

TECHNI
bus
 TRANSPORTE COLETIVO
 E TRÂNSITO
 OTM
 EDITORA LTDA
 www.revistatechnibus.com.br
 Ano 20 - Nº 93 - R\$ 18,00



**MASCARELLO DOBRA
 PRODUÇÃO EM 3 ANOS**



Neobus lança o articulado MegaBRT

Mais mulheres na operação

Produção de chassis bate recorde de todos os tempos

Scania a etanol ganha espaço

Novidades deram brilho à Fetransrio



Luft revela por que comprou a Viação Garcia



TRANSPÚBLICO 2011
 TRANSAMÉRICA EXPO CENTER
 SÃO PAULO - SP
 Dias 24, 25 e 26 de agosto



ANTTUR - Associação Nacional dos Transportadores de Turismo e Fretamento
19, 20, 21 e 22 de Maio de 2011
 Gramado | RS



12º Encontro das Empresas de Fretamento e Turismo

23 a 25 | setembro | 2011 Paradise Golf & Lake Resort | Mogi das Cruzes | SP

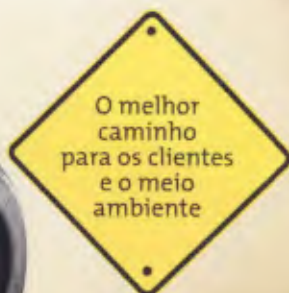
Um caminho inovador

prêmio eco
Amcham e Valor Econômico 2010



Respeite a sinalização de trânsito.

Economia Verde



O programa Economia Verde DPaschoal reduz os custos e diminui o impacto no meio ambiente. Esse modelo de gestão recebeu o Prêmio ECO de Inovação Sustentável da Amcham (Câmara Americana de Comércio) e Jornal Valor Econômico.

DPASCHOAL

Medir e testar antes de trocar

Brasil, bola da vez da mobilidade

A indústria brasileira de ônibus vai muito bem. No ano passado, com volume acima de 45 mil unidades, bateu o recorde de produção. E com mais de 28 mil veículos emplacados, houve recorde também no mercado doméstico. Até a exportação, mesmo com o real valorizado em 2010, não fez feio. Pelo contrário, os mais de 14 mil ônibus embarcados representaram o quinto melhor resultado desde que o País começou a exportar, em 1961.

Um fato nem sempre percebido, mas muito importante nesses tempos de importação escancarada, é que o setor de ônibus não depende de produtos do exterior. No ano passado os coletivos trazidos de fora representaram menos de 0,3% do total vendido – diferentemente dos carros e comerciais leves, segmentos em que os importados participaram com 20% das vendas.

Se a indústria brasileira de ônibus mostra competitiva para abastecer o mercado doméstico e ainda ser uma das principais exportadoras mundiais, o que se espera é uma operação interna eficiente dos ônibus para que verdadeiramente possam contribuir para melhorar a mobilidade urbana.

Ônibus, por ser um veículo coletivo de transporte, imperativamente deve ter privilégios e, para isso, é fundamental que opere em vias exclusivas sem disputar espaço com o transporte individual.

O Brasil reúne condições de sobra para ter um transporte coletivo digno. Afinal, tem uma indústria de ônibus adulta e das mais vigorosas do mundo e uma população que depende maciçamente do transporte público.

Reverenciado no futebol pelos cinco títulos mundiais que conquistou, 2014, ano da Copa do Mundo aqui, é um bom pretexto para que o País possa ser respeitado também por apresentar uma operação eficiente e qualificada de transporte coletivo.

REDAÇÃO

DIRETOR

Marcelo Ricardo Fontana
marcelofontana@otmeditora.com.br

EDITOR

Eduardo Alberto Chau Ribeiro
ecribeiro@otmeditora.com.br

CDLABDRADDRESS

Ariverson Feltrin, Márcia Pinna Raspanti,
Renata Passos, Sonia Moraes, Wagner de Oliveira

EXECUTIVOS DE CONTAS

Carlos A. Criscuolo
carlos@otmeditora.com.br

Vito Cardaci Neto

vito@otmeditora.com.br

Gustavo Feltrin

gustavofeltrin@otmeditora.com.br

Alcindo Fontana

fontal@otmeditora.com.br

SECRETÁRIA EXECUTIVA

Maria Penha da Silva
mariapenha@otmeditora.com.br

FINANCEIRO

Vidal Rodrigues
vidal@otmeditora.com.br

MARKETING/EVENTOS CORPORATIVOS

Samanta Soares
samanta.soares@otmeditora.com.br

CURSOS

Ana Paula Silva Duarte
anapaula@otmeditora.com.br

Projeto Gráfico

Artworks Comunicação
www.artworks.com.br

CIRCULAÇÃO

Tania Nascimento
tania@otmeditora.com.br

Representante Paraná e Santa Catarina

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

Tiragem

8.500 exemplares

Impressão:

Neoband

Assinatura Anual: R\$ 140,00 (seis edições e quatro Anuários). Pagamento à vista: através de boleto bancário, depósito em conta-corrente, cartão de crédito Visa ou cheque nominal à OTM Editora Ltda. Em estoque apenas as últimas edições.

