Na última vez que estive na Cidade do México, numa contagem informal, observei uma proporção de aproximadamente oito micros para cada dez ônibus circulando nas ruas da cidade", completa. Tamanho potencial fez a Busscar adquirir, em julho, uma das principais encarregadoras mexicanas (veja quadro "México e Cuba na mira da Busscar").



Giumelli: cumprimentos e bagageiros diferenciados para Argentina e Chile

Atenção, senhores empresários com destino ao futuro: façam uma assinatura de TechniBus e boa viagem!

Tel.: (0xx11) 3662-0277



Contra os ilegais

Setpesp reage aos perueiros clandestinos e parte para uma forte campanha de conscientização dos usuários do transporte intermunicipal da Grande São Paulo

Há alguns anos, as empresas de transporte intermunicipal de passageiros da Grande São Paulo vêm amargando uma significativa queda no número de usuários transportados. Em alguns casos, a perda no movimento chega a 40%, em relação há dois ou três anos. Crise econômica? Perda de poder aquisitivo das populações de baixa renda da zona metropolitana? Nada disso. Segundo o Setpesp (Sindicato das Empresas de Transporte Público do Estado de São Paulo), esses fatores têm exercido pouca influência nos prejuízos dos empresários do setor. O maior vilão dessa história é um verdadeiro caso de polícia: o transporte clandestino em vans.

Para o Setpesp, a situação chegou a um ponto insustentável no início deste ano. A saída foi mobilizar os empresários filiados ao sindicato, arrecadar fundos e partir para uma campanha publicitária. Utilizando mensagens fortes, claras e diretas, a campanha começou em maio e vai até outubro, em rádio, televisão, outdoor, busdoor, adesivos e folhetos. A

reação de motoristas clandestinos – como já era esperado pelo Setpesp – tem sido digna das mais conhecidas organizações mafiosas, com ameaças por telefone, seqüestros de funcionários das empresas que afixam adesivos e cartazes e algumas depredações de ônibus e peças da campanha.

A violência chegou a tal ponto que alguns entrevistados nesta reportagem pediram anonimato para autorizar a divulgação de seus relatos à **TechniBus**.

DENÚNCIA – Apostando tanto em mensagens informativas como em peças de tom mais emocional, a campanha do Setpesp contra o transporte clandestino tem alvos bem definidos. O primeiro deles é a máquina administrativa dos municípios atingidos pela questão das vans ilegais. “A campanha pretende atingir, principalmente, o Poder Concedente, chamando a atenção para a situação das empresas de ônibus”, afirma Dário Ferraz, presidente do Setpesp. Não faltam razões para cobrar uma atitude mais enérgica dos órgãos públicos. Na fase de pesquisa para a criação das peças publicitárias, a equipe de criação da HZ, agência responsável pela campanha, sentiu de perto a dificuldade de se obterem informações consistentes so-



Sem meias-palavras: busdoor chama a atenção para a falta de segurança nos clandestinos

bre acidentes e ocorrências policiais envolvendo vans clandestinas. “Tentamos levantar números nos órgãos policiais e de trânsito, mas a resposta que recebemos é que esses dados simplesmente não existem. Percebemos que, na verdade, muita gente sabe qual é o tamanho do problema e tem as estatísticas, mas não divulga por algum motivo. Até mesmo funcionários do Detran afirmam que não há dados sobre o assunto”, relata um dos publicitários da HZ. A saída encontrada pela agência foi colocar sua equipe de criação para andar como passageiro nos veículos ilegais, conversar informalmente com os usuários e conhecer melhor como trabalham os clandestinos.

O segundo foco da campanha é chamar a atenção para os transtornos que as vans clandestinas causam ao já caótico trânsito das grandes cidades. Sem a obrigação de prestar contas a órgãos públicos ou de defesa do usuá-



Apelo emocional: segundo Setpesp, mães são maioria entre usuários

rio, como acontece com os ônibus e as vans legalizadas, e geralmente utilizando veículos com documentação irregular, os motoristas clandestinos se sentem à vontade para invadir as faixas exclusivas para ônibus e cometer as mais diferentes infrações de trânsito. “As vias estão totalmente lotadas. Se não aumentar a velocidade de circulação, daqui a pouco nem as peruas vão conseguir andar. Vai parar tudo”, avisa o presidente do Setpesp. Por isso, várias peças criadas pela HZ chamam a atenção para as vantagens do ônibus para a melhoria do trânsito. “Quando o trânsito está bom, o que a gente percebe claramente é que a população prefere andar de ônibus”, prossegue Dario Ferraz.

O terceiro foco é denunciar a falta de segurança das vans clandestinas. Esse é o ponto da cam-

panha no qual as mensagens são mais duras. Um dos cartazes, produzidos para busdoor e outdoor, mostra um cemitério e a frase “Ponto final de quem usa transporte clandestino”. “Esse cartaz é o que tem gerado reações mais violentas dos motoristas clandestinos. Muitos já foram rasgados pela cidade”, conta um dos publicitários.

REPERCUSSÃO – Segundo o Setpesp, desde o início da campanha, os Serviços de Atendimento ao Cliente (0800) das empresas têm recebido diversas ligações de apoio. Alguns usuários chegam a confirmar histórias de acidentes relatadas nos cartazes e comerciais. Mas

há também várias ligações de ameaça. “O mais importante é que muitos passageiros têm manifestado apoio, achando que já



Emprego: preocupação com o impacto dos ilegais no mercado de trabalho

As estratégias da campanha

A campanha do Setpesp ganhou a adesão unânime das empresas filiadas ao sindicato. Cada uma contribuiu com uma cota da verba total. “Esse valor ainda não é o ideal para uma campanha ampla, mas já foi possível realizar algo expressivo em termos de presença na mídia”, diz um membro da direção do sindicato. O valor exato da verba é mantido em segredo, mas não chega a R\$ 1 milhão.

Em maio, a campanha começou com a fixação de busdoor e adesivos internos nos ônibus. Cada empresa cedeu de 10% a 20% da frota, parcela que, normalmente, tem espaço publicitário ocioso. Também houve a preocupação de se escolherem linhas e horários que atingem o público-alvo. A seguir, vieram os outdoor, fixados de propósito nos lugares onde as vans clandestinas

possuem seus pontos finais.

Para o rádio, foram criadas seis mensagens que foram ao ar pela Rádio Globo, em junho e julho. Uma agência especializada em escolher os melhores horários de rádio, a Terceiro Tempo, foi contratada para aproveitar ao máximo a verba limitada. Em agosto e setembro, os mesmos comerciais serão veiculados nos rádios Capital e Bandeirantes AM.

Na televisão, um primeiro filme, em tom de informe à população, foi veiculado entre o final de junho e o início de julho, na Bandeirantes, aproveitando as finais do campeonato paulista de futebol. Em meados de julho, três filmes, mais curtos e retratando usuários típicos das vans, começaram a ser veiculados no SBT, nos intervalos do Programa do Ratinho, A Praça é Nossa e Ô Coitado. Em agosto, os filmes passam a



Foto: Divulgação

Dario Ferraz: cobrando mais empenho dos Poderes Concedentes estava mais do que na hora de as empresas de ônibus tomarem uma atitude”, comemora um dos membros da direção do Setpesp. E para quem acha que mensagens como a do cemitério beiram o mau gosto, um dos profissionais da HZ lembra da gravidade da situação. “A campanha é direcionada para as classes C, D e E. Se você não falar numa linguagem muito clara, a mensagem não vai atingir seus objetivos”, argumenta. “A campanha é muito clara e transparente nas suas mensagens porque os empresários ligados ao Setpesp são os legais na história. Os ilegais são os perueiros clandestinos”, finaliza o publicitário.

Diga não ao transporte clandestino.

Na TV: tela do primeiro filme da campanha, veiculado em junho

ser mostrados na Record.

No encerramento da campanha, em outubro, 4 milhões de folhetos vão ser distribuídos dentro dos ônibus. Toda a campanha está sendo coordenada por uma comissão de 15 empresários do Setpesp. “Ainda não sabemos se essa primeira campanha vai ser prolongada, mas já definimos que haverá uma segunda campanha, que vai se preocupar em falar apenas dos benefícios dos ônibus”, revela um membro do sindicato.

Fotos: Eduardo Ruegg

A CAIO EM CONCORDATA

por Cássio Schubsky
Fotos: Eduardo Ruegg



Dia 7 de junho de 1999, a manhã era chuvosa, nervosa.

Regressando de Barbados, na América Central, onde fora pessoalmente entregar algumas unidades de ônibus, Cláudio Regina, diretor-geral da CAIO, tinha um comunicado importante aos leitores de **Transporte Moderno** e **TechniBus**: a Companhia Americana Industrial de Ônibus, a CAIO, requeria concordata, que fora concedida.

Tratamos prontamente de ouvir as razões que pudessem justificar situação tão insólita. Melhor, pois, saber do próprio comandante da Companhia, mais adiante, os porquês do baque.

Bacharel em Direito pelas Arcadas do Largo de São Francisco (turma de 57), Regina advogou até 1960, quando ingressou na CAIO. Fundou e presidiu a Fabus (Associação Nacional dos Fabricantes de Carroçarias para Ônibus) e a Rodonal (Associação Nacional das Empresas de Transportes Rodoviários

Interestaduais e Internacionais de Passageiros). Fundou e dirigiu a Abrave (Associação Brasileira de Revendedores Autorizados de Veículos). Presidiu o Simefre (Sindicato da Indústria de Materiais e Equipamentos Ferroviários e Rodoviários no Estado de São Paulo). Segue-se vasta lista de empresas que dirigiu - indústrias, companhias de transporte de passageiros por ônibus, uma mineradora, um banco, uma fazenda... Participou de conselhos de administração - Caixa Econômica do Estado de São Paulo e Eletropaulo. Presidiu o paulistano Esporte Clube Pinheiros.

Nesta entrevista exclusiva, em português escorreito e firme, conta por que o gigante balançou. E vaticina: "A CAIO vai se recuperar". Filho das Arcadas, aprendeu com as trovas acadêmicas que, ao enfrentar a adversidade, "*quando se sente bater/ no peito heróica pancada/ deixa-se a folha dobrada/ enquanto se vai morrer*". Fala, Regina!

Transporte Moderno e TechniBus: O senhor convidou as revistas Transporte Moderno e TechniBus para esta entrevista porque tem um comunicado importante a fazer. Qual é o recado aos leitores?

Cláudio Regina: O recado é o seguinte: eu acredito que todas as empresas de ônibus do Brasil conhecem profundamente a CAIO e a sua história. Estamos completando 53 anos de existência e podemos dizer que vivemos junto com os proprietários das empresas durante este período todo. Nascemos pequenos e crescemos juntos. E a CAIO sempre foi uma líder de mercado no setor de transporte urbano e sempre cumpriu rigorosamente com as suas obrigações. Infelizmente, um tempo atrás, por problemas vários, a CAIO sofreu uma queda de participação de mercado e, pelo afastamento que os acionistas tiveram da direção da Companhia, ela teve problemas mais sérios. Na verdade, quando nós pressupomos que poderíamos nos recuperar mais rapidamente, o mercado brasileiro (*de ônibus*), pela primeira vez em tantos anos, caiu, baixou violentamente - eu acredito que (*a queda*) superou (*no início deste ano*), pelas estatísticas da Fabus, mais de 50% - , e, com isso, a CAIO se sentiu prejudicada na sua recuperação. Sentindo que deveríamos dar uma satisfação maior aos nossos clientes, uma garantia de que a empresa teria uma continuidade, nós tivemos que solicitar um remédio que é amargo, mas que é legal, da concordata, para estabelecer um marco zero,

terminar com as pressões que existiam, principalmente acabar com os comentários maldosos que muitos fizeram de que a CAIO estaria paralisada. Quando a CAIO deu férias coletivas aos seus funcionários, no mesmo momento todas as fábricas de carrocerias estavam agindo da mesma forma. As próprias montadoras - Scania, Volvo, Mercedes - também suspenderam a fabricação, por um período, de chassis para ônibus. Finalmente, o Finame resolveu subir



As armas da CAIO



O microônibus Piccolo



O urbano Millenium

"O Piccolo, o Piccolino e o Millenium representam uma resposta à invasão das vans. Esses modelos têm agradado bastante o mercado."

(sua participação nos financiamentos de caminhões e ônibus) para 80%, o que anima, um pouco, as vendas.

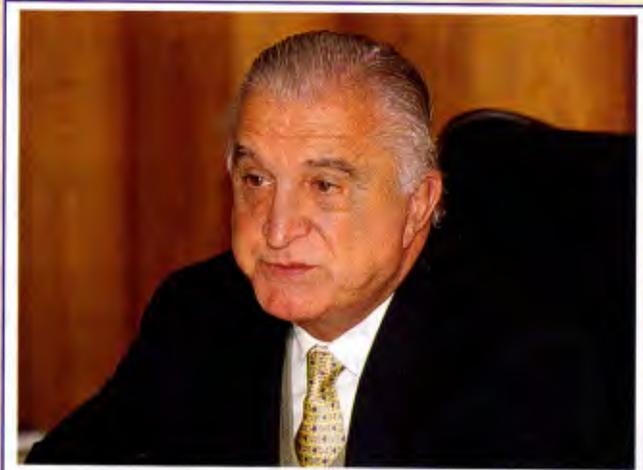
TM e TB: O senhor está na CAIO desde 1960. Estava no conselho de administração e reassumiu a direção executiva, justamente para poder enfrentar este período da concordata. A CAIO já passou, como diversas empresas, por situações extremamente adversas em tantos anos: mudança de governo, inflação, recessão, Plano Collor (um período a que muitas empresas não sobreviveram). O que o senhor acha que este momento teve de diferente para a empresa não conseguir honrar os seus compromissos e se ver nessa situação?

Regina: Durante pelo menos 34 anos, dos 39 em que estou na empresa, sempre acompanhei a direção da Companhia, e a gente sempre tomava os cuidados necessários no momento em que se acendia a luz vermelha. As crises surgiam, e a gente imediatamente atacava. Atravessamos crises violentas. Mas, por uma decisão de profissionalização, há cerca de 5 anos, ficamos afastados da direção da Companhia. Naturalmente, os tempos mudaram, as necessidades ficaram mais sérias e mais agravadas, e, estando afastados, não pudemos interferir nos destinos da companhia. A estrutura familiar é sempre uma estrutura familiar, de tal forma que, quando nós, em setembro de 1998, decidimos recuperar a Companhia, fizemos um contrato de reestruturação financeira e gestão independente. Por uma série de fatores – e aí eu envolvo também a própria crise russa, que interferiu bem nos destinos da colocação de papéis no mercado –, a situação foi se agravando e ficou muito difícil com a queda violenta nas vendas. Tomamos a decisão de voltar à direção da Companhia, pedimos a concordata e foi-nos dado um prazo de 24 meses com juros de 6% ao ano, que é extremamente favorável. Agora, estamos reiniciando, nos colocando numa posição talvez contrária à desses anos todos: a CAIO sempre ajudou muito as empresas quando elas nasceram e cresceram e agora a CAIO é que solicita às empresas que nos apoiem para nossa recuperação.

TM e TB: E elas estão apoiando?

Regina: Todos os nossos fornecedores nos estão dando prazo para pagar. Não cabe a indagação se a CAIO está ou não em concordata. Os empresários de ônibus em geral, com quem continuamos fazendo negócios, não têm manifestado nenhuma dúvida de que a CAIO voltará à normalidade.

TM e TB: A CAIO, em nenhum momento, deixou de acreditar no negócio carroceria para ônibus. E, apostando, corretamente, no crescimento do segmento de veículos leves, de pequeno porte, micros, a CAIO lançou, no ano passado, dois modelos: o Piccolo e o Piccolino. O senhor acha que essa expansão dos microônibus continua? Os produtos da CAIO vão ocu-



“Solicitamos o remédio que é amargo, mas que é legal, da concordata, para acabar com os comentários maldosos de que a CAIO estava paralisada.”

par um espaço importante?

Regina: Os modelos têm agradado bastante o mercado. Essa nossa recuperação também envolve um número bom de Piccolos e Piccolinos. Nesta semana, estamos entregando 20 deles para a Viação ABC, em Santo André (SP). Contamos muito com esses dois produtos para essa recuperação. Também faz parte dos nossos projetos a consolidação do Millenium, que tem sido extraordinariamente bem aceito, um produto de alta qualidade, diferenciado. Tanto o Piccolo, quanto o Piccolino e o Millenium representam uma resposta à invasão das vans no mercado. Uns para cobrir com carros pequenos, outros para demonstrar, aos poderes concedentes, que o empresário está atento para a evolução do transporte no sentido de uma carroceria que ofereça mais conforto, mais beleza e mais qualidade.

TM e TB: O senhor consegue vislumbrar a CAIO daqui a dez anos? O senhor acredita que ela vai superar a concordata e continuar sua caminhada?

Regina: Eu acho que o nome e a tradição da CAIO, a presença dela no mercado nacional e internacional, o profundo interesse que os empresários devem ter na continuidade da CAIO, porque têm milhares e milhares de ônibus em sua frota, a necessidade da reposição de peças, os contatos de amizade, durante mais de 40 anos, nos levam a crer que sim. Qualquer indústria nacional hoje não pode absolutamente estar tranquila de que não vá passar por problemas. Eu acredito piamente que nós vamos nos recuperar. Vamos contar com o apoio dos empresários. Estamos contando com o apoio aberto e franco dos nossos fornecedores e de bancos. Acredito que nós encontraremos uma solução muito mais rápida se nós encontrarmos investidores que queiram somar ao nome e tradição da CAIO.

Ônibus com acento francês

Renault apresenta modelo com motor movido a gás natural e tecnologia de ponta, na Expo Intrans-99, em Recife (PE)

Em português, a palavra “agora” é um advérbio que significa agilidade, atualidade. Em francês, é o nome de um veículo



Agora: sensação na Expo Intrans-99, com emissão menor de poluentes e potência de 253 cv

que promete reunir estas qualidades à preocupação ecológica e é pronunciada de uma maneira que, em breve, usuários e proprietá-

rios brasileiros do transporte urbano poderão estar se familiarizando. A razão é que a montadora francesa Renault acaba de apresentar no Brasil o modelo Agora (pronuncia-se “agorrá”), uma das principais atrações da Expo Intrans-99, Exposição Internacional de Transporte e Trânsito, promovida em Recife (PE), de 15 a 18 de junho, pela TechniBus Feiras e Eventos.

Movido a gás natural, o Agora vem equipado com o motor GNV, com turbo-compressão, na traseira do veículo, o que garante níveis baixos de

ruído e de emissão de poluentes (veja o quadro “Ônibus ecológico”).

VEÍCULO ECOLÓGICO

As vantagens do Agora na emissão de poluentes, segundo dados da Renault:

Poluentes (grama por kWh)	NOX	HC/NM	CO	Partículas
Motor diesel	7,0	1,10	4,0	0,15
Motor GNV Renault	4,0	<0,3	<1,0	0

NOX = Óxido nítrico; HC/NM = Hidrocarbonetos; CO = monóxido de carbono

O câmbio automático proporciona mais conforto e dirigibilidade e o piso rebaixado facilita o acesso dos passageiros.

SONDANDO MERCADO

A Renault não confirma a intenção, mas o Agora é a provável tentativa da montadora de entrar no mercado brasileiro de transporte urba-

Gigante européia

A produção de ônibus com a marca Renault está, desde janeiro de 1999, sob responsabilidade da Irisbus, fusão entre a Renault Veículos Industriais e a Iveco, na Europa. Com 6.200 funcionários, a Irisbus produziu, nos primeiros cinco meses de operação, 2.400 ônibus rodoviários, 2.800 urbanos, 1.400 chassis e 1.800 microônibus, na Itália, França, Espanha e República Tcheca. Em seu primeiro ano de atividade, a Irisbus estima conseguir 27% do mercado europeu de ônibus urbanos e rodoviários. Além da Renault e da Iveco, a Irisbus representa também as marcas Heuliez, Karosa, Orlandi e Pegaso.

no. “Nosso objetivo na Expo Intrans-99 foi apenas o de exibir o modelo”, diz Marc Chiappero, coordenador do núcleo de pesquisa da Renault no Brasil, que trabalha

com a Universidade Federal do Rio de Janeiro. O representante da montadora confirma, porém, o interesse gerado pelo modelo durante a exposição.

“Houve muito interesse de potenciais compradores, mas ainda é muito cedo para dizer se isso vai gerar contratos de compra”, argumenta. A fabricação do veículo (ou de parte dele) no Brasil está descartada por enquanto, mas, segundo Chiappero, “a possibilidade está em aberto”, caso haja demanda no mercado local.

O Agora é fabricado na Europa pela Irisbus, empresa que produz ônibus de diversas marcas européias (veja quadro “Gigante européia”). O primeiro modelo, a diesel, foi lançado na Europa em 1996. Hoje, o Agora já possui, naquele continente, as versões articulada e periurbana (para percursos na periferia de grandes cidades), além da versão a gás natural apresentada em Recife.