As opiniões expressas nos artigos e pelos entrevistados não são necessariamente as mesmas da OTM Editora. A edição circula no mês subsequente ao de capa



Redação, Administração, Publicidade e Correspondência:

Av. Vereador José Diniz, 3.300 - 7º andar, cj. 705 Campo Belo

CEP 04604-006 - São Paulo, SP

Tel./Fax: (11) 5096-8104 (sequencial)

www.revistatechnibus.com.br

otmeditora@otmeditora.com.br

Filiada a:



www.anatec.org.br

SUMÁRIO

ENTREVISTA

Comprador da Viação Garcia, o disciplinado dentista e metódico transportador de cargas, Mário Luft, tem muitos planos para dinamizar a tradicional empresa 6

CARROCERIAS

Apesar das fracas exportações, o ano 2010 marcou o recorde para o setor de carrocerias: a produção atingiu 32.598 unidades, um excelente crescimento de 31% em relação a 2009 17

NEOBUS

O MegaBRT, articulado lançado pela gaúcha Neobus que chamou atenção pelo design inovador, deverá incorporar a frota do sistema BRT do Rio de Janeiro 20

MARCOPOLO

Com investimentos de R\$ 330 milhões no triênio 2008/2010, a Marcopolo já preparou suas fábricas para o aumento de demanda previsto para os próximos anos 28

MASCARELLO

Empresa está investindo R\$ 10 milhões para ampliar instalações e dar conta da forte demanda interna, que em 2011 deverá superar o volume de 2010 32

CHASSIS

Produção de 45 mil unidades atingida no ano passado é recorde de todos os tempos e demonstra bons sinais para o setor nos próximos anos 36

MERCEDES-BENZ

Com a comercialização de 15.617 chassis em 2011, a empresa manteve sua liderança no mercado de ônibus, alcançando uma participação superior a 50% das vendas nacionais 40

MAN LATIN AMERICA

A montadora sediada em Resende, fabricante dos ônibus e caminhões Volkswagen, registrou a produção de 68.002 unidades, 50% superior ao resultado de 2009 42

COMBUSTÍVEIS ALTERNATIVOS

Com o objetivo de reduzir gradativamente o uso de combustíveis fósseis na frota, a prefeitura de São Paulo adquiriu ônibus movidos a etanol da Scania 46

GESTÃO DE PESSOAS

Motorista e rodomoça estão entre as várias funções desempenhadas pelas mulheres que têm sido recrutadas pelo setor de transporte de passageiros 50

FETRANSRIO

O Rio de Janeiro recebeu em novembro a feira bienal de ônibus Fetransrio, que reuniu empresas expositoras de todo o país na Marina da Glória e um público selecionado 54

OPERAÇÃO

A Viação Piracicabana, responsável pelo transporte coletivo no município de Santos (SP), tem investido continuamente em sistemas e, em 2010, os recursos somaram R\$ 3,3 milhões 60

ENERGIA LIMPA

O primeiro ônibus movido a hidrogênio desenvolvido no País, após a fase de testes, inicia sua operação com passageiros em um corredor metropolitano de São Paulo 64

RIO DE JANEIRO

Fetranspor define metas para implantação de BRT na capital fluminense e integração de transportes entre o centro e a Baixada Fluminense 66

RODOVIÁRIO

Estudo realizado pelo Instituto Vox Populi revela que serviços de ônibus intermunicipais, interestaduais e internacionais apresentaram evolução segundo os usuários 68

BELO HORIZONTE

Onda Verde é o nome dado ao sistema implantado em Belo Horizonte que tem por objetivo aumentar a velocidade do trânsito e melhorar a fluidez 70

MONITORAMENTO

A prefeitura de Jundiá, município do interior de São Paulo, iniciou o processo de implantação do Sistema de Controle de Desempenho da Frota 72

VALE-TRANSPORTE

Após completar 25 anos, especialistas e entidades têm defendido esse benefício contra tentativas de sua descaracterização ou eliminação 74

METROPOLITANO

Baixada Santista prevê investimentos em linha de VLT e na renovação de frota de ônibus, mas com redução de 100 veículos 78

MAIORES & MELHORES

Aposta na continuidade de vigor da atividade econômica deu o tom da cerimônia de premiação das empresas vencedoras do prêmio, na sua 23a. edição 80

MACAÉ

A cidade de Macaé, localizada no litoral fluminense e um dos principais pólos petrolíferos do País, está fazendo melhorias no transporte coletivo 118

ESPECIAL 

Pesquisa entre as principais cidades brasileiras mostra os projetos de BRT, estágio das obras e os recursos previstos para implantação destes sistemas até a Copa de 2014

Perfil do sistema de transporte

89

- Belo Horizonte
- Brasília
- Campinas
- Campo Grande
- Cuiabá
- Curitiba
- Florianópolis
- Fortaleza
- Guarulhos
- Natal
- Osasco
- Porto Alegre
- Rio Branco
- Rio de Janeiro
- Salvador
- Santo André
- São Bernardo do Campo
- São José dos Campos
- São Paulo

SEÇÕES

Editorial 3

Panorama 84

Custos Operacionais 116

POR QUE PENSAR EM TRANSPORTE ALTERNATIVO SE A VOLVO JÁ TEM A ALTERNATIVA?



Cinto de segurança salva vidas

ÔNIBUS HÍBRIDO VOLVO NO BRASIL. TECNOLOGIA, ECONOMIA E RESPEITO AO MEIO AMBIENTE.

A Volvo é a única montadora do mundo a ter um ônibus híbrido comercialmente viável. Já disponível na Europa, o híbrido é um veículo à frente do nosso tempo. Movido a biodiesel e eletricidade, respeita e preserva o meio ambiente, reduzindo a emissão de gases poluentes e gerando grande economia de combustível. É o transporte ideal para um futuro sustentável.

VOLVO BUSES. EFICIÊNCIA VERDE
www.volvo.com.br



“A passividade da Garcia acabou”

Comprador da Viação Garcia, o disciplinado dentista e metódico transportador de cargas Mário Luft tem muitos planos para dinamizar a tradicional empresa fundada em 1934

■ ARIVERSON FELTRIN

Aos 68 anos, idade em que a maioria já veste o pijama da aposentadoria e desacelera, este gaúcho, formado em odontologia, acelera e parte para a realização de sonhos.

Dentista de profissão e transportador por devoção, o empresário Mário Luft comprou a Viação Garcia, uma das mais tradicionais operadoras de ônibus do País, fundada em 1934. “É evidente que não pretendo me aposentar no ócio. Vamos continuar sonhando e trabalhando”, diz ele nesta entrevista.

A Garcia estava à venda há algum tempo. Alguns grupos, todos do setor de ônibus, se interessaram pela empresa, mas quem acabou levando foi o controlador do Grupo Luft, do setor de cargas e logística, que deve faturar neste ano cerca de R\$ 900 milhões.

As negociações sempre ocorreram entre empresas do mesmo ramo, diferente do que acontece agora com a entrada da família Luft.

As linhas interestaduais de ônibus de passageiros tiveram licitação adiada de 2009 para 2011. Por que comprar uma empresa agora e não esperar o processo licitatório? Ele responde: “A possível licitação não é uma ameaça. Prefiro vê-la como



uma oportunidade. Haverá um elenco de condições mínimas e novas exigências por parte dos órgãos concedentes. Estaremos participando e possivelmente poderemos ocupar algum espaço em aberto por parte

de empresas que não terão todas as condições de competir. Quando se participa efetivamente do setor é mais fácil se estruturar e se ajustar para esta situação”, diz Mário Luft, num dos trechos da entrevista a seguir.

► **Technibus** – *Por que um empresário realizado, que construiu uma das maiores transportadoras de cargas e logísticas do País, o Grupo Luft, resolveu entrar num novo segmento aos 68 anos, idade em que geralmente as pessoas estão vestindo o pijama?*

Mário Luft – Quando me propus a assumir este desafio foi por uma postura inerente ao meu jeito de fazer. É evidente que não pretendo me aposentar no ócio. Acho que é mais gostoso ficar ocupado, pensando, projetando e criando expectativas de operosidade. Assim, vamos continuar sonhando e trabalhando.

TB – *Até que ponto a experiência da sua filha na Leads animou você a entrar no negócio de transporte de passageiros? Conte como foi o estopim da compra da Garcia, a negociação com as quatro partes da família Garcia que detinham o controle. E mais: você tem participação na Leads?*

Luft – Na empresa da filha Andréa, a Leads, dá para aceitar que a influência que gerei fez com que ela dirigisse seus propósitos profissionais para a área de transporte de passageiros. O sucesso da pequenina Leads me impulsionou a buscar mais informações e a aprender sobre este segmento, que projetou tantos empresários num cenário de sucesso.

A Leads é focada mais no transporte de fretamento e turismo, por exemplo: atende aos serviços da Azul, da MSC e também o fretamento de muitas indústrias e companhias (inclusive os funcionários do Grupo Luft). A Leads não opera linhas regulares, mas tem planos.

Já a negociação com a Garcia teve início aproximadamente há seis meses quando fiz contato informal manifestando meu interesse e que aguardaria a conclusão da negociação que um outro grupo estava efetuando com as famílias Garcia. Este novo contato por parte da Garcia ocorreu três meses atrás.

A relação foi feita com a direção da Garcia, e neste tempo se buscou ajustar junto com a sua área jurídica as condições mais favoráveis

e que contemplassem os interesses de todos. Em outubro em contato com toda a família, concluímos a negociação e, no final do mês de novembro, assinamos os contratos de compra.

Em tempo: não tenho participação acionária na Leads, mas sou um assessor de negócios, dando palpite graciosamente.

TB – *A compra envolveu quais ativos da Garcia? E também o pacote de passivos?*

Luft – Compramos um sistema que engloba algumas companhias: Viação Garcia, Princesa do Ivaí, Ouro Branco, Garcia Tur. A frota de ônibus das três companhias soma 570 unidades, com idade média de 4,9 anos. A compra de novos ônibus deverá baixar a idade para 4,2 anos. Adquirimos também uma parte da holding imobiliária da família chamada Bus – com a cessão de 35 garagens. Além da área de ônibus, compramos também o setor de encomendas, com 93 caminhões, além de 49 utilitários e veículos de apoio.

Os passivos de uma empresa deste porte são despesas correntes como Refis (negociado e implantado) e 'finames' de 100 ônibus novos mais alguns pequenos. Enfim, são contas normais de uma grande companhia.

TB – *Especula-se que você pagou R\$ 400 milhões pela Viação Garcia. É isso?*

Luft – O valor referente ao negócio já recebeu especulações pertinentes nos primeiros dias. Prefiro não comentar porque é um assunto já ultrapassado e que diz mais respeito aos vendedores do que a mim.

TB – *O setor de passageiros opera sob concessão. É um serviço público. As linhas do setor rodoviário de passageiros de âmbito interestadual e internacional eram para ser licitadas em 2009. Houve uma prorrogação para 2011. Pois bem, o que se questiona é o seguinte: você comprou uma empresa cujo serviço está prestes a ser licitado. Como encara esse risco? Em conversa preliminar, você disse que acredita que a licitação trará oportunidades para grupos*

estruturados que queiram investir. Já com um pé na atividade seria mais fácil fazer novas incursões a partir de um processo de concorrência. Depois da compra da Garcia, quais os passos seguintes?