FICHA TÉCNICA

Renault Agora

Motor:	GNV, gás natural, vertical, traseiro 6 cilindros, turbocomprimido
Potência:	253 cv / 186 kW
Torque máximo:	102 kgfm a 1.100 rpm
Caixa de câmbio:	ZF 4 HP 500 EST 18, 5 marchas, autom.
Suspensão dianteira:	Pneumática, correção automática, 2 coxins, 2 amortecedores telescópicos, 2 válvulas de nivelção
Suspensão traseira:	Pneumática, correção automática, 2 coxins, 4 amortecedores telescópicos, 2 válvulas de nivelção
Peso Bruto Total:	12.476 Kg
Entre-eixos:	6.120 mm
Comprimento total:	11.990 mm
Largura:	2.500 mm
Passageiros sentados:	40
Passageiros em pé:	55
Altura interna:	2.333 mm (diant.) a 2.108 mm (tras.)
Altura total:	3.335 mm
Altura solo/portas:	320 mm (diant. e med.) a 330 mm (tras.)



ESTEBAN



Modelo BR 9 Navarra

Poltronas urbanas e rodoviárias modernas, ergonômicas, resistentes e de fácil manutenção.

Projetadas para atender os requisitos normativos europeus e brasileiros.

Consulte-nos a respeito de opcionais, tecidos, configurações e serviços disponíveis.

ESTEBAN DO BRASIL - Soluções em sistemas para passageiros.

Fornecemos para frotistas e encarregadores.



Modelo Urban 90

ESTEBAN DO BRASIL LTDA.

Rua Manoel Nunes da Costa, 290
Vila Galvão - Km 133 da Via Dutra - Caçapava, SP
Tel.: (0XX12) 252-8322 - Fax: (0XX12) 252-8299



ISRI

ISRINGHAUSEN

- BANCOS COMPLETOS
- ASSISTÊNCIA TÉCNICA
- PEÇAS DE REPOSIÇÃO

CONFORTO E SEGURANÇA



DISTRIBUIDOR AUTORIZADO

ASTRA

ABC COMERCIAL LTDA.

TELEVENDAS

(011) 716-7700 / 716-0428
Av. Martim Francisco, 1095 - Santo André, SP
CEP 09230-700

Home page: <http://www.astra-abc.com.br>
E-mail: astra@astra.com.br

Tecnologia que todo mundo vê

O novo Itinerário Eletrônico da FRT começa a modernizar ônibus urbanos e rodoviários em todo o Brasil, com tecnologia inédita em cristal líquido

O uso de tecnologias mais modernas, longe de representar apenas um modismo, pode trazer ganhos significativos na qualidade, na segurança e nos custos de operação em empresas de ônibus urbano ou rodoviário. Graças ao novo Itinerário Eletrônico FRT, produto da FRT Tecnologia Eletrônica, de Recife (PE), diversas companhias de ônibus já estão colhendo os frutos do uso dessas tecnologias.

O Itinerário Eletrônico FRT tem como grande diferencial o uso da tecnologia LCD (tela de cristal líquido) no painel de visualização da linha do ônibus. Até hoje, os itinerários mais modernos – para não citarmos os velhos modelos feitos com rolos de pano – utilizavam o sistema DOT, eletromecânico, composto por chapinhas que se movimentam e formam os caracteres das palavras. O Itinerário FRT, por sua vez, é 100% eletrônico. “O sistema de cristal líquido funciona no ‘método mosaico’, conseguindo traçar letras e números com cantos vivos e arredondados que facilitam a leitura pelo passageiro, o que não é possível no sistema DOT”, explica Geraldo Moreno, da FRT Tecnologia Eletrônica.

O Itinerário FRT funciona ligado a um controlador, instalado próximo ao motorista, em que são realizadas todas as operações do equipamento. Esse controlador possui uma pe-

quena tela, que reproduz o que está sendo mostrado no painel exterior. Podem ser programadas até 10 mil itinerários de 45 caracteres cada, além de 1.000 mensagens-padrão do tipo “bom-dia”, “boa tarde” e “boa-noite”, que mudam automaticamente de acordo com o horário, graças a um relógio interno no equipamento. A FRT fornece o software, totalmente desenvolvido pela empresa, que monta as mensagens que aparecerão nos painéis. O funcionário da empresa de ônibus instala facilmente o programa em um micro PC, no qual escreve as mensagens. Do micro, as infor-



O itinerário FRT: 10 mil roteiros e 1.000 mensagens especiais

mações são transferidas para um equipamento transportador, que, a seguir, é levado aos ônibus da empresa e conectado ao controlador do Itinerário FRT, descarregando as informações para a memória do painel.

Existem ainda funções especiais, como as mensagens de emergência. No caso de um assalto, por exemplo, o motorista pode ativar uma mensagem de socorro através de um dispositivo camuflado. Nesse caso, a tela do controlador interno continua mostrando as mensagens convencionais, como se operasse normalmente, para não chamar a atenção dos criminosos.

AS VANTAGENS - Versatilidade é a palavra-chave do novo Itinerário Ele-

trônico FRT. O sistema em LCD permite a formação de caracteres em qualquer alfabeto, o que abre perspectivas muito boas para a exportação do equipamento para todo o mundo. “Certamente, esta é uma de nossas intenções em breve”, afirma Geraldo Moreno.

Outra vantagem do Itinerário FRT é o sistema de *backlight*, que garante excelente visibilidade a qualquer hora do dia ou da noite. O sistema DOT convencional, por exemplo, funciona por reflexão, ou seja, é preciso haver uma lâmpada na frente da tela, para que a tinta das chapas que compõem os caracteres reflita a luz e permita a leitura. Por isso, o painel DOT fica mais distante do vidro que o isola do ambiente, o que dificulta a visualização das mensagens. Já no Itinerário FRT, quatro lâmpadas estão posicionadas atrás do painel, que por sua vez fica praticamente colado ao vidro externo. Estas características conferem excelente visibilidade das mensagens, até mesmo se uma das lâmpadas deixar de funcionar durante uma viagem.

Para o proprietário de ônibus, os ganhos na imagem da empresa e na redução de custos são os pontos fortes. “O visual da frota fica mais moderno, transmitindo uma imagem positiva aos passageiros, que afinal de contas são os clientes da empresa de ônibus”, lembra Moreno. Apesar do custo inicial ainda ser maior do que o de outros sistemas – aproximadamente R\$ 4.400, preço que vem caindo gradativamente –, o Itinerário Eletrônico FRT traz, a longo prazo, economias traduzidas em custo e tempo menores de manutenção, além de flexibilidade total no caso de mudanças no itinerário, já que o produto e o modo de programação são os mesmos para qualquer linha ou percurso executado pela empresa.

FRT Tecnologia Eletrônica

www.frt.com.br

Fone: (0xx81) 453-1257

BUSINESS

REDUZA SEU CUSTO OPERACIONAL

INFORMATIZE SUA EMPRESA E GANHE COMPETITIVIDADE

- RD-FROTA** - o sistema mais completo de controle de frotas
- SISAC** - análise e controle das receitas e despesas
- CARGA** - sistema completo de administração de transportes
- TRANS-SYSTEM** - sistema para cálculo de custos e preços de transporte
- SGLOC** - sistema de gerenciamento para locadoras

E você ainda pode contar com os serviços de consultoria em logística, finanças, formação e controle de custos, treinamento etc.



A SOLUÇÃO IDEAL E DO TAMANHO DA SUA EMPRESA

Informática e Consultoria em Transporte
RD-TALENTUM Telefax: (011) 412-8588 - e-mail: rdta@ibm.net



DESLIZANTES PARA CORTINAS

Os deslizantes 'CLIC' são produzidos em material plástico especial, suportam até 15 kg por ponto de apoio e representam uma redução superior a 80% no tempo gasto com a colocação e remoção das cortinas. Eliminam qualquer necessidade de manutenção, relacionada às atuais opções disponíveis no mercado, proporcionando facilidade de deslizamento e encaixando-se aleatoriamente em qualquer posição dos trilhos suíços fabricados pela Inova-se Decorações.



INOVA-SE DECORAÇÕES AMBIENTAIS LTDA.

Telefax: (0xx11) 864-0236
E-mail: inova.se@uol.com.br

FAÇA COMO MAIS DE 200 EMPRESAS DO SETOR.

TENHA UM MUNDO DE INFORMAÇÕES INTEGRADAS NO SEU COMPUTADOR.



GLOBUS

- | | | |
|--------------------------|---|-------------------------------------|
| Folha de Pagamento | • | |
| Perfil Funcional | • | |
| Recrutamento e Seleção | • | |
| Contabilidade | • | |
| Contas a Pagar/Receber | • | |
| Ativo Imobilizado | • | |
| Bancos (conta corrente) | • | • Manutenção e Abastecimento |
| Livros Fiscais | • | • Pneus, Motores e Conjuntos |
| Controle de Frota | • | • Programação de Linhas |
| Estoque e Compras | • | • Escala Inteligente (Sob Consulta) |
| Receita e Estatística | • | • Fretamento e Turismo |
| Emissão de Conhecimento | • | • Bilheteria |
| e Controle de Encomendas | • | • Telemarketing |



Todos os módulos são integrados evitando o retrabalho.

Ambiente Windows, Risk, Oracle, Novell e outras plataformas.



Av. Presidente Vargas, 3131 S/504 - Teleporto
CEP: 20.210-030 - Rio de Janeiro - RJ
Tel.: (021)515-2323 Fax: (021)515-2324
Homepage: www.Rodotec.com.br

Rua Pe. Leonardo, 280
CEP: 04625-021 - São Paulo, SP
Tel/Fax: (0xx11) 542-5200
E-Mail: bgm@bgminformatica.com.br
http://www.hominformatica.com.br

NÃO SE ENGANE !!! REMANUFATURADO NÃO É RECONDICIONADO

A **YAMARU** possui infra-estrutura técnica p/ proporcionar Qualidade em Componentes Elétricos Remanufaturados.

- * Chave de Seta M.Bens/Volksbus
- * Motor do Limpador Parabrisa
- * Motores de Partida, Alternadores e seus Componentes.

INOVOÇÃO TECNOLÓGICA

- * NOVO TIPO DE REBITE PARA LONAS DE FREIOS MBB
- * RELÊ DO PISCA 100% ELETRÔNICO, SEM CONTATO

YAMARU

Matriz São Paulo
(011) 876 - 1591 / 876 - 9566
Recife : (081) 9961 - 3868

PEÇAS PARA ÔNIBUS



Laterais 0-364, 0-371, Viaggio, GV, Busscar, Vitória, Alfa. Estr. diant., tras., semi e parciais, arcos e chapas de teto. Lat. mold., tampas, caixas de força, ar, e de bagageiros. Reformamos tampas, portas, pára-choques, saias dianteira Temos cx. de vent., rec. de ar, cx. farol, bancos urbanos. Executamos colunas e perfis até chapa 3/16 x até 2 metros Tubos p/ balaustre, curvado, bico de diamante p/ portões. Solda Mig em ferro e alumínio, peças mediante amostra.

- Colunas
- Estruturas
- Degraus
- Patamares
- Plataformas
- Tanques
- Pára-choques
- Ventilação
- Saias

PRINCIPAIS Emp. de ônibus PÁSSARO MARROM S.A.
CLIENTES: URUBUPUNGÁ Transp. e Turismo Ltda.
NEVA Comércio e Indústria Ltda.
ELETROBUS - GRACIMAR

Fones / Fax: (011) 6693-7544 / 6693-9756 / 6693-9741

CÁSSIA

KLM INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA.
Rua João Antonio de Oliveira, 1052/105
CEP 03111-001 - São Paulo, SP

Penha leva ISO

Nossa Senhora da Penha, uma das maiores operadoras de transporte de passageiros do país, é certificada

Leonardo Furhmann

Eram 20h do dia 15 de julho de 99. Políticos e empresários do setor de transportes estavam reunidos no Grand Hotel Rayon, no centro de Curitiba (PR). Depois de dois anos de trabalho na gestão pela Qualidade Total, a matriz da Empresa de Ônibus Nossa Senhora da Penha S/A, representada pelo presidente da empresa, Marcos Persisi, recebia o certificado de qualidade ISO 9002, entregue pelo gerente regional do BVQI (Bureau Veritas Quality Internacional) no Paraná, Amauri Ávila.

O diretor executivo da Penha, Romário Mendes Vargas, destaca a importância da gestão pela Qualidade Total. “Ela permite um crescimento dos funcionários, permite evitar desperdícios, redução de custos e uma maior agilidade na elaboração dos trabalhos. Isso tudo visando à melhoria

para o cliente.” A próxima sede da empresa a ser analisada pelo BVQI deve ser a filial de Porto Alegre (RS). A expectativa de Vargas é de que, em 4 meses, essa filial também tenha a ISO 9002

Além das alterações na administração da empresa, com o corte de cargos hierárquicos, e a criação de um plano de carreira para os funcionários, houve novos investimentos para a melhoria da qualidade dos serviços prestados pela Penha. A aquisição do Sistema de Informática Corporativo People-Soft 7.5 preparou a empresa para o *bug* do milênio e deve garantir um sistema de informações mais rápido, confiável e abrangente. Neste ano foram adquiridos também 60 ônibus da Busscar-Mercedes, entre convencionais, executivo e leito, para a renovação da frota.



Os primeiros deverão ser entregues em agosto, na capital paranaense.

A Penha foi fundada em 1960, no bairro curitibano Juvevê. Na época, sua frota era de 19 ônibus. No ano seguinte, ela abriu seu capital e incorporou duas empresas sediadas em Lages (SC), a Expresso Curitiba-Lages e a Lages Transportes. A Penha passou a fazer parte da Corporação Itapemirim em 1973. Atualmente, a empresa opera em 14 estados brasileiros e possui uma linha internacional, que liga a capital de São Paulo a Córdoba, na Argentina.

O repórter viajou para Curitiba com as despesas pagas pela Empresa de Ônibus Nossa Senhora da Penha S/A.

A Viagem

É óbvio que viajar de ônibus pela BR-116 não tem o mesmo charme e espírito de aventura que andar numa motocicleta pela Route 66, nos Estados Unidos. Até o apelido de “Rodovia da Morte”, dado à estrada brasileira, já não é mais tão usado como era poucos anos atrás. Mas, aparentemente, a BR-116 perdeu seu apelido muito mais pelo aumento da prudência dos motoristas que pela melhora das condições da estrada. A conservação da estrada não é das melhores, e as obras de duplicação são “lentas e graduais”.

Apesar de tudo isso, uma viagem pela Régis Bittencourt pode ser bas-

tante proveitosa para o passageiro. O relevo acidentado do Sudeste de São Paulo e do Nordeste do Paraná — aliado à rica hidrografia da região e a quilômetros de Mata Atlântica pouco destruída — forma um cenário agradável para a viagem.

Para não falar que não falei do ônibus, ele é confortável e silencioso, e o ar-condicionado ajudou a arejar as idéias. Tanto que permitiu uma ‘viagem’ não só pela paisagem externa, que o avião não permite, como uma espiada no comportamento dos demais passageiros, tipos mais variados do que os usuários de avião. Havia o professor que lia

Como se Faz uma Tese, de Umberto Eco, e fazia anotações. Um pastor evangélico voltava de um congresso junto com alguns fiéis. O grupo lia silenciosamente a Bíblia. Gabriel e Rafael viajavam com os pais para visitar a vó Rita. Depois de se divertirem com o “Almanaque da Mônica” e jogarem videogame, tentavam adivinhar as horas para matar o tempo. Havia também uma senhora que faz várias vezes o trajeto por mês, dividindo suas atenções entre o filho que mora na capital paulista e o que optou por Curitiba.

É, cada viagem de ônibus guarda muitas histórias...

Regulamento do Prêmio Harold Nielson de Qualidade em Transportes 1999

1. Objetivo do Prêmio

Incentivar o emprego e o desenvolvimento de procedimentos de qualidade nas empresas de transporte, visando à adoção efetiva da metodologia da qualidade e não apenas à melhoria imediata de resultados.

2. Quanto às Empresas Participantes:

Concorrerão ao Prêmio as empresas das seguintes categorias: transporte rodoviário de cargas, transporte rodoviário de passageiros, transporte urbano de passageiros, transporte de fretamento e turismo e operadores logísticos que atuam comercialmente no mercado nacional ou internacional, há no mínimo 6 (seis) meses, contados a partir de janeiro de 1999.

3. Quanto a Premiação:

Será premiada somente a melhor empresa em cada uma das categorias estabelecidas.

4. Quanto aos Prêmios:

A melhor empresa em cada uma das categorias estabelecidas receberá um troféu e será matéria de capa das revistas promotoras do evento.

As cinco melhores do segmento: transporte de cargas, transporte urbano de passageiros, transporte rodoviário de passageiros, transporte fretamento e turismo e operadores logísticos, receberão um diploma de participação e a análise dos resultados da auditoria, que será realizada em cada uma das empresas finalistas, pela Fundação Vanzolini.

Caberá à organização o estabelecimento de menções honrosas quando julgar necessário.

5. Quanto à Comissão Julgadora:

A Comissão Julgadora será formada por representantes da **Fundação Vanzolini** e por pessoas idôneas ligadas a associações de classe do segmento de transporte e órgãos governamentais.

6. Quanto à forma de julgamento:

O processo de avaliação e julgamento dos trabalhos apresentados seguirá as seguintes etapas:

a) caberá à Comissão Julgadora analisar cada um dos trabalhos e selecionar os três melhores em cada uma das categorias;

b) as empresas selecionadas serão auditadas pela Fundação Vanzolini, ficando a critério da Fundação quais as unidades ou filiais das empresas que deverão ser visitadas;

c) o resultado das auditorias será encaminhado à Comissão Julgadora para a definição e escolha do primeiro classificado. Se a Comissão Julgadora entender necessário, poderá haver auditorias complementares para a averiguação de casos omissos.

7. Quanto à desclassificação:

Empresas que não conseguirem comprovar nas auditorias realizadas as informações contidas no trabalho apresentado serão desclassificadas, não podendo participar do Prêmio nos dois anos subsequentes.

8. Quanto ao vencedor:

A empresa vencedora em cada uma das categorias ficará impedida de participar do Prêmio nos cinco anos subsequentes.

9. Quanto às obrigações das empresas finalistas:



As três melhores empresas, em cada uma das categorias estabelecidas, se responsabilizarão pelas despesas de viagem, acomodação e alimentação, por um período de 2 (dois) dias para 2 (dois) auditores da Fundação Vanzolini, para a realização das auditorias de avaliação.

Os resultados e as análises finais das auditorias, **junto aos Projetos de Qualidade**, em cada uma das empresas finalistas, serão enviados às diretorias das respectivas organizações.

10. Quanto ao trabalho a ser avaliado:

O trabalho apresentado para avaliação deverá conter:

Introdução Índice

Capítulo 1 - Informações Gerais da Empresa

- . Histórico;
- . Região de atuação;
- . Razão Social, nome fantasia, endereço completo da matriz e das filiais, nome dos sócios proprietários, número de funcionários em cada uma de suas principais áreas - operacional, administrativa e comercial;
- . Estrutura Organizacional;
- . Composição da frota - tipo e quantidade - (própria e agregada);
- . Tonelagem / Passageiros transportados anualmente;
- . Principal tipo de serviço prestado.

Capítulo 2 - A empresa antes da implementação da qualidade

Capítulo 3 - A implementação da qualidade na empresa

Capítulo 4 - O foco no cliente

Capítulo 5 - A utilização das ferramentas da qualidade

Capítulo 6 - A participação, o envolvimento e a qualificação dos funcionários e colaboradores

Capítulo 7 - Ação preventiva

Capítulo 8 - Os processos - padronização e monitoramento

Capítulo 9 - A evolução da empresa antes e depois da qualidade implementada

Apresentação: o trabalho deverá ser apresentado em folha tamanho A4, páginas numeradas e índice, em 5 vias, sendo uma original e outras cópias, encadernadas, podendo conter fotos ou registro de acontecimentos que mereçam ser destacados.

11. Quanto aos critérios de avaliação:

Os critérios para avaliação dos trabalhos serão:

impacto para o cliente: ações implementadas na empresa inscrita que, diferenciando-a dos concorrentes, demonstrem um posicionamento estratégico competitivo ao direcionar o foco para os fatores de satisfação do cliente, sua manutenção e participação no mercado.

utilização estruturada das ferramentas da qualidade: enfoque na metodologia e solução de problemas, utilizando as ferramentas da qualidade dentro de uma visão ampla dos objetivos gerais da organização. É mais importante o efetivo cumprimento da metodologia da qualidade do que a ênfase nos resultados a qualquer preço.

participação e envolvimento dos funcionários: alinhamento das diretrizes estratégicas da empresa com práticas que envolvam o fator humano, voltadas para um ambiente de trabalho de alto desempenho e motivação, que propicie o bem-estar e satisfação dos funcionários e o conseqüente envolvimento e participação destes no processo de qualidade da organização.

ênfase na ação preventiva: sistemática busca das causas/raízes dos problemas e foco na antecipação aos problemas, buscando não apenas solução imediata, mas principalmente evitar que os problemas ocorram.

padronização e monitoramento dos processos: foco na efetiva incorporação das melhorias obtidas na rotina diária e na padronização do trabalho, visando oferecer aos clientes sempre o mesmo padrão de serviço/produto. Acompanhamento sistemático do desempenho dos processos, buscando corrigir os desvios de curso com vistas à satisfação dos clientes.

12. Quanto às Omissões:

Situações ou casos que não estejam contidos no Regulamento serão decididos pela Comissão Julgadora, que deverá apresentar seu parecer por escrito, em duas vias, assinado pela maioria simples de seus membros.

Não caberá recursos de qualquer tipo ou forma frente às decisões da Comissão Julgadora, que é soberana em suas atribuições.

As empresas que apresentarem seus Trabalhos para concorrer ao Prêmio estarão concordando plenamente com o Regulamento apresentado.

13. Cronograma:

A data de entrega dos Trabalhos não será alterada.

Os Trabalhos poderão ser entregues pessoalmente, ou enviados pelo correio para: revistas **Transporte Moderno e Technibus**, Av. Marquês de São Vicente, 10, Barra Funda, CEP 01139-000, A/C - Maria Penha da Silva.

Quando enviados pelo correio, valerá a data de postagem como sendo a da entrega.

De 01 de maio a 31 de agosto de 1999: período para inscrição e entrega dos cases das empresas participantes.

De 02 de setembro a 10 de setembro de 1999: triagem prévia dos cases inscritos e seleção dos três melhores em cada categoria.

De 13 de setembro a 09 de outubro de 1999: auditoria nas empresas selecionadas, por 2 membros da Fundação Vanzolini.

Dia 21 de outubro de 1999: Solenidade de Premiação

Semestre promissor

Dados consolidados do primeiro semestre de 1999 mostram início de recuperação entre encarroçadoras e montadoras de chassis para ônibus

Tanto a Fabus (Associação Nacional dos Fabricantes de Carroçarias para Ônibus) quanto a Anfavea (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores) indicam, em suas estatísticas de junho, crescimento expressivo das vendas em relação a maio.

FABUS – Segundo a Fabus, as vendas de carrocerias em junho foram 36,4% maiores do que no mês anterior, com 1.041 unidades. Com exceção da Caio e da Busscar, as encarroçadoras registraram vendas maiores em todos os segmentos. Com a queda de vendas da Caio, a Marcopolo e a Busscar passaram a liderar as vendas e detêm, juntas, 68,8% do mercado, contra 59,88% do primeiro semestre de 1998. A Comil também registrou avanço expressivo, passando de 5,52% para 10,61%. Na análise por segmento de utilização, destaca-se o aumento da concorrência no mercado de microônibus. Além da Comil, que figura nas últimas estatísticas com 3,73% das vendas, a Busscar também deverá ajudar a aumentar a fragmentação do mercado a partir de julho.

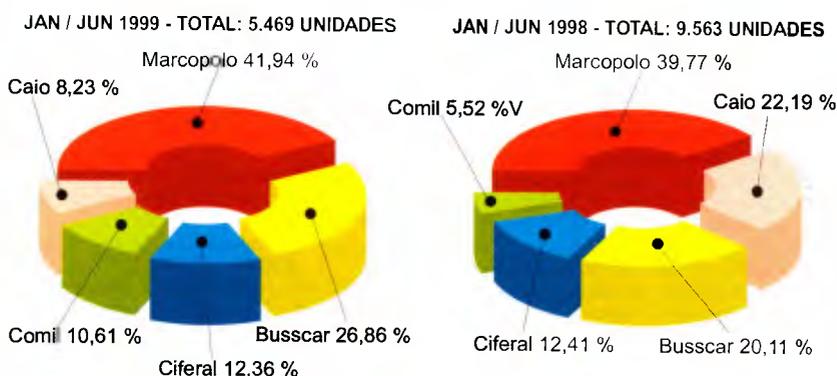
ANFAVEA – Os números das montadoras confirmam o aumento das vendas. De maio para junho, o crescimento foi de 32%. No acumulado, o destaque fica por conta da Agrale, que saltou de uma fatia de 3% das vendas, no primeiro semestre de 1998, para 14,53% no mesmo período deste ano. A Mercedes-Benz mantém seu largo domínio no setor, com 61,21%.

ENCARROÇADORAS

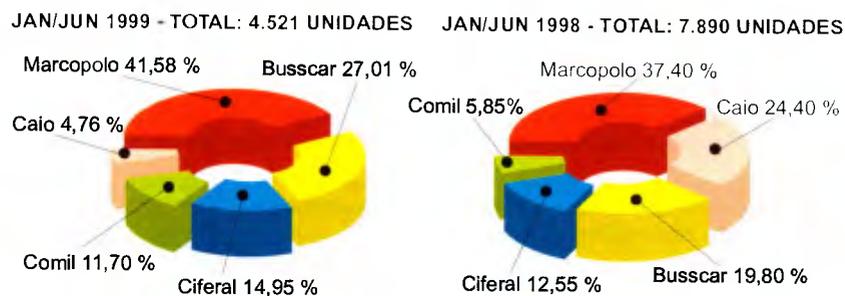
(Fonte: Fabus)

PARTICIPAÇÃO POR EMPRESA SOBRE A PRODUÇÃO TOTAL

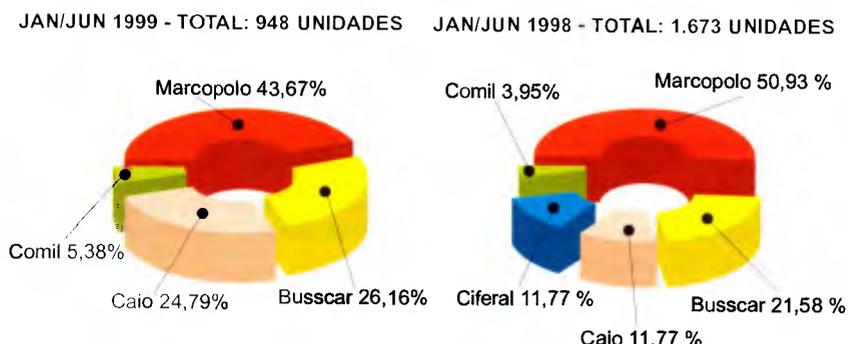
Mercado interno e externo



Mercado interno

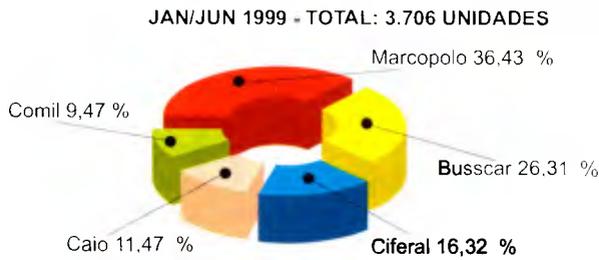


Mercado externo

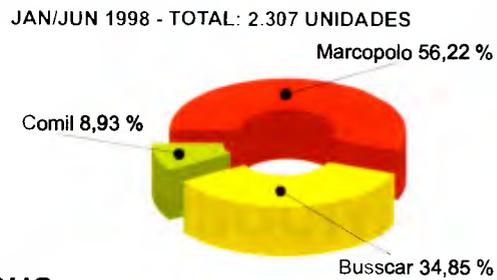
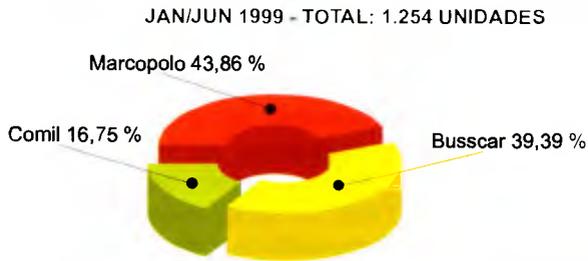


PARTICIPAÇÃO POR EMPRESA SOBRE O TIPO DE CARROCERIA (MERCADO INTERNO E EXTERNO)

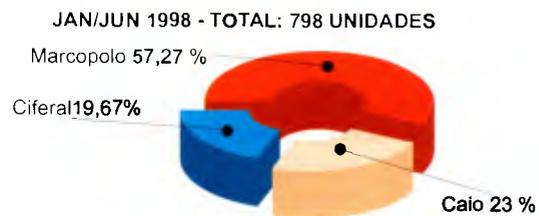
Urbano



Rodoviário



Microônibus



PRODUÇÃO TOTAL POR TIPO DE CARROCERIA



MONTADORAS

(Fonte: Anfavea)

Vendas internas de chassis no atacado por empresa (nacionais e importados)

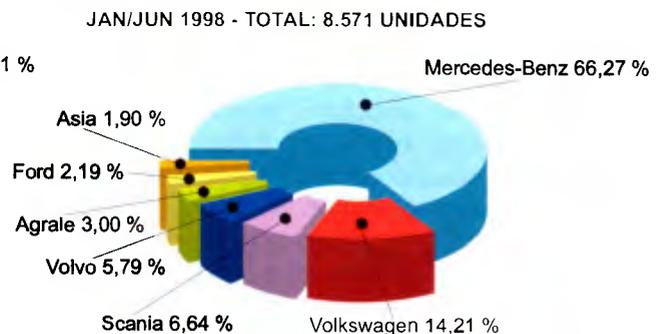
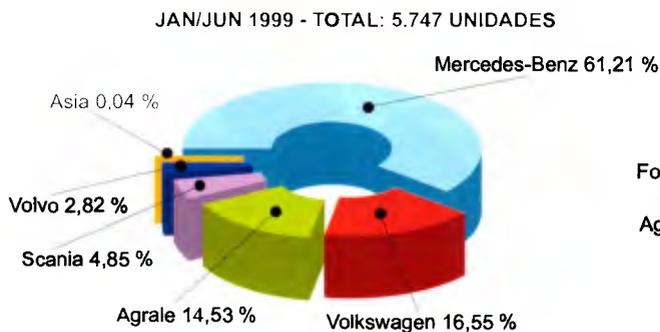




Foto: Eduardo Ruegg

Gilda Collet Bruna é presidente da Empresa Metropolitana de Planejamento da Grande São Paulo S/A (Emplasa), coordenadora do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Mogi das Cruzes (SP) e professora titular aposentada da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU - USP).

Mobilidade e qualidade de vida

O Brasil, durante a última década, assistiu a inúmeras modificações na mobilidade social de sua população que, provavelmente, se relacionam com a estabilidade da moeda. Esta vem permitindo que famílias de renda mais baixa consigam fazer seu orçamento render mais. No entanto, qual o significado desse rendimento para o uso e ocupação do território metropolitano? Quando a mobilidade acarreta qualidade urbana? Ou há casos em que ela mais contribui para a desestruturação urbana?

As respostas a essas perguntas são peculiares a cada local, suas características de espaço e de cultura da população. Muito claramente, há locais em que as famílias reinvestem suas economias em seus imóveis, sejam de produção, sejam de moradia. É o que aconteceu em bairros como o Tatuapé, que, devido às melhorias, tornou-se um espaço urbano nobre. Nesse bairro, é possível destacar que a mobilidade de passageiros pela ferrovia, que praticamente estava estagnada desde os anos de 1950, devido à prioridade dada às indústrias automobilísticas, ganhou vida nova com a chegada do Metrô a Itaquera. O impulso na ocupação urbana também levou à abertura de vias arteriais e expressas, como a Radial Leste e a avenida Aricanduva. O desenvolvimento permitiu associar o Metrô a equipamentos como o shopping center junto à Estação do Tatuapé.

Essa transformação urbana é típica também de outros centros metropolitanos. Se nos idos de 1970 a metrópole paulistana primava por seu centro empregador e por sua imensa periferia dormitório, foi se tomando, paulatinamente, polinucleada. Talvez por isto mesmo é que se pode dizer que houve

queda de mobilidade, pois as comunidades passaram a se relacionar com um centro mais próximo, deixando de ser vital aquele transporte em que o passageiro cruzava grandes áreas dormitórios, rumo às áreas centrais, para seu emprego.

Por outro lado, pesquisas recentes mostram que a taxa de motorização aumentou, mas, curiosamente, o maior número de viagens é feito a pé. Numa metrópole como São Paulo, que engloba cerca de onze Curitiba e cuja movimentação diária atinge cerca de 31,4 milhões de viagens, a mobilidade do pedestre é representada por 10,8 milhões de viagens. Por que esse pedestre prefere viajar a pé? Há pessoas que dizem que, desse modo, chegam mais rápido ao seu destino ou fazem exercício físico. Estas, porém, não podem ser as únicas explicações, mesmo que se tenha um grande número de viagens a centros próximos. A impossibilidade dos ônibus servirem a todos os usuários a tempo, com conforto e segurança, pode ser um outro motivo a induzir as viagens a pé. Ou, ainda, simplesmente porque o passageiro não dispõe de orçamento suficiente, e o único recurso é andar a pé...

Como se vê, mobilidade e qualidade de vida urbana estão estreitamente relacionadas. Mais ainda, ao se verificar que a oferta de transporte coletivo é desordenada. Em termos de qualidade do ambiente construído, pode-se lembrar das vias urbanas praticamente cobertas por filas de ônibus, os automóveis parados buscando circular entre os espaços remanescentes, pessoas desperdiçando um tempo precioso e de alto custo e, além de tudo, os veículos motores contribuindo para engrossar os gráficos e dados de poluição do ar e, conseqüentemente, do solo e da água.

Enfim, os planos urbanísticos, para alcançarem seus objetivos, precisam conhecer ambos os lados, isto é, aquele das comunidades desestruturadas, ocupando por vezes áreas decadentes, como aquelas bem estruturadas, que impõem padrões urbanos de qualidade. Em termos estruturadores, o Plano Integrado de Transporte Urbano, o PITU (*veja, nesta edição, entrevista com o presidente da Associação Nacional de Transportes Públicos, Claudio de Senna Frederico*), tem um papel relevante no relacionamento entre a mobilidade que oferece aos cidadãos e a qualidade de vida urbana que permite gerar e manter. A ferrovia, que teve papel importante na formação de muitas cidades européias e mesmo no Japão, com o PITU adquire novo status.

A civilização metropolitana está prestes a se moldar a uma nova cultura. As máquinas sonhadas pelo PITU estão se tornando realidade. Tudo conduzindo para a obtenção de um ambiente saudável, amigável, solidário e compartilhado.

FENATRAN

99

8 a 12 de Novembro de 1999

Anhembi - São Paulo - Brasil

Informações e Vendas:

Tel.: (011) 7295-1229/826-9111/6221-9908 - Fax: (011) 6221-2378

e-mail: evaristo@alcantara.com.br

Iniciativa:  **ANTC**
Associação Nacional do Transporte de Cargas

Realização:  **FENATRAN bus**

Veículo Oficial:  **transporte**

Apoio:  **CONET**

 **CNT**

 **SIMFRE**

 **Anfir**
Associação Nacional dos Fabricantes de Implementos Rodoviários

Organização e Promoção:

 **FEIRAS DE NEGÓCIOS
ALCANTARA MACHADO**

AS MAIORES DO TRANSPORTE

**HÁ 23 ANOS
PUBLICAMOS O SUCESSO
DAS MELHORES EMPRESAS
DE TRANSPORTE.
NESTE ANO,
ACRESCENTE
O SEU!**

Durante este tempo, freqüentaram as nossas páginas as melhores e maiores empresas de todos os modais (marítimo, fluvial, rodoviário, aéreo e ferroviário).

Estar entre elas significa ser nacionalmente reconhecida como empresa de sucesso em estratégias e decisões inteligentes.

Eis por que as empresas de transporte, indústrias e prestadoras de serviços

auxiliares anunciam na edição anual de As Maiores do Transporte.

Não deixe passar esta oportunidade de estar presente nesta publicação que é, seguramente, a mais consultada o ano todo e presença constante nas mesas dos principais empresários do setor de transportes.

Data de fechamento publicitário:

28 de agosto de 1999

Data de circulação:

15 de setembro de 1999

Tiragem:

15.000 exemplares

OTM
EDITORA LTDA.

Para maiores informações, ligue:

(011) 3662-0277

ESPECIAL

OTM
EDITORA LTDA.

TECHNI
bus
TRANSPORTE COLETIVO
E TRÂNSITO

500
anos de
transporte



SUPLEMENTO DE TECHNIBUS Nº 45, NÃO PODE SER VENDIDO SEPARADAMENTE

 **Marcopolo**
SINÔNIMO
DE ÔNIBUS



A história da encarroçadora de Caxias do Sul (RS), dos primórdios à conquista da liderança absoluta dos mercados brasileiro e internacional

Este ônibus tem 50 anos



A Marcopolo completa meio século. São 50 anos desenvolvendo novas tecnologias para a fabricação de carrocerias. Hoje, ela é a maior empresa do setor e por isso tem como parceira uma líder de mercado, a Alcoa. Fornecendo os melhores perfis de alumínio, a Alcoa contribui para que a Marcopolo continue sua trajetória de sucesso.

Por trás deste ônibus existe meio século de desenvolvimento. Parabéns, Marcopolo.



ALCOA

www.alcoa.com.br
0800 15 98 88

DIRETOR

Marcelo Ricardo Fontana
marcelo_fontana@uol.com.br

REDAÇÃO

Editor-Chefe
Cassio Schubsky
cassiootm@uol.com.br

Editor-Assistente
Ivan Garcia
ivanotm@uol.com.br

Colaboradores
Debora Yuri Nakae
Leonardo Fuhmann
Rafael de Aguiar Covre

Diretor de Arte
Alexandre Henrique Batista
alexotm@uol.com.br

Editor de Arte
Victor Padalko
victorotm@uol.com.br

Fotografia
Eduardo Ruegg

Secretária (Redação)
Márcia Penha da Silva
penhaotm@uol.com.br

Assessora de Diretoria
Ho Yen de Castro

Administração e Contabilidade
Aquiles José Baffa

Departamento Comercial
São Paulo
Carlos A. Criscuolo - Vito Cardaci Neto
Maria Rita Fleury Zan

Circulação
Claudia Regina de Andrade
Katia Nery

Representante R. de Janeiro
Sérgio Ribeiro
Tel.: (0xx21) 262-8390 e 220-5515

Representante Paraná e Sta. Catarina
Gilberto A. Paulin
Tel.: (0xx41) 222-1766

Representante R. Grande do Sul
Ivano Casagrande
Telefax (0xx51) 231 0157 - Celular (051) 963 5748

Representante Brasília
Walter Filipe
Telefax (0xx61) 327-2572

Redação, Administração, Publicidade
Av. Marques de São Vicente 10
CEP 01139-000 - Barra Funda
São Paulo - SP - Brasil
Tel.: (0xx11) 3662-0277 (Sequencial)
Fax: (0xx11) 3662-4630 (Redação)
825-6869 (Comercial)

Tiragem
15.000 exemplares

Assinatura
Anual R\$ 64,00 (seis edições mais um Anuário)
à vista. Pedidos com cheque ou vale postal a favor da
OTM Editora Ltda.