Luft – Primeiro, vamos falar de risco de licitação: não há risco! Somos uma empresa com concessão atual nominativa e vigente. Quando ocorrer uma licitação, vamos participar porque estamos prontos com nossas estruturas, garagens com ótimo desempenho, frota apta a assumir suas posições operacionais sem nenhum limite.

A possível licitação não é uma ameaça. Prefiro vê-la como uma oportunidade. Haverá um elenco de condições mínimas e novas exigências por parte do órgãos concedentes. Estaremos participando e possivelmente poderemos ocupar algum espaço em aberto por parte de empresas que não terão todas as condições de competir. Quando se participa efetivamente do setor, é mais fácil se estruturar e se ajustar para esta situação.

A Garcia e outras empresas receberão nossa atenção para ficarem ainda melhores, objetivando o bom atendimento do senhor passageiro. Os planos administrativos estão sendo concluídos por uma equipe de assessoramento e indicarão alguns rumos novos a serem trilhados.

TB – *Você disse que na compra da Garcia o Grupo Luft não está envolvido. Qual a sua participação e a dos investidores na nova Garcia?*

Luft – O Grupo Luft não está envolvido financeiramente na operação. E não há outros investidores como foi publicado nos primeiros dias.

TB – *Você é dentista de formação? Onde se formou, quando, chegou a exercer a profissão? Conte seus passos até chegar ao transporte? Ao que parece, é um caso de paixão pelo negócio de estradas, de garagem, de manutenção. Garagem, transporte, cheiro de diesel, foi isso que atraiu você ao novo negócio?*

► **Luft** – Sou dentista formado na URGs, Universidade do Rio Grande do Sul, em 1966. Exerci minha atividade inicialmente na cidade gaúcha de Santa Rosa, no Rio Grande do Sul, e isto por 13 anos. Fiquei interessado pela área de carga por influência de meu pai (Raimundo Luft), que além do posto de combustível, operava alguns caminhões.

Como jovem, capitalizado por um sucesso financeiro no consultório, investi e fui estruturando uma empresa de transportes. Alguns anos depois, Romeu e Ademar Elói (meus irmãos) vieram reforçar esta sociedade e assim trabalhamos e crescemos por muitos anos.

Todos sabem que para ser empresário neste Brasil é imperativo que haja uma paixão pelo seu negócio. Realmente, foi um gosto especial pelo desafio diário que deram esta condição.

Com gosto e com a dedicação vieram o aprendizado sobre a parte mecânica, relacionamento com o corpo técnico, e o aprendizado de como lidar com o setor de transporte de carga. Inovamos e crescemos fazendo opções, escolhendo segmentos, diversificando e buscando liderar.

TB – *Como se trata de uma concessão, houve consulta à ANTT, a agência que regula o setor, antes que o negócio com a Garcia fosse efetivado?*

Luft – Os órgãos concedentes foram comunicados e está tudo bem. A Garcia tem algumas condições básicas importantes: um corpo de colaboradores comprometidos e comprometidos com o “espírito Garcia de ser”.

A Garcia tem uma capilaridade muito boa de linhas, atuando em uma região com níveis de crescimento excelentes. Atua igualmente em uma região onde há uma estrutura de universidades em funcionamento que vão melhorar o nível social da região e oferecer condições das empresas crescerem e recrutarem mão de obra de qualidade.

Além disso, as linhas da Garcia têm distância média ideal, perto de 550 quilômetros.

São trechos que permitem melhores resultados e bom rendimento operacional da frota.

TB – *A Viação Garcia é tradicional, fundada que foi em 1934. Nestes 76 anos construiu uma marca de qualidade. Sempre preservou a tradição com a manutenção dos ônibus mais antigos numa espécie de museu. Essas relíquias entraram no pacote da compra? A nova Garcia pretende preservar essa tradição? E na esteira: o nome será mudado para Viação Luft, por exemplo? A compra envolveu também o nome Garcia? Até quando poderá ser utilizada a marca Garcia?*

“A Garcia tem uma capilaridade muito boa de linhas, atuando em uma região com níveis de crescimento excelentes. Atua igualmente em uma região onde há uma estrutura de universidades em funcionamento que vão melhorar o nível social da região e oferecer condições de as empresas crescerem.”

Luft – A Viação Garcia completou, no último 8 de dezembro, 76 anos de vida. Dois dias depois a cidade de Londrina também comemorou 76 anos. A Garcia nasceu junto com a cidade, fundada por ingleses que vieram ao Brasil para construir uma ferrovia. Efetivamente, a Garcia é uma marca de qualidade em transporte de passageiros. Este brilho foi construído pelos fundadores, e por diretores que nos antecederam, e por muitos da atual equipe – temos funcionários com mais de 50 anos de casa, alguns na faixa de 40 e 30 anos e muitos com mais de 20 anos de empresa.

O museu que conta a história da empresa

e do segmento ocupa área de aproximadamente 1.500 m². Tem equipamentos, motores, criações técnicas de cada época, muitos veículos, desde as primeiras “catitas” até ônibus dos anos 1990. Este museu não pertence mais à Garcia, é da comunidade do Paraná – e estaremos aí somente para preservá-lo, fazendo com que o público conheça as condições de uma época.