Periodicidade
Circula no mês subsequente ao de capa

IMPRESSÃO E ACABAMENTO:
GRANDE ABC EDITORA GRÁFICA S/A



Av. Marques de São Vicente, 10, Barra Funda,
CEP 01139-000, São Paulo, SP
Tel.: (0xx11) 3662-0277
Fax: (0xx11) 825-6869 e 3662-6120

Filial: ANATIC e ABEMD

E-mail:
otmeditora@uol.com.br

CELEIRO TRANSPORTEIRO BRASILEIRO

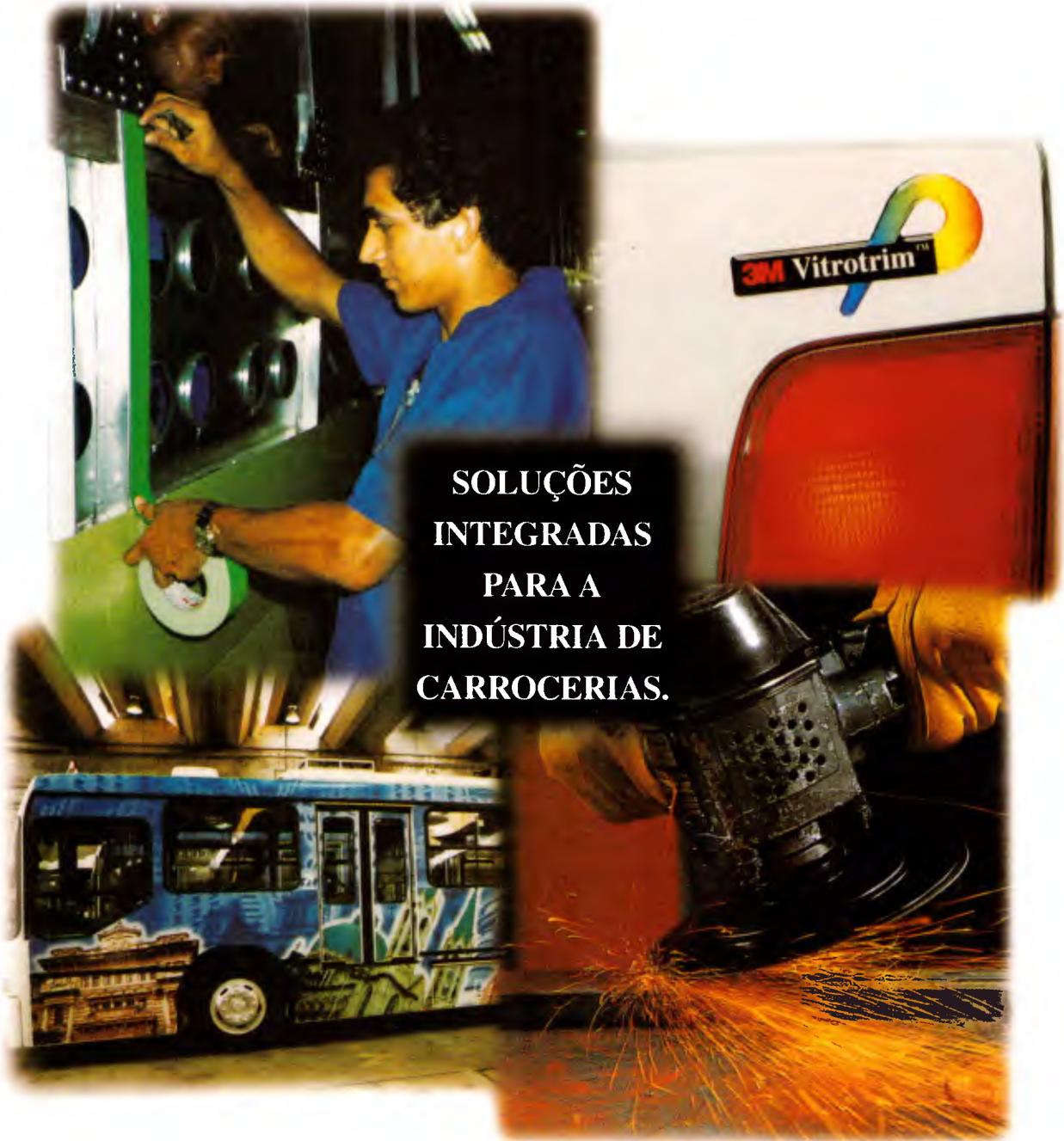
Toda vez que nos deparamos com a pujança de Caxias do Sul, na serra gaúcha, inquietamo-nos com a magnitude daquele rico pólo metal-mecânico, particularmente no que se refere ao transporte. Afinal, o que explica que, em terras inóspitas, de difícil acesso, brotasse e florescesse tão vigorosa indústria de transporte?

Pois eis que, investigando a história da **Marcopolo**, com seus carpinteiros, chapeadores, ferreiros, soldadores, vidraceiros etc, concluímos: os ancestrais desses desbravadores – quando não eles próprios – vinham da Itália, sobretudo, já com o conhecimento técnico da fabricação, e o ofício era transmitido de pai para filho. Mas por que, então, na serra de acesso restrito? Questão de bom gosto, por tratar-se de uma das regiões mais aprazíveis do Sul e, por que não dizer, do Brasil? Nada disso. É que as autoridades, no início do século XIX, precisavam ocupar, por meio de povoamento, as terras devolutas do sul do País. Assim, trouxeram alemães e italianos, que se constituíram nos dois principais grupos imigrantes da região. Passados 170 anos, verificamos que eles, com sua prole e formidável força de trabalho, contribuíram extraordinariamente para o progresso regional.

Neste cinquentenário da **Marcopolo** a que **TechniBus** remonta nesta edição super especial, a celebração da saga de fundadores e construtores do acervo **Marcopolo** se traduz em minúcias de uma história recheada de fatos. Seu Bruno, maquetista; a Eliana, historiadora; a carta exclusiva dos irmãos Nicola, fundadores da Carrocerias Caxiense, ancestral da **Marcopolo**; o Ministro da Educação, Paulo Renato Souza, no interior do Escolarbus; as viagens em volta do mundo desse novo “Marco Polo”, unindo pessoas e países; enfim, é a **TechniBus** ajudando a fazer a história da **Marcopolo**, o que é motivo de extremo orgulho e satisfação para a redação, a direção, enfim, para o time da OTM Editora. Afinal, a **Marcopolo** chega ao final do século renovada, animada para oferecer ao mercado nacional e internacional soluções que ajudem a melhorar, cada vez mais, a qualidade de vida dos cidadãos dos quatro cantos do mundo. E todo o empenho em prol do transporte coletivo mais humanizado merece o nosso aplauso.

A redação

A todos os ônibus da Marcopolo: parabéns pela passagem.



**SOLUÇÕES
INTEGRADAS
PARA A
INDÚSTRIA DE
CARROCERIAS.**

Todos os dias a 3M cria soluções para a Marcopolo. São as mais avançadas propostas tecnológicas de produção e de manutenção para ônibus que não abrem mão de transportar a mais alta qualidade em seus componentes.

Parabéns a todos os responsáveis pelo sucesso da Marcopolo. A 3M agradece a confiança e promete continuar garantindo ainda mais inovações para os próximos quilômetros.

Serviço ao Consumidor
0800-132333

3M Inovação

Sumário

3
8



Editorial

Quadra de Ases

Diretoria corporativa da Marcopolo recorda histórias dos 50 anos.

Quadra de Ases II

Carlos Zignani, diretor-geral e membro da diretoria executiva da Marcopolo (*foto à dir.*), fala dos planos de expansão da empresa.

Galeria célebre

O prestígio da Marcopolo junto a governantes do Brasil e do mundo.

Evolução da história

De um pequeno galpão de madeira, em Caxias do Sul (RS), à estrutura atual da maior encarroçadora de ônibus do Brasil.

Evolução dos produtos

Embarque na trajetória da Marcopolo, através de seus produtos (*foto*).

Mapa mundi

A personagem

A Marcopolo seguiu de perto os passos deixados pelo explorador italiano.



Fotos: Acervo Marcopolo



Ônibus nas mãos

Alfredo Bruno Harff (*foto*) faz maquetes de ônibus Marcopolo há 27 anos.

Evolução da marca

Os logotipos que acompanharam a Marcopolo.

Futuro

A Marcopolo desenvolve programa que alia competitividade e ecologia.

Láureas

Os prêmios que simbolizam meio século de história.

Marco social

A empresa investe no ser humano, o seu maior patrimônio (*foto*).

Marco cultural

Ativa na comunidade, a encarroçadora mostra o orgulho de ser gaúcha.



Making of

A historiadora Eliana Rela Alves explica como montou o acervo do Centro de Informações e Pesquisa da Marcopolo.

Made in Brazil

A Marcopolo exporta para todo o mundo desde 1961.

Fábricas

Conheça todas as unidades de produção da Marcopolo (*foto à esq.*).

Espaço Ciferal

Marcopolo adquire 50% da Ciferal, em Duque de Caxias (RJ).

Torino 99

A última versão da linha de urbanos de maior sucesso da empresa.

Um presente para o futuro

Escolarbus, primeiro ônibus brasileiro especial para o transporte escolar.

Marco crônica

Ministro da Educação, Paulo Renato Souza (*foto*), se compromete a regulamentar o transporte escolar.





Evoluir é ter presente

O passado e o futuro estão presentes em todos os produtos que levam a marca Marcopolo. Afinal, seus veículos representam muito mais que tecnologia, pioneirismo e qualidade em transporte coletivo. Levam às ruas e rodovias o compromisso e a tradição de uma empresa que há 50 anos desenvolve o amanhã sem esquecer o princípio que conduziu sua história de sucesso: oferecer o máximo em conforto e segurança aos seus passageiros.

Há 50 anos o mundo roda num Marcopolo.



o passado e o futuro



50 anos
1999



Marcopolo

CORAGEM PARA EMPREENDER



A Marcopolo possui uma diretoria corporativa que define as diretrizes gerais da empresa. Essa diretoria é formada pelos quatro acionistas principais do grupo empresarial Marcopolo: Paulo Bellini, Valter Gomes Pinto, José Antonio F. Martins e Raul Tessari. A seguir, em relatos exclusivos à **TechniBus**, “a Quadra de Ases” comenta passagens importantes da Marcopolo, como as dificuldades econômicas atravessadas pela empresa até a consolidação nos mercados nacional e internacional.

TechniBus: Até atingir sua maturidade econômico-financeira, a Marcopolo passou por diversas dificuldades, não é mesmo?

Paulo Bellini: No início, a gente trabalhava 360 dias por ano. Eu me lembro de muitas noites de Natal, no passado, ainda na época dos Nicola (irmãos que também compuseram o grupo fundador da encarroçadora), de a gente fazendo balanço. Minha mulher vinha junto. Depois a gente ia para casa para comer algo.

Raul Tessari: Houve a visão do Paulo (Bellini), de dizer: “Vou abrir a empresa”. Porque existe a empresa fechada, de quem diz: “Isso é meu, eu não vou abrir pra ninguém”.

A dificuldade veio desde a fundação. Não havia esses financiamentos como leasing, Finame.

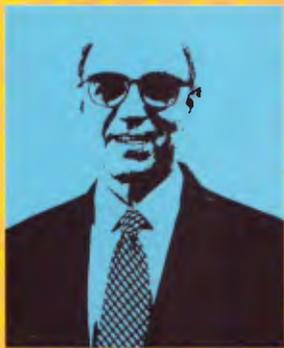
Era na base de tentar descontar duplicata em banco, junto às financeiras. Em 1982/83, o mercado viveu uma tremenda crise, algumas empresas vieram abaixo no setor de veículos rodoviários. Algumas fecharam, e a Marcopolo conseguiu sobreviver. A gente não deixava o título vencer. A gente ia até o fornecedor e dizia: “Eu não posso te pagar agora”. Não ficamos em situação pior por uma questão de um super esforço nosso de fazer corte de despesas, de procurar clientes para dar

uma mãozinha. E conseguimos levar a empresa adiante.

Nós conseguimos vários aumentos de capital, com participação de fundações, lançamentos de bônus, debêntures, e tudo isso ajudou para que a Marcopolo vencesse essa maratona.



A diretoria corporativa da Marcopolo (a partir da esquerda): Raul Tessari, diretor corporativo; José A. F. Martins, vice-presidente; Paulo Bellini, presidente; e Valter Gomes Pinto, diretor corporativo



Economista e administrador, Raul Tessari, além de homem de negócios, é membro do Conselho Curador da Universidade de Caxias do Sul

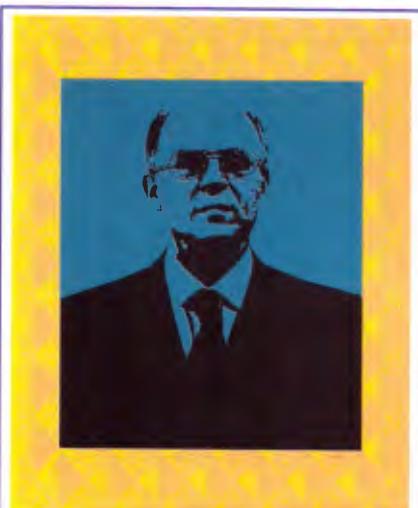


De almoxarife a presidente, Paulo Bellini trouxe a sabedoria gerencial japonesa para dentro da Marcopolo



50 anos
1999

Fotos: Arquivo Marcopolo



José Antonio Fernandes Martins é o atual presidente da Fabus (Associação Nacional dos Fabricantes de Carroçarias para Ônibus) e do Simefre (Sindicato Interestadual da Indústria de Materiais e Equipamentos Ferroviários e Rodoviários)

Paulo Bellini: Nós tínhamos uma pilha de duplicatas. Os fornecedores falavam: “Pô, vai conseguir pagar depois?” Eu ia pra São Paulo com uma pasta cheia de duplicatas para negociar com os fornecedores.

José A. F. Martins: Em 1983, surgiu aquela crise violenta que pegou muitas empresas pelo Brasil todo. A produção brasileira de carrocerias para ônibus caiu de 15 mil unidades, em 81, para pouco mais de 5 mil em 83. Várias empresas do ramo fecharam. Em 83, nós fizemos uma reestruturação completa, uma reestruturação, eu diria, extremamente corajosa. Nós fechamos a nossa fábrica em Minas Gerais, que nós havíamos iniciado em 80. Fechamos a Nimbus aqui em Caxias e praticamente voltamos ao ponto de partida. E acho que foi um momento muito importante

para o grupo, porque nos mostrou que o crescimento deveria ser ordenado. Depois nós começamos a investir mais em tecnologia, em processo, fizemos uma série de viagens ao Japão, onde buscamos ampliar nossos conhecimentos com vistas a implantar novos processos de produção.



A THERMO KING, que tem acompanhado a MARCOPOLO em todo o mundo, vem parabenizá-la por seus 50 anos na estrada do sucesso.



THERMO KING
INGERSOLL-RAND

UM NOME COM HISTÓRIA

A escolha do nome Marcopolo foi resultado de uma sofisticada estratégia de marketing adotada para criar uma nova identidade para a encarroçadora de Caxias do Sul



Fotos: Acervo Marcopolo

TechniBus: Como se definiu o nome Marcopolo?

Paulo Bellini: O (Dorval) Nicola era o homem que tinha contatos, era o homem de mercado e visitava todos os clientes. Quando o Nicola saiu, pensamos: “Temos que dar um jeito de mudar o nome da empresa”. No ano de 1967, começamos a pensar nisso.

TB: Quais os nomes que foram aventados?

Valter Gomes Pinto: Nós tínhamos uma lista de mais de 30 nomes. Escolhemos primeiro o nosso logotipo, que é um sol estilizado, a explosão do espectro solar. Como consequência, surgiu Bertioga, por causa de uma praia que tem lá em Santos – dava bem: sol com praia.

Paulo Bellini: Teve Bertioga, Albatroz... Corcel era um outro. Na época, pensamos: “Corcel. Bá*, perdemos esse nome para a Ford!” Logo depois saiu o automóvel da Ford. Um dos nomes que saiu foi Marcopolo. O problema era que eram dois nomes separados. Ai foi quando deu o clic: “Pô, vamos juntar o nome!”

Valter Gomes Pinto: Em 1968, o nome começou como modelo de um produto, e não como denominação da empresa. No Salão do Automóvel de 1968 (em São Paulo), apresentamos um modelo de ônibus com esse nome.

TB: Colocaram o nome para ver se colava?

Paulo Bellini: Viu, Cássio, houve uma coisa que foi feita na ocasião, em que eu acho que nós fomos muito felizes. A MPM Propaganda fez esse trabalho. Nós fizemos uma campanha de expectativa de nome. Mandamos malas-diretas. Na Mercedes, por exemplo, conhecíamos 15 ou 20 pessoas. Mandamos para todas. Na Scania, a mesma coisa. Nos fornecedores, nos bancos. Nós mandamos um logotipo na capa e dentro a seguinte mensagem: “Marcopolo iniciou sua viagem”. Só. Nada mais. Para não deixar claro que era em Caxias, nós expedimos as malas-diretas de Porto Alegre, Curitiba, São Paulo. Dai a 2 semanas, 3 semanas, mandamos outra mala-direta, dizendo mais ou menos assim: “Você vai ficar surpreso com as novidades que Marcopolo vai trazer”. E nós mesmos entramos em contato com o pessoal, semanas depois, comentando: “Vocês receberam? Nós recebemos. Que p...

é essa aí?” E na última mala, convidávamos: “Venha assistir ao lançamento do Marcopolo, no estande da Nicola, no Salão do Automóvel”. Devido ao sucesso do nome, resolvemos, algum tempo depois, mudar a razão social para Marcopolo. 🍌

* abreviação de barbaridade: expressão típica do Rio Grande do Sul, que indica surpresa ou contrariedade.



Salão do Automóvel de 1968: a Nicola expõe o modelo Marcopolo, que mais tarde se tornaria o novo nome da empresa



Destacado homem de marketing, Valter Gomes Pinto colaborou intensamente para a conquista de novos mercados



Quadra de ases II

LIDERANÇA VISIONÁRIA

Além da “Quadra de Ases I”, formado pela direção corporativa da Marcopolo, a empresa também possui sua “Quadra de Ases II” – a direção executiva. Os quatro personagens deste grupo são Carlos Zignani, diretor-geral e de relações com o mercado; Carlos A. Casiraghi, diretor comercial; Moacir Moroni, diretor de operações; e José Rubens De La Rosa, diretor administrativo e financeiro. Discorrendo sobre alguns temas de interesse da Marcopolo, Carlos Zignani fala sobre as estratégias para o futuro próximo:

Nosso papel

“A Marcopolo está sempre buscando inovações, tanto nos serviços como na modernização de seus métodos de gestão. Essa é a nossa tarefa, pela importância que temos no mercado. Na busca de posições cada vez mais destacadas, precisamos ser visionários, precisamos estar sempre na vanguarda.”



A diretoria executiva da Marcopolo (a partir da esquerda): José Rubens De La Rosa, diretor administrativo e financeiro; Carlos Zignani, diretor-geral e de relações com o mercado; Moacir Moroni, diretor de operações; e Carlos A. Casiraghi, diretor comercial

Crescimento no exterior

“A Marcopolo é a mais importante fábrica de carrocerias do Brasil e busca agora, também, uma colocação de destaque no mercado internacional. E, para que isso aconteça, temos de estar mais próximos dos mercados visados. Isso significa que planejamos ter unidades em importantes mercados externos utilizadores de ônibus.”

Fábrica no México

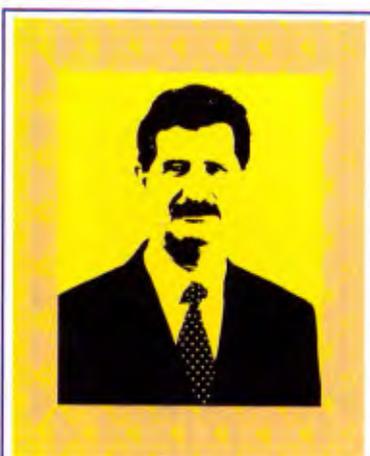
“Uma de nossas decisões: ter uma unidade no México, para podermos, futuramente, atingir os mercados centro e norte-americanos. Esta fábrica estará operando antes do final de 1999.”

América do Sul e África

“A Marcopolo também tem por objetivo uma maior aproximação dos mercados sul-americanos e queremos nos fortalecer na África.”

Logística

“Atualmente, existe uma pressão do mercado pela melhoria do produto: o cliente quer que se agregue valor ao ônibus. A alternativa é conseguir baratear o custo logístico – a distribuição, o frete. Esse é o grande esforço atual da Marcopolo.”



Carlos Zignani: antecipando o projeto de expansão internacional da Marcopolo

DESFILÉ PRESIDENCIAL



Foto: Acervo Marcopolo

O General Arthur da Costa e Silva (no destaque) durante o lançamento do ônibus Marcopolo, no 6º Salão do Automóvel (1968), em São Paulo (SP). Ao lado de Paulo Bellini



O General Emílio Garrastazu Médici visita o estande da Marcopolo no 7º Salão do Automóvel, em 1970



O General Ernesto Geisel foi outro presidente brasileiro a prestigiar o estande da empresa, no 9º Salão do Automóvel (1974)

50 anos
1999



O General João Baptista de Oliveira Figueiredo também conheceu um Paradiso, no Pavilhão da Festa Nacional da Uva de 1981, em Caxias do Sul (RS). Nesta ocasião, inaugurou a nova fábrica Marcopolo em Ana Rech



Na Festa Nacional da Uva de 1986, a Marcopolo recebeu em seu estande o presidente José Sarney



Em 1994, o presidente Itamar Franco comparece ao pavilhão da empresa durante a Festa da Uva



O presidente Fernando Henrique Cardoso cumprimenta Valter Gomes Pinto, diretor corporativo da Marcopolo, durante a Festa da Uva de 1996

NO CENTRO DO MUNDO

A realeza também viaja em um Marcopolo: nos destaques, o rei Juan Carlos e a rainha Sofia, da Espanha, ao lado de um Paradiso, em visita especial a Asunción, Paraguai



Foto: Azeno Marcopolo



Os líderes do G7, as sete maiores economias do mundo, são transportados por um micro Star Ship/Marcopolo, nos Estados Unidos, em 1992. Entre eles, Margareth Thatcher (Reino Unido), François Mitterrand (França), Helmut Kohl (Alemanha) e George Bush (EUA), respectivamente 4º, 5º, 6º e 7º, da esquerda para a direita na foto

50 anos
1999

 **Marcopolo**

Parabéns !!!

Nestes 50 anos de sucesso, a Grifebus presta sua homenagem e deseja que nos próximos anos sua trajetória continue repleta de vitórias.