Quanto ao nome Garcia, é uma instituição no Paraná, e será mantido para sempre porque representa uma história e um projeto de vida de muitos paranaenses. A marca veio junto no negócio.

TB – *O Grupo Luft, aquele que você fundou, deu um espetacular salto: saiu de um faturamento na casa de R\$ 10 milhões em 1995 para mais de R\$ 900 milhões em 2010. Ou seja, um salto de 90 vezes em apenas 15 anos.*

Quais os fundamentos principais para justificar tal crescimento? Vocês compraram algumas empresas, mas entendemos que a maioria do salto foi produto de crescimento orgânico. É isso?

No transporte de cargas e logística é possível salto como este da Luft. Você acredita que num setor regulamentado como é o caso do ônibus é possível tais proezas?

Luft – O Grupo Luft sempre foi dinâmico e muito operoso. O sucesso vem com muito trabalho e opções de diversificação. Criamos novas oportunidades e com isso se construiu um grupo de porte, atuando em diversos segmentos de cargas.

Quanto ao setor de ônibus, este salto não é possível, porque há limites a serem considerados. O crescimento acontece por fusões, aquisições e, eventualmente, por algum fato novo que pode ser criado com as licitações.

TB – *Hoje, 2010, a Garcia fatura R\$ 300 milhões, é isso? A maior parte vem do passageiro, quanto cabe à carga? Qual o tamanho da Garcia que você projeta para os próximos cinco anos – chegaria a 2015*

com uma receita de quanto? Para isso, certamente seriam feitas novas aquisições ou incorporações de linhas na janela que deve se abrir em 2011 com a licitação?

Luft – O faturamento da Garcia em passageiros ultrapassa os R\$ 240 milhões. Temos ainda um faturamento de aproximadamente R\$ 40 milhões em encomendas e serviços expressos, que crescerão com novos projetos e opções que o mercado gosta, aceita e utiliza. Não podemos ainda fazer afirmações sobre o faturamento para 2015, mas entendo que cresceremos no mínimo 7,5% ao ano e colocaremos uma meta próxima de 10% ao ano.

TB – O setor de ônibus anda espremido por dois competidores – o automóvel, de um lado, o avião, de outro. Há espaço para crescimento do negócio de ônibus nas médias e longas distâncias? Qual tem sido o histórico recente da Garcia?

Luft – O automóvel tem importância e influência nos trajetos muito curtos, e isto agita e determina que nossa “área metropolitana” ofereça mais para garantir a presença do passageiro de curta distância conosco. É um bom desafio que poderá ser alcançado com a chegada de novos ônibus. Quanto ao avião, entendo que é um transporte que voltará a ser bem mais elitizado do que neste momento. Entendo também que o movimento que as companhias aéreas fizeram e estão fazendo é bom para a comunidade que sente o gosto de melhor conforto em algumas rotas, além de massagear o ego da parte da população que está experimentando esta condição.

Mas o avião tem o seu mercado, nós temos outro. Veja os índices: em 2010, no Paraná, enquanto 8 milhões de pessoas voaram, 120 milhões viajaram de ônibus. O mercado de ônibus de passageiros cresce na razão de 7,5% ao ano. Temos uma economia crescente, inflação estabilizada, juros com tendência de queda, regiões com suporte nacional otimizado por novas técnicas de produção, e, importante, acesso de muita

gente das classes D/E para a classe B/C. Isto é realmente o progresso que impulsionará o nosso negócio acima do crescimento nacional.

Vejo o avião limitado à capacidade dos aeroportos das regiões metropolitanas. Novos terminais nem estão contemplados com projetos e isto indica que nos próximos 5 a 10 anos, o ônibus terá crescimento de passageiros.

“O mercado de ônibus de passageiros cresce na razão de 7,5% ao ano. Temos uma economia crescente, inflação estabilizada, juros com tendência de queda, regiões com suporte nacional otimizada por novas técnicas de produção e, importante, o acesso de muita gente das classes D/E para B/C.”

TB – Luft e Garcia projetam abrir o capital? Em caso positivo, tal abertura tem prazo?

Luft – Não temos projetos para a abertura do capital, o chamado IPO, nem no Grupo Luft nem na Garcia.

No entanto, a plataforma logística do Grupo Luft, atuando em muitas áreas de negócios, estabelece uma fase de expansão de valor com resultados crescentes e nos remete a aguardar uma decisão deste nível.

TB – Pode-se dizer que a Viação Garcia é a primeira de uma série de empresa de ônibus que serão compradas por Mário Luft?

Luft – Sobre o crescimento e expansão de negócios, podemos dizer que sempre é uma possibilidade porque um sonho não termina com a primeira subida em um degrau.

O Brasil oferece as melhores condições para

se buscar novas oportunidades. Vou participar, sempre que possível, de qualquer plano de crescimento.

TB – Há alguma razão especial (societária, jurídica etc.) para o Grupo Luft não ter participado da composição acionária da Garcia?

Luft – Não há razões jurídicas nem societárias para que o Grupo Luft não participe da Garcia. Foi somente oportunidade e um desafio pessoal.

Minha sucessão no Grupo Luft (com participação de meus filhos Luciano, Fernando e muitos profissionais) está estruturada. Assim passo a ter a possibilidade de gerir e presidir a Garcia com imenso prazer e disponibilidade.

TB – Você é conhecido por ser um dos maiores compradores de caminhões Mercedes do País. Pensa em padronizar a Garcia com a marca da estrela?

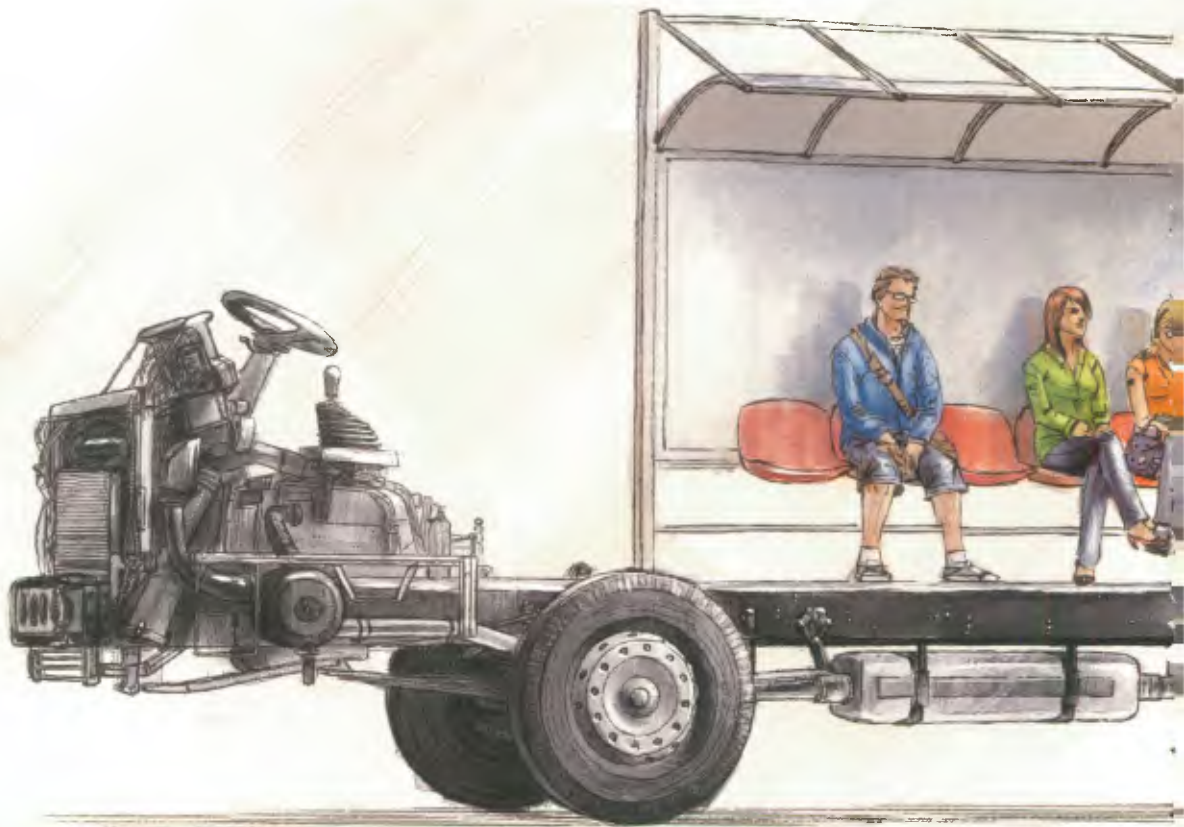
Luft – Nossa frota da Garcia se compõe em sua maioria por veículos Mercedes-Benz. Temos muitos veículos Volvo (incluindo os últimos 100, adquiridos no segundo semestre de 2010). Vamos negociar veículos que ofereçam tecnologias avançadas como câmbio automatizado, antitombamento, e que ofereçam robustez, manutenção econômica e menor consumo de combustível.