**Grife
BUS**

**MATERIAIS ORIGINAIS
DE TAPEÇARIA
PARA ÔNIBUS**
Navalhados, Courvins,
Passadeiras, Plásticos,
Materiais para itinerário,
Tecidos para cortina,
Cabeceiras, Cortinas,
Mantas e Traveseiros.

**Rua Chico Pontes, 1613 - V. Guilherme
CEP 02067-002 - São Paulo, SP
Fone/Fax.: (0..11) 6909-2144
Internet: <http://www.grifebus.com.br>
E-mail: grifebus@grifebus.com.br**

Parabéns

 **Marcopolo**

Estamos em festa pelos 50 anos da Marcopolo e sentimos-nos honrados em ser fornecedores dos tecidos de cortinas para seus ônibus. Desejamos que esta parceria continue perfeita, a fim de contribuirmos sempre para o progresso desta grande encarroçadora de ônibus.



Rua Terezina, 340/360 - Vila Bertioga
CEP 03185-010 - São Paulo, SP
Fone: (011) 6601-8281 - Fax: (011) 6601-5060

50 anos
1949

EM PAZ COM O PASSADO

Os irmãos Nicola iniciaram a Marcopolo e saíram da empresa. No entanto, mostram orgulho ao ver a importância do grupo hoje

E com orgulho pelo que ajudaram a construir e sem ressentimentos pela saída da sociedade que os irmãos Nicola vêem os 50 anos da empresa que ajudaram a fundar. Não era de se esperar uma atitude

diferente de homens com a força e a coragem dos pioneiros da indústria de ônibus no Brasil. Uma carta dirigida à direção atual da Marcopolo (*leia fac-símile nesta página*), recebida em 18/11/1997, dá a exata medida de que estas personagens se sentem plenamente integradas à história da encarroçadora de Caxias do Sul (RS).

Os dois primeiros ônibus movidos à gasolina da história do país chegaram ao Rio de Janeiro (RJ) em 1908. Foi a maneira do empresário Otávio Rocha Miranda comemorar o Centenário da Abertura dos Portos Brasileiros. Esses dois veículos conviviam ainda com os bondes de tração animal, que só seriam substituídos pelos elétricos, na década de 20.

A história do transporte coletivo no país poderia ter evoluído assim, com um ou outro empresário importando novidades para os grandes centros, não fosse a II Grande Guerra. No final dos anos 40, o Brasil

recebe um ultimato: ou se industrializa ou deixa de existir. A situação era particularmente dramática em Caxias do Sul (RS). Fundada em 1875 com o nome de Campo dos Bagres, a cidade — povoada por imigrantes italianos, poloneses, espanhóis e portugueses — ficava cravada na Serra Gaúcha, uma região de difícil acesso. O desenvolvimento da região dependeria, portanto, de boas condições de transporte.

Dorval Antônio Nicola e seus irmãos Nelson João e Doracy Luiz aceitam o desafio e, junto com Arnaldo Fabian, Arno Steffen, Arno Evaldo Cornel, Jacob Acker e o casal Américo Cunha Cerqueira e Nedy Maria Branco Cerqueira, fundam, em 6 de agosto de 1949, a Carrocerias Nicola. A partir de 1950, Paulo Bellini junta-se ao grupo. A empresa funcionava num galpão de dois andares, na esquina das ruas 18 do Forte e 13 de Maio. Bellini cuidava da parte administrativa da empresa, conhecida como Carrocerias Caxiense. Os demais sócios eram responsáveis pelas vendas e pela construção das carrocerias. O primeiro cliente foi a Pérola, empresa que fazia o transporte urbano da cidade. Essa carroceria número um consumiu três meses de trabalho.



Primeiro pavilhão da empresa, localizado na esquina das ruas 18 do Forte e 13 de Maio, em Caxias do Sul (RS)

Foto: Acervo Marcopolo

EXCLUSIVO

Seus dirigentes e dirigentes da Marcopolo,

Relembrando o passado floresce um sentimento de profundo orgulho e admiração: país que ajudamos o crescimento e hoje vemos a grande potência que é o Brasil.

É com grande emoção e muita alegria que queremos agradecer, em especial, aos velhos amigos, pela lembrança e homenagem prestadas. E que continuem lutando pela Marcopolo: que é um orgulho para Caxias e para o nosso país.

Das irmãs Nicola,

DORVAL, DORACY E NELSON

“Marcopolo é um orgulho para Caxias e para nosso país”

SUANDO A CAMISA

A equipe da Nicola dava duro na bola e no trabalho. Os chassis de caminhão precisavam ser adaptados para os ônibus

Em 1950, Paulo Bellini, o atual presidente do grupo, entrou na sociedade, assumindo as vendas, juntamente com Dorval Nicola. O trabalho na Nicola era muito difícil. Era preciso cortar e emendar os chassis de caminhões (os chassis especiais para ônibus só surgiram na metade daquela década). As carrocerias e os bancos eram feitos em madeira de lei. As primeiras carrocerias de aço foram produzidas em 1952.

Como nem tudo era trabalho, foi fundado, em 1956, o Grêmio Atlético Nicola. Entre os jogadores do time de futebol, dois chamavam a atenção, e não era pelo futebol: Dorval Nicola e Paulo Bellini, que formavam a ala direita da equipe. Mas, recordando a época em que a empresa tinha uma estrutura familiar, Paulo Bellini destaca que já havia qualidade no futebol praticado naquela época. “A escalação dos jogadores se devia a critérios futebolísticos”, garante o atual presidente da Marcopolo. 



Time de futebol do Grêmio Atlético Nicola, que incluía os sócios Paulo Bellini (em pé, 3º da esquerda para a direita) e Dorval Nicola (em pé, último da direita)

Foto: Acervo Marcopolo

Cronologia

1949

- Fundação da Nicola & Cia. Ltda, que tinha o nome de fantasia de Carrocerias Caxiense, fabricante de carrocerias com estrutura em madeira, no dia 06 de agosto

1952

- Utilização das primeiras estruturas de aço, um marco na indústria brasileira de carrocerias de ônibus

1953

- Início da expansão da indústria automotiva no Brasil, com a política de Juscelino Kubitschek e implantação do Plano SALTE (Saúde, Alimentação, Transporte e Energia)

1954

- Troca da razão social para Carrocerias Nicola S/A Manufaturas Metálicas

- Tem início a construção da nova fábrica no bairro Planalto, em Caxias do Sul (RS)

1956

- Fundação do Grêmio Atlético Nicola

1957

- Transferência da empresa para a nova fábrica no bairro Planalto

- Início da produção de ônibus com chassi nacional

1959

- Empresa comemora dez anos e fecha sua primeira década com 600 carrocerias produzidas

1961

- Primeiro contrato de exportação, para o Uruguai



**50 ANOS
A SERVIÇO DO PASSAGEIRO
DE ÔNIBUS.**

**50 ANOS
DE CONFORTO E
SEGURANÇA.**

**50 ANOS
DE ESPECIALIZAÇÃO
EM SUCESSO.**

A homenagem da



DE NICOLA A MARCOPOLO

Durante o Governo JK, os transportes ganharam grande impulso. No início dos anos 70, já como Marcopolo, a empresa começa a conquistar o mundo

O presidente Juscelino Kubitschek de Oliveira (1956-1961) foi uma peça fundamental na industrialização do Brasil. Em seu governo, foi criado um programa chamado SALTE, que trazia investimentos nas áreas de saúde, alimentação, transportes e energia. Era um impulso na infraestrutura que permitiria o desenvolvimento do país. Foi na gestão JK que aconteceu também a implantação da indústria automobilística no Brasil. Isso permitiu que, em 1957, a Nicola produzisse ônibus com chassis brasileiros.

A empresa respondeu bem aos investimentos públicos em transporte. Seu novo pavilhão industrial foi construído também em 1957, no bairro caxiense de Planalto. A Nicola mudou em organização, e nos anos 60, os setores de carpintaria, mecânica, corte e polimento foram englobados pelo departamento de engenharia.

A primeira exportação veio em 1961, quando a Companhia de Ônibus Pando, do Uruguai, comprou dois ônibus. No mesmo ano, houve vendas para o Paraguai. A empresa crescia também dentro do Brasil - em 1964 foi instalada uma filial em Curitiba (PR) - e de Caxias, com a construção de um novo pavilhão industrial no ano seguinte.

Outro fato marcante foi a saída dos irmãos Nicola da sociedade, em 1967. Eles deixaram a empresa para fundar uma indústria de furgões, que foi vendida para a Randon e depois comprada pelos antigos sócios dos Nicola. Em 1968, a empresa lançou o ônibus Marcopolo no Salão do Automóvel de São Paulo (SP). O sucesso foi tão grande que, a partir de 1971, a empresa passou a se chamar Marcopolo.

Esse período marca a expansão da Marcopolo, que deixa de ser uma fábrica para se tornar um grupo. Em 1971, a empresa passa a exportar tecnologia, assinando contrato com a Ensamblaje Superior de C. A., da Venezuela, para montagem de carrocerias para ônibus urbano naquele país.



Linha de montagem, 1965: na época, a produção da Marcopolo já atendia uma intensa demanda do mercado

Foto: Acervo Marcopolo

Cronologia

1962

- Pela primeira vez, a empresa participa do Salão do Automóvel, em São Paulo (SP)

1963

- Instalação de filial em São Paulo (SP)

1964

- Instalação de filial em Curitiba (PR)

- Valter Gomes Pinto passa a integrar o quadro de profissionais da empresa

1965

- Escritório do Rio de Janeiro (RJ) passa a ser filial

1966

- José A. F. Martins passa a fazer parte do quadro de profissionais da empresa

1968

- Escritório de Porto Alegre passa a ser filial

1970

- Aquisição da Carrocerias Eliziário de Porto Alegre

- José A. F. Martins e Valter Gomes Pinto são eleitos **diretores**

MARCOPOLO
1 9 9 9

50

anos transportando o Brasil

PARABÉNS!

A **VEMETEK TECIDOS & COUROS LTDA.** tem o prazer de cumprimentar a **MARCOPOLO S.A.** pelos 50 anos de dedicação em prol da indústria e transporte de passageiros no território nacional e internacional.


VEMETEK
TECIDOS & COUROS LTDA.

TUDO PELO COLETIVO

Com a crise do petróleo o transporte coletivo passou a ser prioridade absoluta no Brasil, e a Marcopolo estava a postos para incrementar a produção de ônibus para os mercados interno e externo

50 anos
1999

O preço do petróleo disparou em 1973. Essa informação provoca não só uma mudança econômica, como uma mudança cultural. Os governantes e especialistas em transporte público e trânsito se dão conta da importância de se ter um sistema de transporte coletivo, visando à economia de combustível. A Marcopolo aproveita a situação para se lançar em outro projeto: uma fábrica de chassis. A Cummins Nordeste, criada em parceria com a Cummins Company e a Van Holl, não deu certo, mas isso não fez com que a empresa parasse de crescer. No mesmo ano, o Marcopolo Jr. foi exposto numa feira de Bruxelas, na Bélgica.

No ano seguinte, a Marcopolo chegou ao mercado africano. Ela vendeu tecnologia e carrocerias parcialmente montadas para a Mark Coffie



General João Baptista Figueiredo inaugura a fábrica de Ana Rech, em Caxias do Sul, em 1981

Foto: Acervo Marcopolo

Cronologia

1971

- Alteração da denominação social para Marcopolo S.A. Carrocerias e Ônibus
- Fechado o primeiro contrato de tecnologia e carrocerias em CKD, para a Venezuela

1973

- Associação da empresa à Cummins Company e à Van Holl, criando a Cummins Nordeste
- Raul Tessari passa a integrar o quadro de profissionais da empresa

1974

- Empresa chega ao mercado africano com a venda de tecnologia e carrocerias em CKD

1975

- Raul Tessari é eleito diretor pela assembleia de acionistas
- Montagem de carrocerias urbanas no Equador

1976

- Empresa é responsável por 40% das carrocerias produzidas no Brasil

1977

- Aquisição da Nimbus (futura Invel)

1978

- Empresa estreia suas ações na Bolsa de Valores de São Paulo

1980

- Constituição da Marcopolo Trading S.A.

1981

- Inauguração da unidade Ana Rech
- Transformação do Grêmio Atlético em Associação dos Funcionários Marcopolo

50 anos
1949

Engeneering, de Accra, em Gana. No mesmo ano, a empresa adquiriu participação acionária na Metal Brito. A Marcopolo assinou também um acordo de transmissão de tecnologia com a Metrobus Del Equador, em 1975. Nessa época, a produção da empresa gaúcha praticamente dobra.



Trólebus lançado pela Marcopolo em 1979: solução de transporte para enfrentar a crise do petróleo que estourou em 1973

A Nimbus é adquirida pelo grupo em 1977. A época não foi boa somente para os negócios, tanto que, no ano seguinte, a Marcopolo lançou o primeiro ônibus articulado do Brasil. Nesse período, as ações da empresa passam a ser negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo e em outras bolsas brasileiras.

O presidente do Brasil na época, General João Baptista de Oliveira Figueiredo, inaugurou a unidade Ana Rech, também em Caxias do Sul, em 1979. Esta fábrica passou a produzir os ônibus rodoviários; os urbanos continuaram sendo feitos na unidade de Planalto. A Marcopolo estava em pleno vapor e incorporou, no ano seguinte, a Marcodipe Distribuidora de Peças e a MarcoRio Indústria e Comércio.

Parabéns Marcopolo!

**SÓ QUEM TEM
QUALIDADE
CONSEGUE ATINGIR
ESTA MARCA.**

**A SIKA PARABENIZA OS 50 ANOS
DE ESPÍRITO INOVADOR E SUCESSO
DA MARCOPOLO.**



INDUSTRY

SUPERANDO OS OBSTÁCULOS



A crise econômica foi a marca dos anos 80, conhecidos como década perdida. Esse período, em que o dragão da inflação crescia rapidamente, foi uma prova de fogo para as empresas. A Marcopolo viu, segundo o vice-presidente corporativo, José A. F. Martins, a sua produção cair mais de 60% entre os anos de 1981 e 83.

A empresa teria que se reestruturar, para se adaptar aos novos tempos. Qual era a maneira de conseguir isso? A resposta veio do outro lado do mundo. Durante uma viagem ao Japão, os diretores conheceram novos métodos administrativos. De sua adaptação à realidade brasileira, surgiram os programas Sistema Integrado Marcopolo de Produção Solidária (SIMPS) e Sugestões de Melhoramentos no Ambiente Marcopolo (SIMAM).

Essas mudanças permitiram uma reação da empresa. Em 1988, os técnicos montaram 300 ônibus nas cidades de Lima e Trujillo, ambas no Peru. No mesmo ano, o Star Ship é exportado para os Estados Unidos. Um ano depois, a Marcopolo adquire participação no Banco Arbi.

A década de 90 provavelmente entrará para a história como a época em que a expressão “qualidade de vida” ganhou mais força. A Marcopolo



O “Ligeirinho” foi premiado na Conferência Habitat II, em Istambul, na Turquia, como opção de transporte de qualidade

Cronologia

1982

- Redução da produção devido aos efeitos da crise nacional

1984

- Constituída a Marcopolo Distribuidora de Peças LTDA.

1986

- Constituição da MVC Componentes Plásticos, em São José dos Pinhais (PR)

1987

- Aquisição da Marcoveza
- Incorporação da Eliziário S.A Carrocerias e Ônibus

1988

- Criação da Fundação Marcopolo, com estatuto jurídico
- Peru recebe técnicos da Marcopolo para a montagem de 300 unidades do Torino
- Entrada no mercado norte-americano, com o microônibus Star Ship

1989

- Participação no capital do Banco Arbi S.A.

1990

- Criação da Escola de Formação Profissional Marcopolo

1991

- Entrada no Mercado Comum Europeu, com fábrica em Coimbra, Portugal
- Cisão parcial da Marcopolo S.A. Carrocerias e Ônibus, resultando na constituição da Companhia Marcopolo de Participações



participou desse movimento, criando, juntamente com a Volvo e a Prefeitura de Curitiba (PR), o “Ligeirinho”, ônibus urbano que circula em corredor exclusivo e que, sem degraus e catraca, torna o transporte mais rápido. O projeto foi premiado em 1996 na conferência Habitat II, na cidade de Istambul, na Turquia, como solução para o transporte.

A Marcopolo criou também, em 91, uma escola de formação profissional, em convênio com o Senai. Esse ano marca ainda a entrada efetiva da Marcopolo no Mercado Comum Europeu. Associada ao grupo português Evilar, forma a Marcopolo Carroçarias, com sede em Coimbra, Portugal.

No ano seguinte, a Marcopolo exporta unidades de carroceria desmontada para a Autobuses, no México. Em 1994, é lançado o ônibus Torino biarticulado. No mesmo ano, a Marcopolo é classificada pela revista *Forbes* como uma das 100 melhores pequenas empresas do mundo. A Marcopolo adquire 50% das quotas da Dinaço Indústria e Comércio de Aço um ano depois.

A Marcopolo recebeu, em 1996, o American Depositary Receipts (ADR's), que a qualifica para entrar nas bolsas de valores norte-americanas. A empresa recebe também as certificações ISO 9001 e 9002. Dois anos depois, foi inaugurada a Marcopolo Latinoamericana, em Cuarto, na província argentina de Córdoba. No ano de seu cinquentenário, o grupo comprou a Ciferal, com sede no Rio de Janeiro. Assim vem sendo construída a história do sucesso de uma empresa que hoje emprega 4.600 pessoas no Brasil, 147 na Argentina e 120 em Portugal.



Marcopolo alcança a marca dos 100.000 ônibus produzidos no ano de 1998

Cronologia

1992

- Troca da denominação social para Marcopolo S.A.
- Assinatura de contrato com a Dina Autobuses, do México
- Constituição da Marcopolo Empreendimentos e Participações Ltda. e da Marcopolo International Corporation S.A.

1995

- Marcopolo recebe o prêmio Top of Mind, da revista Amanhã como a 3ª marca mais lembrada no Rio Grande do Sul
- Início do Projeto Argentina
- Aquisição de 50% das quotas de participação da Dinaço

1996

- Empresa recebe Certificação ISO 9002
- Adequação aos novos tempos da configuração administrativa da empresa, que passa a ter um Conselho de Administração, uma Diretoria Corporativa e uma Diretoria Executiva

1997

- Marcopolo recebe Certificação ISO 9001
- Dinaço passa a compor a estrutura corporativa da empresa

1998

- Inauguração da Marcopolo Latinoamérica, em Rio Cuarto, em Córdoba, na Argentina
- Marcopolo atinge a marca dos 100.000 ônibus produzidos

1999

- Aquisição de 50% do capital votante e total da Ciferal, empresa sediada em Duque de Caxias (RJ)
- Marcopolo comemora 50 anos

Evolução dos produtos

20 MOMENTOS QUE FIZERAM HISTÓRIA


50 anos
1949



1950

Primeiro modelo urbano da Nicola: carrocerias com estrutura em madeira



1953

Ônibus rodoviário ainda em madeira, com capacidade para 44 pessoas



1957

Rodoviários com estrutura metálica e revestimento de alumínio



1967

3.000 vezes Marcopolo: empresa, ainda com o nome Carrocerias Nicola S/A, produz o ônibus número 3.000


50 anos
1949



1972
Marcopolo Jr., primeiro microônibus produzido pela companhia, apresentado durante o Salão do Automóvel, em São Paulo (SP)



1974
É lançado o rodoviário Marcopolo III, grande sucesso de mercado



1979
Lançamento do ônibus elétrico Trolebus

Fotos: Acervo Marcopolo

MARCOPOLO

50 anos de estrada

A Parker Hannifin, maior fabricante nacional de componentes pneumáticos, saúda a MARCOPOLO por mais esta conquista.

Linha Truck & Bus

Válvulas, Cilindros, Filtros, Reguladores, Lubrificadores, Uniões Rotativas, Blocos Distribuidores e Sistemas Eletropneumáticos para Portas de Ônibus, desenvolvidos especialmente para o setor de transportes.



Parker Hannifin Ind. Com. Ltda
Av.: Lucas Nogueira Garcez 2181
Esperança Caixa Postal 148
12300-000 Jacareí, SP
Tel.: 0XX12 354-5100
Fax: 0XX12 354-5262

www.parker.com.br

SERVÍÇO DE ATENDIMENTO AO CLIENTE

LIGAÇÃO GRATUITA
0800-11-7001

Evolução dos produtos



8

1983

Chega ao mercado a **Geração IV**, formada pelos ônibus Paradiso, Viaggio, Strada, Torino e pelo micro Senior: sucesso por toda uma década



9

1988

Na terra do Tio Sam: lançamento do micro **Star Ship**, exclusividade da Marcopolo para o mercado norte-americano



10

1989

Microônibus **Senior Executivo**



11

1991

Torino Ligeirinho, desenvolvido especialmente para a cidade de Curitiba (PR)



1992
Lançamento da **Ge-
ração V**, marco em
modelos rodoviá-
rios, composta pe-
los Viaggio GV 850,
GV 1000 e GV
1150, e pelos Para-
diso GV 1150 e GV
1450



1995
Paradiso GV 1800 Double Decker: dois andares,
pioneirismo brasileiro



1998
É projetado o **VLP - Fura-fila**, para novo sis-
tema de transporte em São Paulo (SP)

Fotos: Aeren Marcopolo

50 ANOS ABRINDO AS PORTAS DO SUCESSO!

No mundo inteiro, os ônibus da Marcopolo são sinônimo de qualidade. Fazer parte desta história de 50 anos de sucesso é mais do que um orgulho: é um compromisso. Por isso, na BMP, investimos constantemente em tecnologia e desenvolvimento, com o objetivo de estar à altura de empresas líderes como a Marcopolo.

Através do TREINAR, a BMP vai além. Nosso exclusivo programa para aplicação e manutenção de produtos permite a capacitação e o treinamento de profissionais em toda América Latina. Assim, utilizando nossos produtos de linha ou nosso departamento de desenvolvimento, os clientes da BMP têm sempre a certeza de contar com os melhores equipamentos e melhores serviços.

- Mecanismos de acionamento de portas urbano e rodoviário
- Rampas de acesso para deficientes físicos
- Degraus retráteis
- Sistemas de controles de portas
- Sistemas de sensibilização de portas
- Sistemas pneumáticos e eletro-eletrônicos



Carroceria Marcopolo com mecanismo de porta BMP



Mecanismo pneumático vertical



bmp
BODE MASATS PROAR

Rua Araxá, 354 - Novo Hamburgo
RS/Brasil - CEP 93334-000
Fone:(51) 587.5035 Fax:(51) 587 1232
e-mail: bmp@pro.via-rs.com.br

ST&S

Evolução dos produtos



1998

Marcopolo lança o mini-bus **Volare**, que um ano depois garantiria à empresa seu 4º Prêmio Distinção Indústria

A logo for Marcopolo's 50th anniversary, featuring a stylized sun or flower icon above the text '50 anos 1999'.



1998

Andare, linha rodoviária modernizada



1998

Outra aposta na modernidade veio com a linha urbana **Viale**



1998

O ônibus número **100.000** fabricado pela Marcopolo foi um **Paradiso GV 1800 Double Decker**


50 anos
1999

1999

Pronto para agitar o mercado: **Escolarbus**, minibus desenvolvido especialmente para o transporte escolar



Fotos: Acervo Marcopolo

1999

Com o design moderno do urbano **Torino**, a Marcopolo mostra sintonia com o futuro

50 Anos Marcopolo
Esta empresa vai longe
e nós damos o rumo.



JADI mobitec

Mobitec Ltda. "joint-venture" proveniente da fusão da empresa gaúcha Jadi Itinerários Eletrônicos e a sueca Mobitec, presente no mercado nacional na fabricação de itinerários eletrônicos e com tecnologia sueca, que exhibe nos produtos informações por matriz de pontos e dá superior flexibilidade e novas possibilidades para a manipulação de dígitos, textos e gráficos.

Os itinerários Mobitec possuem avançado controle de sistemas, em combinação com a utilização de um computador pessoal (PC), assegurando que o display seja reprogramado de forma simples e rápida.

mobitec

Rua João da Costa, 570
Cx. Postal 525
Caxias do Sul - RS - Brasil
Fone: (54) 223.0588

A volta ao mundo em



Seguindo os passos da personagem histórica, a Marcopolo sempre esteve predestinada a lançar-se sobre o mundo. Trabalhou duro para tornar realidade o que o nome insinuava. Sua aventura ao redor do globo começou pelo Uruguai, em 1961, com seu primeiro contrato de exportação. Dez anos depois, a empresa chegava à Venezuela, com sua primeira exportação CKD. Em 1988, a Marcopolo participa do competitivo mercado norte-americano com o Star Ship.

Cruzando o Atlântico, no início dos anos 70, os ônibus da Marcopolo já desfilavam pelas ruas de Lagos, na Nigéria, de Luanda, em Angola, do Cairo, no Egito, e de Maputo, em Moçambique. Sua presença no mercado africano seria consolidada com a exportação da linha Allegro para a Etiópia, em 1997. Com um eixo na África e outro no Oriente Médio (Kuwait e Emirados Árabes Unidos), o logotipo da Marcopolo chega ao outro lado do planeta.

E a viagem não pára nas exportações. Além de suas quatro fábricas brasileiras - com a perspectiva de consolidar a aquisição da quinta, pertencente à Ciferal, no Rio de Janeiro -, a Marcopolo conta com mais duas instalações, em Portugal e Argentina, além da do México, em fase de implantação. São 50 anos de experiência testada e aprovada nas mais diferentes culturas e regiões do mundo.



ESTADOS UNIDOS
Em 1988, a Marcopolo começa a fornecer o micro Star Ship para o mercado norte-americano



VENEZUELA
Marcopolo fecha com a Ensamblaje Superior seu primeiro contrato CKD, em 1971



TRINIDAD TDBAGO
Comitiva de empresários visita a Marcopolo, em 1979



BOLÍVIA
A linha Viaggio é exposta na Expo Cruz, em 1990



PARAGUAI
Contrato com a Rapido Yguazu, em 1963



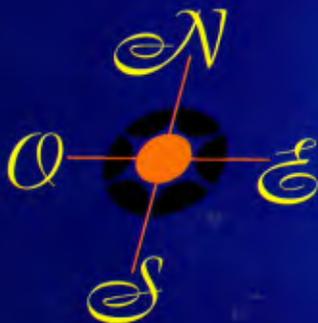
CHILE
Participação na Feira Internacional de Santiago, em 1987



ARGENTINA
Marcopolo exporta para a Expreso Singer o primeiro double decker produzido no Brasil



URUGUAI
Primeiro contrato de exportação da Marcopolo, com a C.O.P.S.A., em 1961



50 anos da Marcopolo



PORTUGAL
Em 1991, a Marcopolo Indústria de Carroçarias, em Coimbra, é a primeira fábrica fora do Brasil



ESPAÑA
O rei Juan Carlos e a rainha Sofia viajam em um Marcopolo, no início da década de 90, em Asunción



TURQUIA
Apresentação de um biarticulado em Istambul, em 1996



KUWAIT
Em 1989, contrato para fornecimento da linha Viaggio



EMIRADOS ÁRABES UNIDOS
Versão do Torino GV criada para Dubai, em 1997, com espaço separado para mulheres



NIGÉRIA
Para comemorar 27 anos, Marcopolo recebe visita do embaixador e embaixatriz da Nigéria, em 1976



ÁFRICA DO SUL
Linha Paradiso chega à África do Sul em 1996



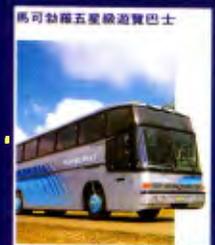
GHANA
Em 1974, a Mark Coffie Engineering compra tecnologia e produtos



ETIÓPIA
A linha Allegro é exportada para a Etiópia em 1997



MOÇAMBIQUE
Em 1971, os rodoviários da Marcopolo já eram utilizados naquele país



TAIWAN
Em 1986, a Marcopolo apresenta a linha Paradiso

Nova Caledônia
Taiti

LEGENDAS

- Outras exportações
- Fábricas

Marcopolo



Estamos orgulhosos por fazer partes desta conquista.

Para a Dinaço e a MVC Componentes Plásticos, fazer parte de uma trajetória marcada pelo sucesso como os 50 anos da Marcopolo é motivo de muito orgulho. Fornecendo estruturas e peças em aço e plástico, importantes para o desenvolvimento dos produtos, as empresas ajudaram a construir veículos que hoje rodam o mundo como verdadeiros sinônimos de qualidade. Parabéns Marcopolo, e muitos quilômetros de vida.



DINAÇO[®]
O caminho do Aço



MVC COMPONENTES PLÁSTICOS
A Evolução em Plásticos





A MARCA DA OUSADIA

Há mais em comum entre o lendário explorador e a bem-sucedida empresa gaúcha do que possa imaginar a nossa vã filosofia

Rafael Covre

Passemos os olhos pela história das sociedades. Encontraremos, em grande número, personagens de vidas orientadas por uma seleta gama dos mais formidáveis impulsos. Algumas dessas figuras responderam ao espírito aventureiro. Outras, ao instinto guerreiro.

Outras, ainda, são reconhecidas por seu senso de organização ou empreendimento. Em tempos de discórdia, surgiram as capazes de proporcionar paz e harmonia. A todas elas, a roda da história garantiu um lugar. E se, neste grupo extraordinário, procurarmos um destaque, encontraremos um nome que inspira coragem, segurança e ousadia: Marco Polo.

Nascido em Veneza no ano de 1254, aos 17 anos o famoso explorador viajava à China com o pai e o tio. Lá serviu ao governo chinês, tornando-se peça fundamental para a união, integração, expansão e organização do vasto império. Voltando ao ocidente, liderou com valentia as forças de sua cidade, na guerra contra Gênova. Capturado, dita suas aventuras ao companheiro de cela, e sob a forma de livro seus relatos ganharam o mundo, despertando o

Ocidente para além de suas fronteiras e em direção ao futuro. Foram 70 anos dedicados plenamente à grande aventura que chamamos de existência.

Conhecida a história da Marcopolo, torna-se inevitável a comparação.

Ela não se resume ao nome, mas engloba o importante papel que esta companhia vem desempenhando no Brasil e no mundo. Como o Marco Polo personagem, a Marcopolo tem sido indispensável para a integração e organização de nossa sociedade, por sua enorme contribuição ao transporte coletivo nacional e internacional. Aos que ainda têm dúvidas, terminem a leitura. E ao final, divirtam-se com as perguntas: seria possível imaginar o transporte coletivo sem seus ônibus? Ou falar de conquista de mercados, sem reconhecer que a Marcopolo encarou o desafio, com liderança e competência, seguindo os mesmos impulsos que o lendário aventureiro?



Marco Polo e o imperador chinês Kublai Khan em selo do Vaticano (1995): como o explorador, a Marcopolo abraçou o mundo



Marco Polo em selo italiano (1954): nome é apenas a primeira de uma série de semelhanças entre a Marcopolo e o viajante italiano

O GIGANTE DA MINIATURA

Há 27 anos fazendo maquetes para a Marcopolo e apaixonado por ônibus desde criança, Alfredo Bruno Harff, o “seu Bruno”, entra para a história da empresa como um de seus mais significativos personagens

Débora Yuri

Hoje com 75 anos, Alfredo Bruno Harff ainda se lembra daquilo que mais o fascinava quando era garoto. “Sempre gostei de ônibus, desde pequeno. Passava horas rodeando os que estacionavam na minha cidade natal, São Leopoldo (RS). Ficava olhando de perto...”

Alguns dizem que as paixões que temos na infância são eternas. A história de Bruno – o “seu Bruno”, como é conhecido desde que entrou para a galeria de personagens da Marcopolo – serve de modelo para confirmar a tese. Ele confecciona maquetes de ônibus para a companhia há 27 anos. Nunca parou e não pretende parar. “O ônibus ainda é a minha paixão. Enquanto eles me fizerem pedidos e eu tiver saúde para trabalhar, vou continuar”, diz, com firmeza na voz.

Filho de “um riograndense marceneiro”, seu Bruno desde criança aprendeu a tomar gosto pelo ofício. “Sou um bicho da madeira”, define. Menino ainda, fazia seus caminhõezinhos, que usava como brinquedos. Como o pai, virou marceneiro, mas logo descobriu nas miniaturas de ônibus um hobby – e um meio de ganhar um dinheiro extra. “As miniaturas eram um biscate, um bico. No início, atendia apenas pedidos de amigos e conhecidos. Fazia tudo artesanalmente, com a madeira que sobrava, a olho”, recorda. “Quando conseguia uma folga na marcenaria, corria para minhas miniaturas. Era o meu maior prazer.”

Em 1972, decidido a unir o evidente talento para as maquetes à antiga paixão pelos ônibus, Bruno viajou para Caxias do Sul (RS). Objetivo:

trabalhar para a Marcopolo. “Meu primeiro contato foi com o senhor Renato Ferrari, representante de marketing, que me recebeu muito bem. Falei a respeito das maquetes, e ele me forneceu plantas e desenhos de alguns ônibus da companhia. Enviei os trabalhos prontos; eles gostaram bastante. Logo em seguida, começaram a fazer pedidos”. Nascia o “seu Bruno”, pronto para diminuir e eternizar os mais variados modelos de ônibus da Marcopolo; um homem simples que virou quase um mito dentro de uma saga que já dura 50 anos.



Seu Bruno: “A Marcopolo está no meu coração. Sinto-me totalmente integrado”

Foto: Fa pe Tonelli



Torino Ligeirinho, de 1991, junto à estação-tubo de Curitiba (PR)

Foto: Acervo pessoal de Bruno Harff

50 anos
1999

“MÓVEIS E UTENSÍLIOS” – Para a festa do cinquentenário da Marcopolo, Bruno confeccionou um double decker comemorativo. Ele conta que suas relações com a companhia são as melhores possíveis desde o início da longa caminhada: “Todos sempre foram muito bons para mim, sempre me ajudaram. A Marcopolo está no meu coração. Sinto-me totalmente integrado”. Um dos maiores incentivadores de seu trabalho faz parte da direção da empresa. “Seu Valter é um verdadeiro pai para mim”, diz, referindo-se ao diretor corporativo Valter Gomes Pinto. “Um dia, me apresentando a um amigo, ele disse: ‘Este é o seu Bruno, que já faz parte dos móveis e utensílios da Marcopolo’”.

Riograndense de coração, Bruno ainda mora em Novo Hamburgo (RS), mas suas maquetes estão espalhadas pelo mundo – Uruguai, Argentina, Chile, Estados Unidos e até alguns países da África. Seu maior problema é encontrar alguém para “tocar o bonde”. Nem seu filho único nem seus

quatro netos toparam a empreitada de dar continuidade a seu trabalho singular, embora o admirem. “Ainda não encontrei um substituto. Este é um trabalho que precisa ser feito por alguém que o ame e que tenha um dom. Tem gente que vem aqui querendo, primeiro, saber quanto vai ganhar...”

Se, quanto ao trabalho, Bruno não conseguiu convencer o filho e os netos, no futebol a história é outra. “São todos gremistas, como eu. Eles estão sempre na minha casa, circulando com suas camisetas do Grêmio”, conta, orgulhoso. Apesar de seu clube deter o título de campeão gaúcho de 1999 e de contar com o novo fenômeno dos gramados, Ronaldinho Assis, o gigante das maquetes não vai mais aos estádios. “Quando tenho um tempo livre, prefiro ouvir música orquestrada, comer um bom churrasco na brasa e assistir a filmes em vídeo”, diz, citando como

seus favoritos *Perfume de Mulher* (1993), de Martin Brest, e *Passagem para a Índia* (1984), de David Lean.

Questionado sobre a sensação de ser um personagem dentro da história de uma das maiores empresas da América do Sul, Bruno é humilde. “Sou apenas um cidadão trabalhador que tem uma oficina nos fundos da casa. Faço meu trabalho com modéstia e orgulho”, diz, tranqüilo. Também comemora o cinquentenário da companhia: “É bom saber que sou uma parte de um todo tão grande. A Marcopolo é feita de gente admirável, que trabalha, que não se entrega. Acho que minhas miniaturas, embora pequenas, são importantes para a empresa” (e como são, seu Bruno). Por fim, o gigante revela a única paixão maior que a de infância: “Antes do ônibus, só mesmo a minha mulher”.

600 maquetes

Seu Bruno calcula que já fez mais de 600 maquetes em toda a sua vida – “quase todas para a Marcopolo”, frisa. Nunca trabalhou para outra empresa e conta, com simplicidade, o motivo: “A Marcopolo não deixou que eu precisasse”.

Para confeccionar uma maquete de ônibus, Bruno demora cerca de duas semanas. Seu trabalho é solitário: ele faz tudo, inclusive a fabricação das peças envolvidas no processo de montagem. A única exceção é mandar soldar as fibras de vidro, utilizadas nas carrocerias. Alumínio é outro material importante. A madeira, hoje, fica restrita a alguns elementos dos pneus.

Sem reclamar, ele dedica às miniaturas suas manhãs, tardes e, quando há aperto, até finais de semana. Houve um tempo em que conseguia fazer três maquetes de ônibus por mês, o que aumentava seu ganho. Com a idade, teve de reduzir o ritmo, problema com o qual lida com humor. “Sou um jovem de 75 anos”, brinca.

Miniatura confeccionada por seu Bruno para a revista *TechniBus*, em 1994

Evolução da marca

1949 - 1959



1960 - 1968



1968



1971 - 1983



1983 - 1992



1992 - 1998



1998



Parabéns, Marcopolo.

*50 anos criando soluções e
serviços para transporte
coletivo.*

*Fazer parte dessa "fórmula de sucesso" é motivo
de muito orgulho para nossa empresa.*

 **Elekeiroz**
A química que está presente

Visite nosso site
www.elekeiroz.com.br

Resinas Poliéster Uceflex. Ajudando a moldar os grandes projetos desse país.

Isotálticas, Ortoftálticas Flexíveis, Low Profile, Cristal e Auto-extinguível, Fumárias e Tereftálticas



ORGULHO DE PRESERVAR

Marcopolo adota programa de medidas em respeito ao meio ambiente

Há quatro anos, a Marcopolo vem desenvolvendo e colocando em prática medidas pró-conservação da natureza. Moacir Moroni, diretor de operações da companhia, fala a respeito da integração entre empresa e meio ambiente.



Central de Resíduos da unidade Ana Rech: caso exemplar de respeito à natureza

TechniBus - Quando e por que a Marcopolo decidiu investir na preservação do meio ambiente?

Moacir Moroni - Nossa preocupação era apenas atender a lei até 1996, quando percebemos que bastava ter vontade e comprometimento para avaliar os impactos e efeitos das nossas atividades sobre a natureza. Hoje, a Marcopolo é solidária à preservação do meio ambiente.

TB - Quais as medidas adotadas pela empresa com base neste programa de conservação do meio ambiente?

Moroni - Primeiro, criamos o Setor do Meio Ambiente, que passou a centralizar todas as atividades relacionadas à questão ambiental. Em seguida, construímos novas Estações de Tratamento de Efluentes nas unidades Ana Rech e Planalto. O investimento total ultrapassou R\$ 2 milhões. Fizemos também um trabalho de base junto aos funcionários, com treina-

mentos enfatizando a importância da coleta seletiva e da reciclagem, e ampliamos nossa Central de Resíduos. Mas não basta apenas coletar, estocar; é preciso destinar os resíduos. O problema não acaba no portão da empresa, porque o gerador é eternamente responsável pelos seus resíduos. Isso nos levou à construção de um aterro próprio.

TB - O senhor citaria algum benefício acarretado por este programa?

Moroni - O maior benefício é a satisfação da empresa, perante a sociedade, em divulgar seu compromisso com o meio ambiente. Queremos nos orgulhar do que fazemos. Queremos que nossos colaboradores se orgulhem dessa conduta perante seus filhos e netos. Já estamos sendo referenciados

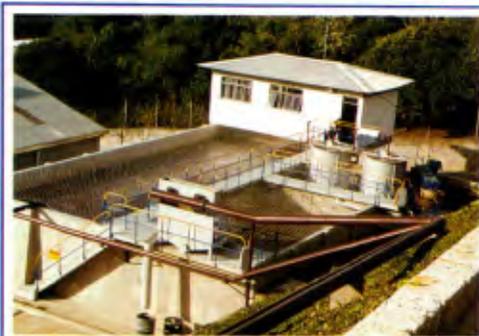
como um caso exemplar de respeito à natureza. Acredito que atingimos a integração entre respeito ao meio ambiente e competitividade.

TB - Como o senhor vê a recepção dos colaboradores ao programa?

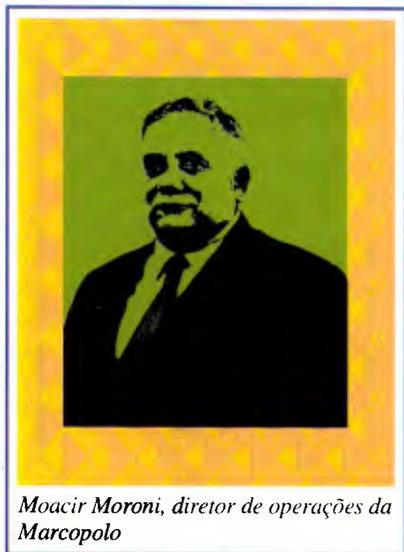
Moroni - A grande maioria dos colaboradores é receptiva ao programa, e sua colaboração é espontânea. Muitos trazem informações e sugestões de casa para dentro da empresa. Outros levam essa nova conduta em relação ao meio ambiente para suas casas.

TB - A empresa já tem previsão de certificação pela norma ISO 14.000?

Moroni - Para a Marcopolo a ISO 14.000 será uma consequência. Com todas as medidas que estamos tomando em relação ao gerenciamento ambiental, acreditamos estar a poucos passos da certificação. 🌱



Estação de Tratamento de Efluentes: integração entre empresa e meio ambiente



Moacir Moroni, diretor de operações da Marcopolo



Marcopolo

PARABÉNS PELO

1 1/2 SÉCULO DE VIDA!