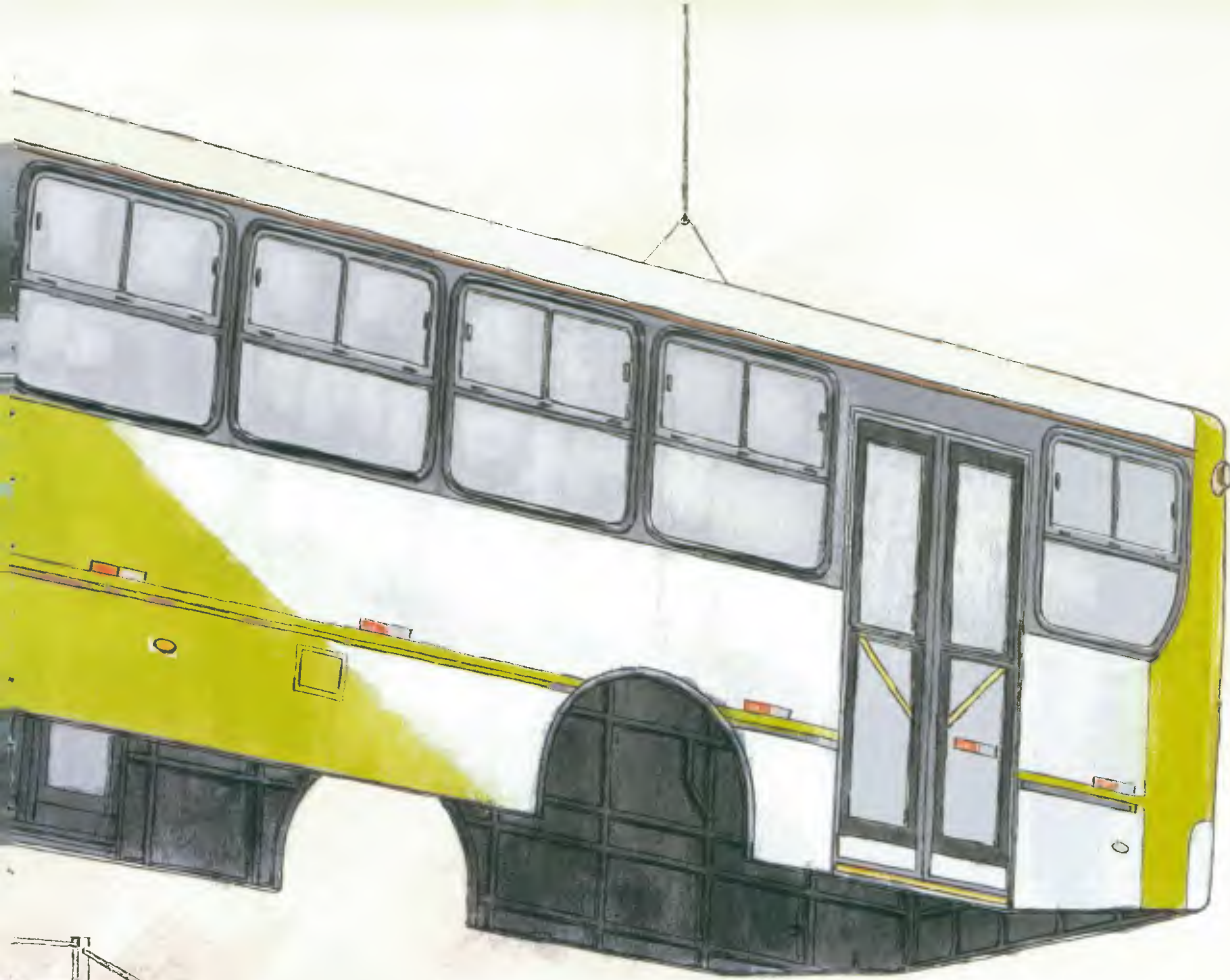
TB – Seu irmão, Romeu Luft, ex-presidente da NTC, vai trabalhar ao seu lado na Garcia?

Luft – Romeu Luft está me assessorando no setor de encomendas por ser uma área que é de seu conhecimento e gosto

TB – A Garcia vinha de longo tempo com pendência na questão da sucessão. Isso afetou a empresa?

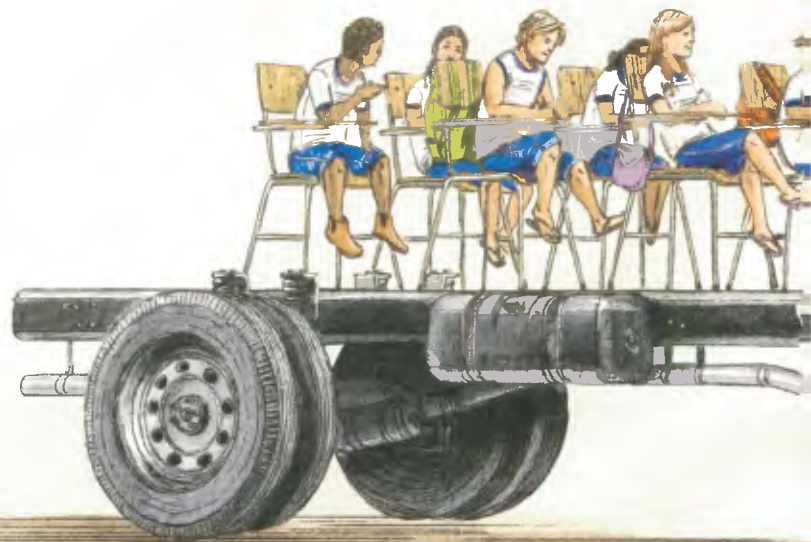
Luft – A pendência na área sucessória da Garcia não atrapalhou a empresa. Ocorre que alguns planos e ideias de desenvolvimento foram postergados, mas, agora, vamos tratar de dinamizar. Podemos dizer: a passividade da Garcia em alguns assuntos acabou.

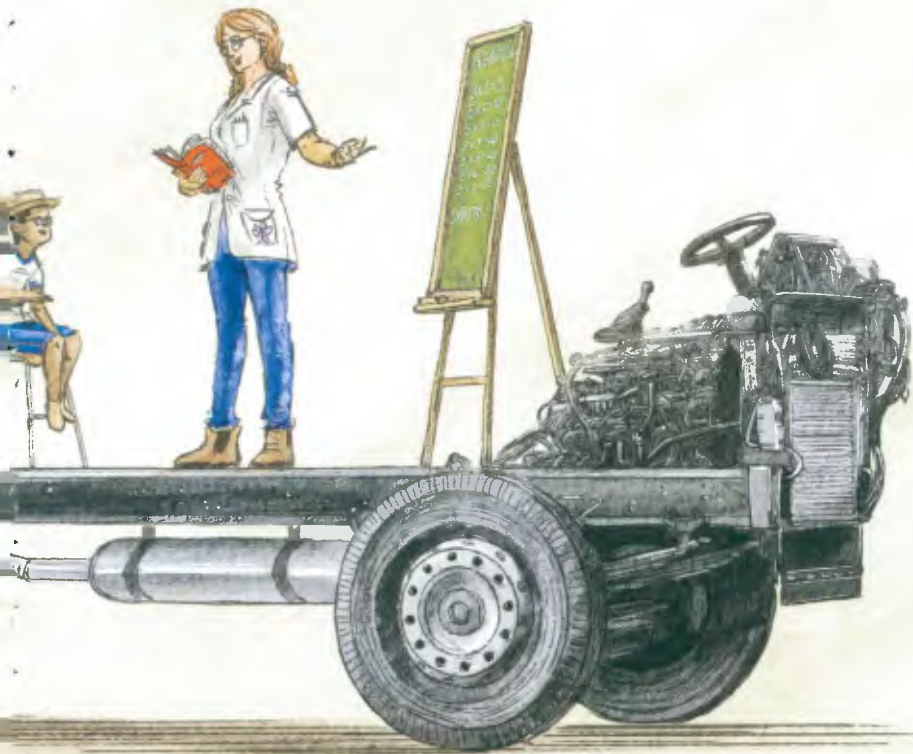




Volksbus.



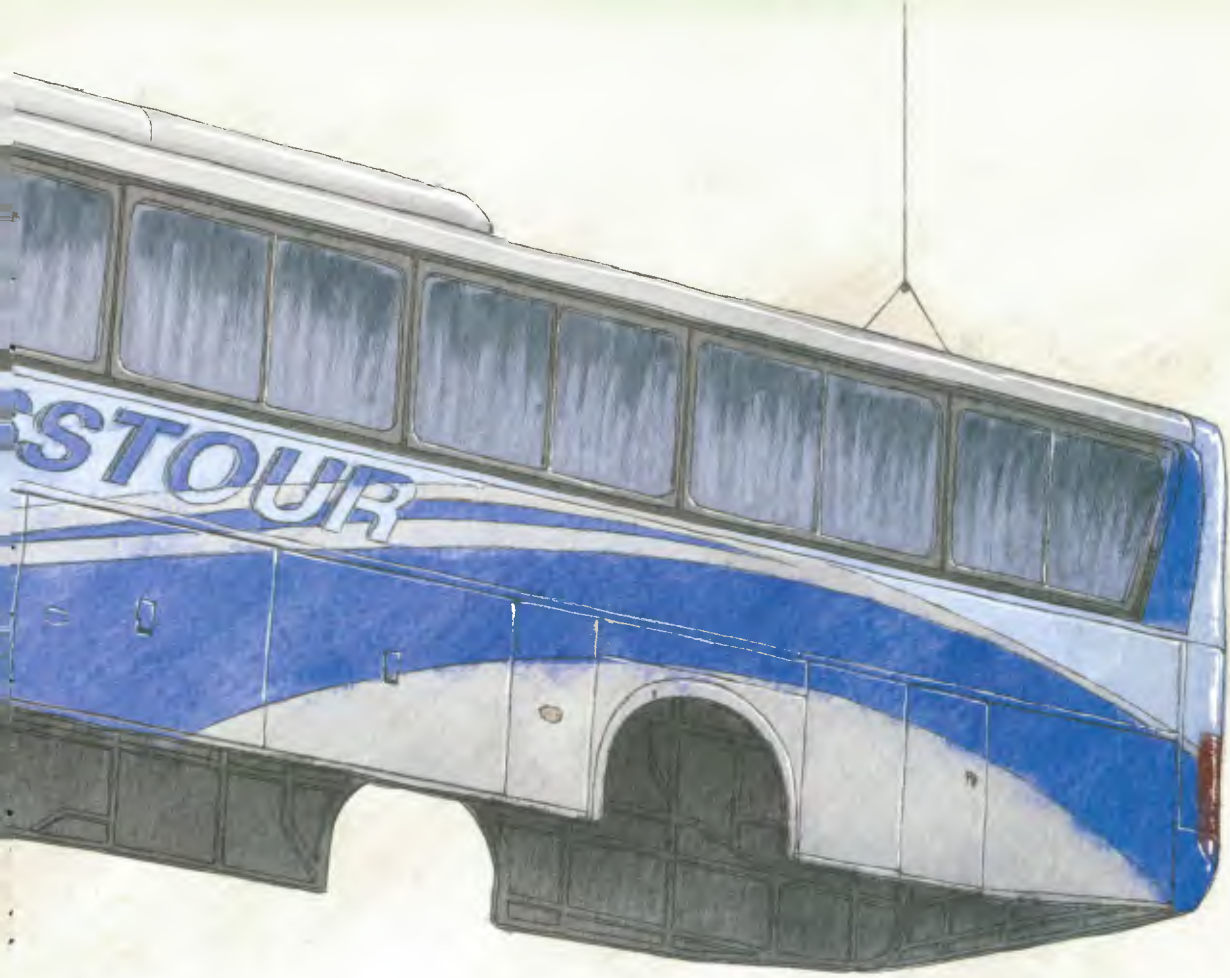




Volksbus.







Volksbus.



Você acaba de conhecer os Ônibus Volkswagen que fazem parte do portfólio da MAN Latin America. E o que você também precisa saber é que nós somos um grupo que trabalha com a mais alta tecnologia disponível para cada operação. Além disso, nosso pós-venda é reconhecido por todo mercado como o melhor do Brasil. No país inteiro, você é atendido pela Rede Autorizada e recebe a orientação de profissionais altamente qualificados. É lá que você encontra robustez, economia operacional e confiabilidade desde o micro-ônibus até os ônibus rodoviários. Tudo isso pensando em oferecer o melhor custo-benefício para que sua frota ande sempre na frente.

Faça revisões em seu veículo regularmente.



Imagens meramente ilustrativas.

Uma marca da MAN Latin America.
www.vwcaminhoeseonibus.com.br

Volksbus. Na medida para o seu negócio.