Esta é uma homenagem a todos os diretores e funcionários da Marcopolo pelo exemplo de dedicação, organização, competência e grande sucesso.

Agora, você que exige qualidade e planeja a valorização das frotas de ônibus, deve utilizar os produtos CBA, que tantos benefícios já trouxeram aos fabricantes de carrocerias, ou seja, chapas lavradas cba-piso antiderrapante, chapas ou bobinas stucco para revestimento interno de ônibus, chapas planas ou bobinas pré-tensionadas e planificadas para revestimento interno e externo, perfis e tubos de alumínio para diversas aplicações, desde estrutura de ônibus até perfis para janelas e frisos decorativos.

PISO



STUCCO



CHAPAS



PERFIS



ALUMÍNIO CBA - TRANSPORTANDO QUALIDADE

Praça Ramos de Azevedo, 254 - 4º andar

CEP 01037-912 - São Paulo, SP

Vendas Segmento Transportes

FONE: (011) 224-7160

FAX: (011) 223-4638 - 220-4162



PRÊMIO ATRÁS DE PRÊMIO

50 anos
1999

Foto: Acervo Marcopolo



O presidente Paulo Bellini (terceiro, da esquerda para a direita) e o diretor corporativo Valter Gomes Pinto (primeiro) recebem, do governador do Rio Grande do Sul, Euclides Frecha (segundo), o **Prêmio Distinção Indústria de 1972**, obtido com o Marcopolo Jr.

Foto: Acervo Marcopolo



Conjunto dos três Prêmios Exportação, concedidos pela Associação dos Dirigentes de Vendas do Brasil (ADVB), recebidos pela empresa em 1974, 1992 e 1998



Foto: Photo Traço

A Marcopolo também conquistou o **Prêmio Distinção Indústria**, concedido pela Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (FIERGS), pelo ônibus rodoviário Paradiso (1986) e pelo Paradiso Double Decker (1996) – dois grandes sucessos

Diploma **A Empresa do Ano**, concedido pela revista *Exame*, em 1993



Foto: Photo Traço

Foto: Acervo Marcopolo



Em 1998, o presidente Paulo Bellini foi agraciado com o **Prêmio Líder Empresarial Setorial** concedido pela *Gazeta Mercantil*



Foto: Photo Traço

Colaboradores da Marcopolo comemoram a certificação **ISO 9002**, obtida em 1996

Mérito do Transporte Urbano Brasileiro, concedido, em 1998, ao vice-presidente corporativo, José A. F. Martins



Foto: Acervo Marcopolo

A Fundação Getúlio Vargas (SP) também reconheceu a grandeza da Marcopolo e conferiu à empresa o **Prêmio Excelência Empresarial**, em 1998

Foto: Photo Traço



Outra vitória de 98: José A. F. Martins e Paulo Bellini comemoram o prêmio **Melhor Entre as Melhores da Indústria**, concedido pelas revistas **TechniBus** e **Transporte Moderno**

Fotos: Acervo Marcopolo



O minibus Volare garantiu à Marcopolo seu 4º **Prêmio Distinção Indústria**, em junho de 1999



A Carrier Transicold parabeniza a **Marcopolo** pelas grandes conquistas nestes 50 anos



Carrier Transicold Brasil Ltda.
Rua Atilio Andreazza- 3480
CEP 95052-070 - Caxias do Sul- R.S - Brasil
Fone: (54) 209.2600 -Fax: (54) 209-2611
WWW.randon.com.br e-mail: carrier@carrier-br.com.br



AC 553 B - Micro-ônibus até 21 passageiros - 60.000 Btu/h
AC 862 NG - Ônibus Rodoviário com motor traseiro até 44 passageiros - 96.000 Btu/h
AC 1053 B - Ônibus Rodoviário com motor dianteiro até 44 passageiros - 96.000 Btu/h
AC 1062 B - Ônibus Rodoviário até 50 passageiros - 104.000 Btu/h



AC 861 B - Micro-ônibus com até 29 passageiros - 80.000 Btu/h
AC 1300 B - Ônibus Urbano sem preparação - 130.000 Btu/h



RF 40 II - Ônibus Rodoviário com motor dianteiro até 44 passageiros - 75.000 Btu/h
RF 50 B - Ônibus Rodoviário com motor traseiro até 50 passageiros - 110.000 Btu/h



RM 20 - Ônibus Rodoviário com motor traseiro até 44 passageiros - 75.000 Btu/h



Marcopolo

000050

Este é apenas o começo do caminho.
A Marcopolo tem muito mais estrada pela frente.



Uma Homenagem dos Representantes Marcopolo do Brasil

Belém (91)276.6664
benemn@interconnect.com.br
Belo Horizonte (31)443.1542
marcobus@neosystem.com.br
Curitiba (41)362.2122
sulbrave@softone.com.br
Florianópolis (48)248.1011
carmar@matrix.com.br

Fortaleza (85)281.2211
ferrari@roadnet.com.br
Goiânia (62)271.3344
carpec@internacional.com.br
Manaus (92)644.4322
porto@amazonet.com.br
Londrina (43)348.5050
rocco@sercomtel.com.br

Porto Alegre (51) 374.2655
marcopecas@myway.com.br
Presidente Prudente (182) 21.5177
carbus@prudenet.com.br
Recife (81) 471.1733
polobus@elogica.com.br
Salvador (71)244.2231
norbus@svn.com.br

São Luis (98)236.4797
marconorte@elo.com.br



FAMÍLIA CINQUENTONA

Empresa nenhuma é uma ilha. A Marcopolo vem investindo em benefícios para seus colaboradores e na melhoria das condições de segurança industrial, desenvolvendo esforços como os programas de Prevenção de Riscos Ambientais, de Proteção Respiratória e de Conservação Auditiva. E a empresa oferece aos funcionários e seus dependentes plano de saúde, com atendimento em todo o território nacional, incluindo assistência odontológica, médico-hospitalar e exames.



A Associação dos Funcionários da Marcopolo busca a integração dos colaboradores da empresa. Para isso, organiza campeonatos esportivos, excursões, passeios, bailes e festas comunitárias.



Foto: Photo Trapo



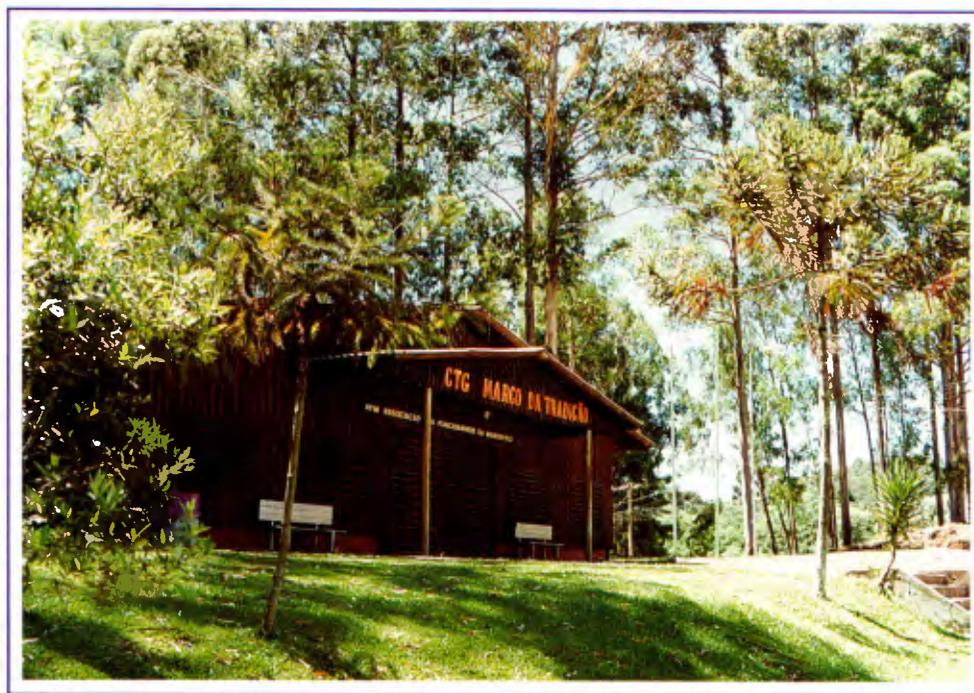
Outra preocupação da Marcopolo é com a educação e o treinamento. Na Escola de Formação Profissional Marcopolo, inaugurada em 1991, a empresa organizou, só em 1998, 827 cursos técnicos, operacionais e de desenvolvimento gerencial. A empresa também concedeu no último ano 608 bolsas de estudos, para cursos que vão da conclusão do 1º grau à pós-graduação ao nível de mestrado.

50 anos
1999

Marco cultural

PRESERVANDO AS RAÍZES GAÚCHAS

A forma de uma empresa agir no mercado, por mais globalizada que seja, está intimamente ligada à comunidade em que está inserida. A Marcopolo sempre respeitou esse fato, promovendo e apoiando a difusão da cultura dos pampas.



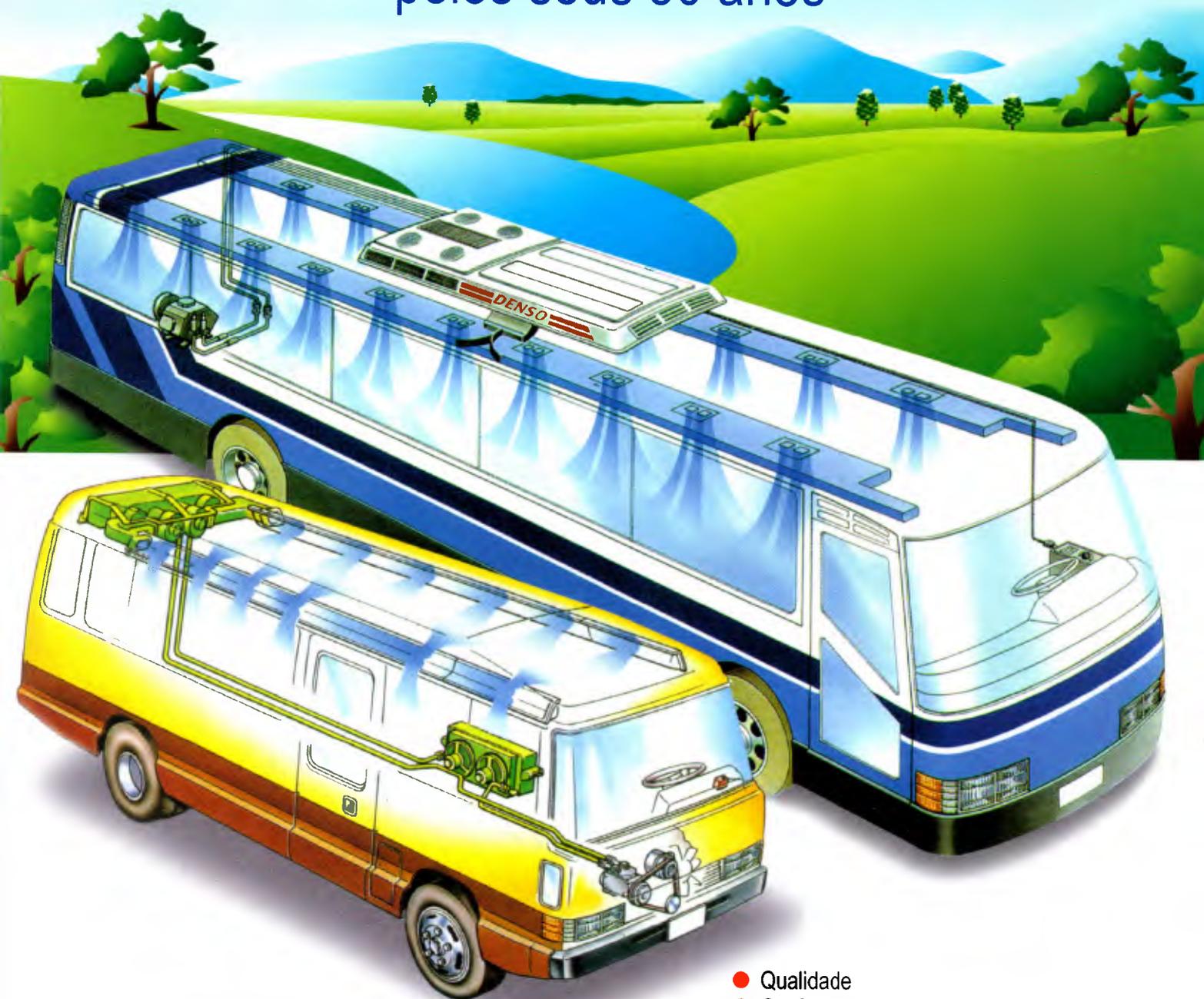
Fotos: Acervo Marcopolo



Ligada à comunidade de Caxias do Sul (RS), onde está instalada, a Marcopolo mantém grupos de estudo e manutenção da cultura gaúcha. Acima, o Centro de Tradições Gaúchas, CTG Marco da Tradição, na sede da Associação de Funcionários; ao lado, o grupo Invernada, que faz apresentações de danças típicas da região

Parabéns Marcopolo

pelos seus 50 anos



Ozone Friendly Refrigerant
HFC-134a

Denso Industrial da Amazônia Ltda
Escritório de Vendas
Av. Sto Amaro, 2551 - São Paulo - S.P
Fone: (011) 241-8866 Fax: (011) 533-8915

- Qualidade
- Confiabilidade
- Tecnologia
- Novos produtos

Devido a essas características, a Denso está preparada para atender as necessidades do ônibus do novo milênio.

DENSO



CONSTRUINDO O ONTEM

Centro de Memória da Marcopolo

Cássio Schubsky e Leonardo Fuhrmann

A história de uma empresa não é feita só em salas com carpete e ar-condicionado. Não é apenas um apanhado de documentos importantes e grandes projetos. A história se faz diariamente. Ela acontece também no chão das fábricas, com esboços em papéis de rascunho, escrita até com erros de português. Por isso, a recuperação histórica é um trabalho difícil. Mestre em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), Eliana Relá Alves trabalhou durante mais de dois anos na montagem desse quebra-cabeças. Do trabalho dela e de sua empresa, a

Conceitual Pesquisas Históricas, surgiu o Centro de Memória e Informação da Marcopolo e o livro *Marcopolo – Meio Século de uma História*.

“O trabalho começou como uma pesquisa, para escrever o livro dos 50 anos da empresa. Mas o projeto foi crescendo e ganhando a forma de um centro de documentação”, conta a historiadora. Ela mesma foi surpreendida pela proporção que o projeto foi tomando. “Um aficionado por ônibus de Salvador (BA) ficou sabendo do nosso projeto e nos mandou um anúncio da Carrocerias Nicola (*antigo nome da Marcopolo*) publicado em 59 na revista *Seleções*”, conta Taiana Roberta Alves, responsável pela catalogação e restauração dos documentos e filha de Eliana. Assim também, muitos antigos funcionários colaboraram com este trabalho. “Um senhor chamado Valdemar Negrini, que trabalhou dos anos 50 aos

anos 80 na empresa, nos entregou várias fotos antigas que ele tirou. São fotos de uma qualidade impressionante para um amador, em especial naquela época, em que as máquinas não eram de manuseio simples. Ele começou na empresa como chão de fábrica e até hoje conserva o guarda-pó que usava”, cita Taiana.

Não foi preciso ter uma imagem especial ou ser um grande fotógrafo para ajudar a Marcopolo a reescrever sua história. Uma memória boa e vontade para contar renderam histórias ótimas e ajudaram a mostrar como a empresa funcionava antigamente. “Um senhor chamado Cláudio Pontes começou na empresa, nos anos 50, jogando bola com o pessoal na hora do almoço. Sua memória oral é fantástica.”

O acervo da empresa possui aproximadamente 30 mil fotos, 400 fitas de vídeo, além de calendários, cartazes, peças publicitárias, o primeiro contrato social, os nove primeiros livros diários, a escritura de doação do terreno em que a empresa se instalou, em 57, no bairro do Planalto, em Caxias do Sul (RS), os títulos de posse dos terrenos das cercanias comprados para a expansão da empresa. “Aconteceu uma coisa muito interessante, que foi os departamentos da empresa começarem a nos procurar. A engenharia tinha algo que considerava interessante e nos man-



Eliana Relá Alves: Centro de Memória e Informação garante a memória da Marcopolo

Foto: Divulgação

dava, o jurídico, e assim por diante”, relata a historiadora.

Uma das principais preocupações de Eliana Rela Alves diz respeito à forma pela qual se preservam os fatos do presente da empresa. “As pessoas precisam se conscientizar de que algumas coisas que parecem sem importância podem ganhar uma dimensão histórica. Nada pode ser jogado fora sem passar pelas mãos do Centro de Memória e Informação”, explica. “Todos são responsáveis pela guarda dos documentos da empresa em que trabalham e devem preservar a memória da instituição”, acrescenta. “Também temos que cuidar de nossos documentos pessoais.” E arremata: “Investir em preservação da memória é tornar os colaboradores da empresa comprometidos com a instituição e, portanto, mais produtivos”.



Cuidados gerais

Dicas da historiadora Eliana Rela Alves que servem para a conservação de livros, papéis, fitas de vídeo e áudio e fotografias

- 1) Jamais se alimente na sala em que é guardado o acervo
- 2) Limpe a sala semanalmente com aspirador de pó. As vassouras levantam poeira durante a limpeza
- 3) Limpe o acervo diariamente com um pano seco
- 4) Encere as prateleiras mensalmente
- 5) Crie um índice para ajudar na pesquisa



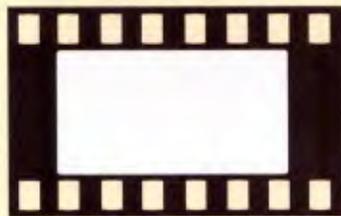
Cuidados com documentos em papel

- 1) Evite tirar fotocópias
- 2) Nunca dobre o documento
- 3) Sempre guarde um a um
- 4) Jamais plastifique
- 5) Sempre envolva em papel de pH neutro (papel floor post)



Cuidados com vídeo, cd e k7

- 1) Nunca acondicione em prateleiras metálicas, elas desmagnetizam (apagam) a gravação. Use estantes de madeira
- 2) Rebobine todo o acervo pelo menos uma vez por ano. Assim você evitará que o material sofra aderência
- 3) Encere de dois em dois meses as capas duras dos materiais



Cuidados com as fotografias

- 1) Nunca guarde em locais totalmente fechados
- 2) Jamais deixe expostas a altas temperaturas
- 3) Sempre acondicione em papel floor post
- 4) Não deixe por muito tempo em plástico
- 5) Guarde uma a uma
- 6) Não escreva e nem cole adesivos nelas
- 7) Escreva a lápis no papel floor post. A tinta de caneta pode aderir à foto com o passar do tempo
- 8) Dê crédito completo ao fotógrafo/instituição
- 9) Coloque a data e o local da foto

Marcopolo 50 anos



Marcopolo. Há 50 anos vestindo nossos chassis com traje de gala.

► A Marcopolo está comemorando 50 anos e isso é, sem dúvida, motivo de muita satisfação.

► Mas o mais impressionante é o que a Marcopolo conquistou durante esse período: mais de 100.000 carroçarias de ônibus produzidas nas fábricas de Portugal, Argentina e Brasil, que estão

rodando pelo mundo inteiro em mais de 50 países.

► Claro que essas conquistas levaram a Marcopolo à liderança na fabricação e exportação de carroçarias de ônibus no Brasil e ao reconhecimento como uma das 3 maiores empresas do segmento em todo o mundo. O que faz com que

nós, da Mercedes-Benz, tenhamos muito orgulho, afinal somos parceiros de muito tempo e também de muito sucesso.



Mercedes-Benz
O futuro em movimento

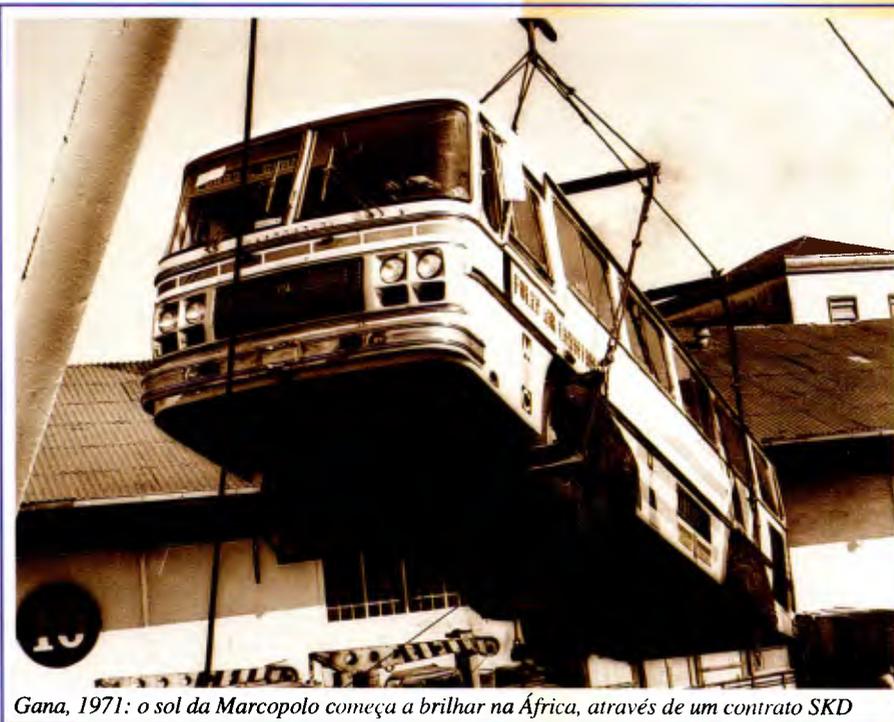
NO TODO E EM CADA PARTE

Desde 1961, a Marcopolo vem acumulando uma larga experiência em contratos de exportação, com papel importante de métodos como o SKD e o CKD

Em um tempo em que as principais montadoras de chassis ainda estavam consolidando suas fábricas no Brasil, na década de 60, a Marcopolo já começava a lançar-se para a conquista de mercados externos. O primeiro contrato de exportação da empresa aconteceu em 1961, com a Companhia Pando, do Uruguai. Daí para a frente, a viagem dos ônibus da Marcopolo ao redor do mundo não parou mais.

Na década de 70, a empresa foi novamente pioneira, fechando duas modalidades de contrato que, ainda hoje, poucas empresas do setor automotivo têm condições de realizar com eficiência. A primeira delas é o CKD, tipo de fornecimento no qual todas as peças do ônibus são exportadas desmontadas e uma equipe monta o produto final do começo ao fim, no país de destino, com o gabarito técnico do veículo em mãos. A estréia da Marcopolo neste tipo de exportação aconteceu em 1971, com a

empresa Ensamblaje Superior, da Venezuela. A segunda modalidade de contrato é o SKD, no qual as partes do ônibus já são exportadas em kits pré-montados. Neste caso, uma equipe apenas finaliza a montagem no lugar de destino do veículo. Em 1974, a Marcopolo fechou seu primeiro contrato SKD com a Mark Coffie Engeneering, de Gana, África. "Atualmente, trabalhamos com 14 países, em todo o mundo, nesses regimes",



Gana, 1971: o sol da Marcopolo começa a brilhar na África, através de um contrato SKD

conta Ruben Bisi, gerente de marketing. Toda operação em CKD ou SKD costuma ser mantida em grande sigilo, por que envolve todo o *know-how* de fabricação e montagem de uma indústria. O gerente de marketing da Marcopolo só não esconde o orgulho pelo pioneirismo e liderança da empresa no competitivo mercado exportador. "Já é uma tradição da Marcopolo fazer operações desse tipo, o que será ainda mais reforçado com uma área específica para cuidar do planejamento estratégico, que acaba de ser criada", completa Bisi.



Bisi: tradição e segredo industrial são a alma dos contratos de exportação da Marcopolo

50 anos
1999

Foto: Arquivo Marcopolo



Meio século de vida é suficiente para
conhecer as estradas a serem percorridas.



Para a AGRALE, é gratificante trabalhar com uma empresa que tem
como ideal a satisfação e o bem-estar de seus usuários
e que demonstra hoje 50 anos de amadurecimento.

Parabéns.



Mais que produtos, soluções.

UNIVERSO INDUSTRIAL

Desde sua primeira sede, fundada em 1949, a expansão estrutural da Marcopolo vem representando a própria evolução do setor de ônibus no país. Com seis unidades de produção, o grupo entra no século 21 com fábricas no Brasil, Argentina e Portugal. As raízes, porém, permanecem orgulhosamente fincadas em Caxias do Sul (RS), onde tudo começou. A sétima unidade já está em operação, no Rio de Janeiro, com a Ciferal. Como antecipou, em primeira mão, para **TechniBus**, a Marcopolo já está instalando a oitava unidade fabril, no México, até o final deste ano.



Fotos: Acervo Marcopolo

Unidade Planalto: base sólida para passos ousados, a matriz em Caxias do Sul, com 30.000 m², abriga a Diretoria Corporativa, a fabricação e montagem, desde 1957



MVC Componentes Plásticos S.A.: instalada em São José dos Pinhais (PR) desde 1987, produz uma ampla linha de componentes plásticos, desempenhando papel estratégico no pólo automobilístico da região

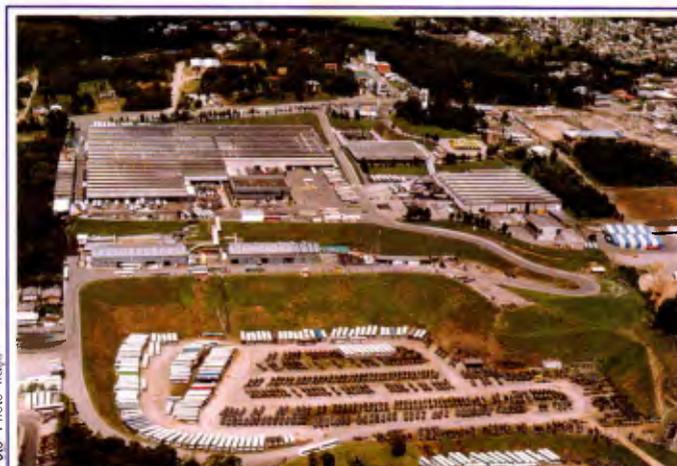


Foto: Photo Tracço

Unidade Ana Rech: consolidada a importância da Marcopolo na vida econômica de Caxias do Sul, surge em 1981 a primogênita na expansão física da empresa. Em uma área construída de 52.200 m², estão sediadas hoje a Diretoria Executiva, a Administração Geral, montagem e fabricação



Marcopolo Indústria de Carroçarias S.A.: instalada em Coimbra (Portugal), desde 1991, foi a primeira unidade de produção da encarroçadora fora do Brasil e atende os mercados da União Européia e África



Marcopolo Latinoamerica S.A.: desde 1998 em Rio Cuarto, província de Córdoba (Argentina), realiza a montagem de carrocerias de ônibus urbanos para o mercado argentino e latino-americano



Dinaço Indústria e Comércio de Ferro e Aço Ltda.: também instalada em Caxias do Sul, beneficia aço e fabrica tubos e conjuntos para vários setores industriais. É parte da estrutura corporativa da Marcopolo desde 1997

LÓGICA DE MERCADO

Com a compra de 50% da Ciferal, a Marcopolo finca os pés no Rio de Janeiro, seu principal mercado para urbanos, e pretende conseguir ganhos na cadeia logística

A Marcopolo acaba de inaugurar uma nova fase na sua estratégia de mercado. Um período em que a palavra de ordem é estar próximo ao cliente, não apenas no esforço de marketing, mas, principalmente, alocando a própria produção das linhas de carrocerias e componentes próximo aos mercados consumidores.

A aquisição de 50% de participação na Ciferal, encarroçadora sediada em Duque de Caxias (RJ), é, segundo os diretores da Marcopolo, o mais importante passo nesta nova postura, até o momento. “A Ciferal é importante porque nos permite ficar perto da cidade do Rio de Janeiro, nosso principal mercado de ônibus urbanos”, afirma, em primeira mão à **TechniBus**, Carlos Zignani, diretor-geral e de relações com o mercado da Marcopolo.

SÓCIO-CLIENTE – A capital fluminense é responsável por grande parte as vendas da Marcopolo no segmento de ônibus urbanos. Nada mais natural, portanto, que a encarroçadora gaúcha procurasse um parceiro que a ajudasse a garantir e, eventualmente, ampliar sua participação naquele mercado. A iniciativa da Marcopolo, porém, foi ainda mais significativa: ao adquirir a participação na Ciferal, a empresa não apenas consolida a presença de uma fábrica própria no Estado do Rio de Janeiro, como conquista mais compradores para os seus ônibus. “A Ciferal é uma empresa controlada por empresários de transporte coletivo. Logicamente, uma associação com uma empresa dos próprios compradores de ônibus é um passo importante para a Marcopolo”, esclarece José A. F. Martins, vice-presidente corporativo.

Os diretores da Marcopolo não escondem também a disputa que ocorreu entre encarroçadoras do setor, durante as negociações com os executivos da Ciferal. “Com a parceria, ampliamos a nossa posição no Rio”, comenta Carlos Zignani. O diretor corporativo da Marcopolo, Raul Tessari, reforça a informação divulgada pelo diretor geral. “Estrategicamente, a Marcopolo não poderia ignorar a concorrência. A Ciferal tem uma marca boa. O importante é somar o prestígio local da Ciferal à nossa marca”, declara Tessari.

CUIDADO COM A LOGÍSTICA – Outra novidade na estratégia de expansão da Marcopolo é o cuidado com os custos logísticos de sua produção de carrocerias. Também nesse sentido, a Ciferal possui todas as prerrogativas para tomar-se, rapidamente, um dos pilares fundamentais na estrutura da empresa. “Nós estamos, em Caxias do Sul, a 1.500 Km da cidade do Rio de Janeiro. Boa parte das chapas de aço que utilizamos vêm de Volta Redonda, cidade próxima àquela capital. Os chassis, por sua vez, são produzidos em São Paulo. Se você quer abastecer o mercado paulista e carioca, e os mercados do Norte e Nordeste, é muito mais lógico você transferir esses chassis de São Paulo para o Rio de Janeiro e



Ciferal: Marcopolo fecha parceria de 50% e conquista ganhos em escala no seu principal mercado de urbanos

50 anos
1999



A logística da associação Ciferal/Marcopolo trará benefícios aos clientes de ambas as marcas

lá mesmo encarroçá-los”, diz José Antônio F. Martins. “A aquisição da Ciferal inclui não só uma logística em relação ao cliente, mas também com o fornecedor.

Completando as vantagens competitivas que virão de uma cadeia de fornecimento e distribuição mais racional, a Marcopolo já está iniciando a unificação da montagem das carrocerias das duas empresas. “Vamos adequar, ainda neste ano, a fábrica da Ciferal para o conceito Marcopolo, com o que há de mais moderno das fábricas de Caxias do Sul. Mas há o compromisso de se manter a marca Ciferal”, continua o vice-presidente corporativo. “Com a Ciferal, nosso grande mote passa a ser a logística, a proximidade com o cliente, para termos preços cada vez mais competitivos. Esse é agora o nosso grande esforço”, finaliza Carlos Zignani. 🌟

 **Marcopolo**

"PARABÉNS PELOS 50 ANOS"

A VIDROFORTE sente-se orgulhosa em participar das comemorações destes 50 anos de sucesso.



VIDROFORTE

QUALIDADE E SEGURANÇA SEMPRE POR PERTO

ISO 9002



Rua Evaristo de Antoni, 1301 - São José - Caxias do Sul - RS
FONE: (054) 224.1822 - FAX: (054) 224.2487
www.vidroforte.com.br / e-mail: vidroforte@vidroforte.com.br

A VOLTA DO SUCESSO DE VENDAS

A Marcopolo moderniza uma das linhas mais comercializadas e exportadas da empresa

Rafael Covre



Reafirmando seu compromisso com a qualidade, tradição e pioneirismo, a Marcopolo abre com chave de ouro as comemorações de seus 50 anos apresentando a mais nova versão da linha Torino, dando continuidade a uma série consagrada no Brasil e no exterior.

Fruto de uma sólida experiência na produção de ônibus urbanos, a linha Torino 99 possui design avançado que segue as mais atuais tendências mundiais. Além do vigia traseiro, janelas e pára-choques redesenhados de modo mais sinuoso, a nova versão, configurada para dar ampla visibilidade ao condutor, traz um novo visual interno. “Depois da frente e da traseira remodeladas e melhoradas, tivemos a preocupação com um ambiente interno mais alegre e agradável”, afirma Leandro Rodrigues, do departamento de marketing da Marcopolo.

Tudo isso, somado ao novo pega-mão anatômico, demonstra o desejo da empresa em facilitar a vida do usuário, dando-lhe maior segurança e bem-estar.

Iniciada em 1983, a linha Torino está hoje em vários países, adaptando-se às suas legislações e respeitando seus valores culturais. Os ônibus exportados para os Emirados Árabes Unidos em 1997 (foto acima), por exemplo, receberam uma divisão interna que estabelecia assentos reservados aos homens e às mulheres. Modelos *low entry* são exportados para vários países.



O Torino 99 e seu novo visual: dando continuidade a um sucesso de mercado



Torino nos Emirados Árabes: ganhando o mundo com respeito às diferenças culturais

FICHA TÉCNICA Torino 99

Estrutura	Tubular, em aço galvanizado
Chapeamento externo	Em alumínio
Frontal e traseira	Em resina poliéster, reforçada com fibra de vidro
Pliso	Compensado naval com revestimento plástico ou chapa lavrada em alumínio
Teto	Em resina poliéster, reforçada com fibra de vidro
Revestimento interno	Fórmica
Comprimento	8.800 a 13.200
Largura	2.500
Altura interna	2.100
Altura total	3.175
Peso (Kg)	Variável
Capacidade	84 a 113 passageiros
Garantia	Através de sua rede de peças e assistência técnica
Chassis encarroçáveis	Mercedes-Benz, Volkswagen, Volvo e Scania

UMA EMPRESA QUE FAZ 50 ANOS
FABRICANDO OS MELHORES ÔNIBUS
NUNCA VAI SER PASSAGEIRA.



PARABÉNS MARCOPOLO, PELOS 50 ANOS DEDICADOS À FABRICAÇÃO DE ÔNIBUS DA MAIS ALTA QUALIDADE. COMO FORNECEDORA HÁ MAIS DE 20 ANOS, A CSN APROVEITA ESTA OPORTUNIDADE PARA DESEJAR À NOSSA PARCEIRA MUITAS FELICIDADES E UMA VIDA LONGA COMO A DO AÇO.



LIÇÃO DE SEGURANÇA

Em parceria com a Fenatresc, Marcopolo desenvolve o Escolarbus, veículo que pode se tornar parâmetro para melhorias nas normas de segurança do transporte escolar

Leonardo Fuhrmann

Num projeto desenvolvido em parceria com a Fenatresc (Federação Nacional de Transporte de Escolares), a Marcopolo criou o Escolarbus, o primeiro microônibus concebido exclusivamente para o transporte de estudantes no Brasil. O ponto forte do produto é a segurança. “É um veículo de primeiro mundo”, resume a presidente da Fenatresc, Maria de Lourdes Rodrigues. “O veículo atende e supera todos os requisitos de segurança da legislação e pode perfeitamente servir de referencial para a criação de normas mais rígidas nesse tipo de transporte”, completa Cleber Grazziotin, projetista da Marcopolo.

O vice-presidente corporativo da empresa, José Martins, espera que o veículo desperte a consciência das pessoas. “As crianças são transportadas para as escolas de uma maneira muito precária, em veículos sem as condições de segurança ideais. Trouxemos o conceito dos schoolbus dos Estados-Unidos, um veículo forte e seguro para os estudantes”.

Martins destaca a importância do poder público nessa mudança. “O transporte escolar precisa ser regulamentado. Estamos sugerindo, inclusive, um anteprojeto de lei para vários prefeitos nesse sentido.”

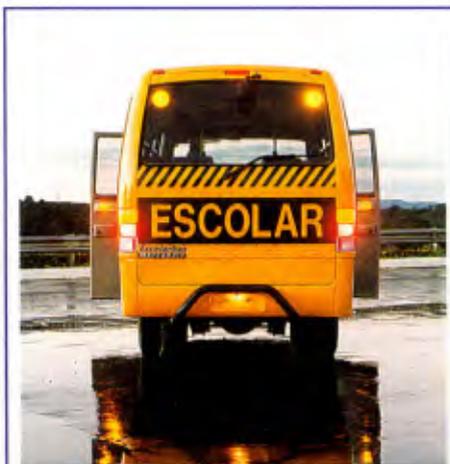
O sistema de abertura das portas é uma das novidades do Escolarbus. Elas só abrem por acionamento elétrico do motorista e se o sistema de freios estiver acionado. Além disso, estão localizadas nos dois lados da dianteira do veículo e possuem sinalização especial, tornando mais rápido e seguro o embarque e desembarque. “A facilidade com que as portas de outros veículos de transporte escolar são abertas é uma das preocupações dos transportadores”, lembra a presidente do Fenatresc. Outra inovação são os espelhos retrovisores com maior ângulo de visão. Além disso, o microônibus já sai de fábrica com tacógrafo que registra velocidade e frenagem.

As poltronas do Escolarbus possuem cinto de segurança, proteção facial para im-



Escolarbus: primeiro veículo exclusivo para transporte escolar no Brasil

Fotos: Acervo Marcopolo



Segurança reforçada: sinalização especial nas portas e na traseira indicam o embarque e desembarque



pactos frontais e um espaço para a acomodação de mochilas. As janelas possuem a parte inferior fixa, com circulação de ar na parte superior. A tomada de ar no teto tem quatro posições e incorpora uma saída de emergência. Há outras saídas de emergência nas laterais e na traseira do microônibus, seguindo uma sugestão da Fenatresc.

A Marcopolo inovou também na estrutura da carroceria do Escolarbus, que é tubular, com colunas duplas entre as janelas e reforço estrutural contra choques laterais e capotamentos. Possui também protetores de aço nos pára-choques. O piso é propositalmente mais alto que o capô da maioria dos carros de passeio brasileiros, evitando que o passageiro do ônibus sofra ferimentos graves numa colisão lateral. 

FICHA TÉCNICA

Versões	20 passageiros + motorista e monitor 24 passageiros + motorista e monitor
Motor	MWM 131 cv e 3.500 rpm
Suspensão	Molas semi-elípticas e amortecedores
Estrutura	Tubular, aço galvanizado
Comprimento	6.400 mm
Entre-eixos	3.350 mm
Altura interna	1.800 mm
Altura externa	2.700 mm
Largura	2.040 mm
Peso bruto total	5.900 Kg
Tanque de combustível	Original do chassi, entre eixos
Portas	Urbanas largas, dianteiras, nos dois lados
Chassi encarroçável	Agrale

MARCOPOLO

50 segundos. 50 minutos. 50 horas. 50 anos.
A Glasurit está sempre presente, na linha de produção e na sua frota.

A Glasurit tem orgulho de participar ativamente desta história de sucesso. Conte sempre com a Glasurit para manter as cores da qualidade em alta.



MINISTRO FELIZ

O dia em que o Ministro da Educação, Paulo Renato Souza, ficou encantado com o Escolarbus, voltou a ser criança por alguns instantes e assumiu um sério compromisso: “Vamos regulamentar o transporte escolar no Brasil”

por Cássio Schubsky

Quando eu era criança, no final da década de 60 e início da de 70, íamos de perua para a escola. O motorista, lembro bem, era muito simpático, o seu Luiz. O veículo, porém... era uma verdadeira tragédia. As crianças iam empilhadas em tábuas de madeira, num arremedo rude – e ultra perigoso – de supostos bancos “estofados”. Que sufoco nós passamos! Não era à toa que havia aquela paródia que dizia: “Criança feliz/Quebrou o nariz”.

Agora descobri que, enfim, aquela era a idade da pedra do transporte escolar. Porque o Ministro Paulo Renato Souza, da Educação, no evento realizado na Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul para apresentação do Escolarbus, no dia 23 de julho de 1999, exatas duas semanas antes do cinquentenário da Marcopolo, confessou: “Quando eu era criança, não era comum a questão do transporte escolar. Eu morava perto do colégio, eu ia a pé. E, na escola primária, meu pai me levava e me buscava todo dia. O transporte escolar é uma coisa de uma geração mais nova”.

Seja como for, ao tomar contato com o Escolarbus, o Ministro Paulo Renato encantou-se e brincou pra valer no volante do veículo, tendo ao seu lado um sorridente Paulo Bellini, o presidente da Marcopolo. Era difícil saber, naquela hora, quem era mais criança... O Ministro, inquirido por TechniBus sobre o desejo de andar de Escolarbus, não titubeou: “la ser uma farra”. E em tom sério, assumiu o compromisso de regulamentar o transporte escolar no Brasil.

Enfim, depois da infância sem transporte escolar do Ministro da Educação e da infância perigosa deste escriba, chegou a era do transporte escolar regulamentado, com um veículo confortável e seguro, em que as crianças possam cantar sossegadas o refrão:



Ao volante, o Ministro da Educação, Paulo Renato Souza. Ao seu lado, da esquerda para a direita, Paulo Bellini, Renan Proença, presidente da Fiergs (Federação de Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul) e Maria de Lourdes Rodrigues, presidente da Fenatrec (Federação Nacional de Transporte de Escolares)



O pessoal
do andar de baixo
parabeniza
o pessoal
do andar de cima.



Homenagem dos Ônibus Volkswagen
aos 50 anos da Marcopolo Carrocerias.

Ônibus Volkswagen



